

Püthe, Tina

Book — Digitized Version

Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken: Eine empirische Analyse der Wirkung ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Faktoren

Beiträge zum Controlling, No. 15

Provided in Cooperation with:

Peter Lang International Academic Publishers

Suggested Citation: Püthe, Tina (2009) : Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken: Eine empirische Analyse der Wirkung ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Faktoren, Beiträge zum Controlling, No. 15, ISBN 978-3-631-75310-1, Peter Lang International Academic Publishers, Berlin, <https://doi.org/10.3726/b13847>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/182686>

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.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Tina Pütke

Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken

Eine empirische Analyse der Wirkung
ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher
Faktoren



Tina Püthe

Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken

Die Finanzierung über Bankkredite stellt in Deutschland die wichtigste Finanzierungsquelle für mittelständische Unternehmen dar. Aufgrund der zentralen Bedeutung der Bankfinanzierung, die z. T. zu einer enormen Abhängigkeit der Unternehmen von der Bank führt, stellt sich aus Unternehmenssicht die Frage, durch welche Einflussfaktoren die zentralen Parameter des Kreditvertrags – der Zinssatz, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit – determiniert werden. Ziel der Arbeit ist es zu untersuchen, ob aus verhaltenswissenschaftlichen Aspekten ökonomische Konsequenzen für das Unternehmen resultieren. Zu diesem Zweck wurde eine empirische Untersuchung bei Genossenschaftsbanken durchgeführt. Die Auswertungsergebnisse zeigen, dass verhaltenswissenschaftliche Elemente insgesamt einen erheblichen Erklärungsbeitrag, insbesondere für die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit, leisten können.

Tina Püthe absolvierte nach einer Ausbildung zur Bankkauffrau ein Studium der Betriebswirtschaftslehre in Paris und Münster. Seit Abschluss des Studiums ist die Autorin als Unternehmensberaterin bei einer Beratungsgesellschaft in Düsseldorf mit dem Schwerpunkt Bankenberatung tätig. Die Promotion erfolgte im Jahre 2008.

Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken

Beiträge zum Controlling

Herausgegeben von Wolfgang Berens

Band 15



PETER LANG

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien

Tina Pütke

Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken

Eine empirische Analyse
der Wirkung ökonomischer und
verhaltenswissenschaftlicher Faktoren



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <<http://www.d-nb.de>> abrufbar.

Open Access: The online version of this publication is published on
www.peterlang.com and www.econstor.eu under the international
Creative Commons License CC-BY 4.0. Learn more on how you
can use and share this work: [http://creativecommons.org/licenses/
by/4.0](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0).



This book is available Open Access thanks to the kind support of
ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft.

Zugl.: Münster, Univ., Diss., 2008

Logo auf dem Umschlag:
Logo des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre,
insb. Controlling
der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

**Gedruckt auf alterungsbeständigem,
säurefreiem Papier.**

D 6

ISSN 1618-825X

ISBN 978-3-631-59384-4

ISBN 978-3-631-75310-1 (eBook)

© Peter Lang GmbH
Internationaler Verlag der Wissenschaften
Frankfurt am Main 2009

Geleitwort

Während sich die Unternehmen in kapitalmarktorientierten Finanzsystemen vor allem durch die Emission von Aktien und Anleihen refinanzieren, dominiert in bankbasierten Systemen wie Deutschland die Refinanzierung über Bankkredite. Diese Form der Refinanzierung spielt insbesondere bei den mittelständischen Unternehmen eine zentrale Rolle. Aufgrund der resultierenden Abhängigkeit der Unternehmen von den Bankkrediten stellt sich aus Unternehmenssicht die Frage, welche Einflussgrößen auf die Kreditkonditionen wirken. Die zentralen ökonomischen Parameter sind der Kreditzins, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit.

Im theoretischen Teil der Arbeit analysiert Frau PÜTHE, welche möglichen Einflussfaktoren zu berücksichtigen sind. Neben den aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen wie Basel II und MaRisk bildet die Relationship Banking-Forschung eine wesentliche Grundlage. Bei der klassischen Relationship Banking-Forschung wird die Konditionengestaltung vor allem durch die Informationsasymmetrien zwischen den Geschäftspartnern erklärt. Frau PÜTHE betrachtet darüber hinaus die in der Praxis hochgradig relevanten verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen einer Kunde-Bank-Beziehung. Theoretisches Fundament dieser Arbeit bildet ein integratives Wirkungsmodell, in dem diese verschiedenen Aspekte vereint werden.

Die bestehenden empirischen Arbeiten zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung fokussieren sich auf die Relationship Banking-Theorie. Trotz der Existenz theoretischer Erkenntnisse über den Einfluss von verhaltenswissenschaftlichen Variablen auf die Kreditkonditionen, finden diese nur geringe Berücksichtigung in bestehenden Studien. Als Erweiterung dieser Studien untersucht Frau PÜTHE im empirischen Teil ihrer Arbeit, ob und in welchem Umfang verhaltenswissenschaftliche Größen die Kreditkonditionen beeinflussen. Sie zeigt, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen insgesamt einen erheblichen Erklärungsbeitrag leisten können.

Die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen in die empirischen Untersuchungen kann dazu beitragen, eine bestehende Lücke in der aktuellen Forschungsdebatte zu schließen. Durch umfangreiche empirische und hypothesengeleitete Analysen ist die Arbeit in der Lage, den Erkenntnisstand zur Konditionengestaltung im Rahmen einer bestehenden Kunde-Bank-Beziehung erheblich zu erweitern. Neben ausführlichen deskriptiven empirischen Erkenntnissen zu Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung liefert die Arbeit wichtige Anhaltspunkte dafür, welche verhaltenswissenschaftlichen Parameter in welchem Umfang die Kreditkonditionen beeinflussen. Besonders hervorzuheben an der vorliegenden Arbeit ist das konsequente Bemühen um eine theoretische Fundierung der zu untersuchenden Zusammenhänge und der detaillierte Abgleich mit empirischem Sekundärmaterial. Insgesamt zeigt die Arbeit vielfältige Implikationen für die Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung auf. Ich wünsche ihr daher eine weite Verbreitung in Wissenschaft und Praxis und hoffe, dass einige der angeregten Forschungsideen in zukünftigen Untersuchungen aufgegriffen werden.

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand während meiner Assistententätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Controlling sowie meiner Tätigkeit als Berater für die BMS Consulting GmbH, Düsseldorf, und wurde im Wintersemester 2008/09 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster als Dissertationsschrift angenommen. Besonderer Dank gilt in diesem Zusammenhang meinem akademischen Lehrer und Erstgutachter PROF. DR. WOLFGANG BERENS. Die Möglichkeit zur Vereinbarkeit von Lehrstuhl-tätigkeiten, Beratungsaktivitäten und Promotion und die von ihm verfolgte Integration von Wissenschaft und Praxis haben sowohl die Arbeitszeit als auch die Promotionszeit zu einem lehrreichen Erlebnis werden lassen. Frau PROF. DR. THERESIA THEURL danke ich recht herzlich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Spezielle Anerkennung und großer Dank gilt Herrn DR. ANDREAS SIEMES und Herrn DR. KLAUS SEGBERS. Neben konstruktiver Kritik und kreativen Anregungen haben sie durch außerordentliches Engagement und hohen zeitlichen Einsatz zur Entstehung dieser Arbeit mit beigetragen.

Ein herzlicher Dank richtet sich an HENRIKE FISCHER, MICHAEL JÄGER, KLAUS JÜRGENS, BETTINA PLATEN, JÖRG PÜTHE, SONJA TOLSDORFF, SEBASTIAN VEIT sowie MAIK ZUIDINGA für die Unterstützung und aufschlussreichen Diskussionen. Ferner möchte ich MARKUS JÖRIS, SIMONE KNEPPER, JAN OLLE und HILDEGARD WÜBBE für die Unterstützung bei redaktionellen Arbeiten danken. Durch außerordentliches Engagement und hohen zeitlichen Einsatz hat insbesondere URSULA GERKE einen wesentlichen Beitrag zur Qualität der Arbeit geleistet. Insgesamt möchte ich allen Kollegen bei der BMS Consulting GmbH sowie dem gesamten Team am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Controlling für das außerordentlich gute Arbeitsklima danken.

Abschließend sei meinen Eltern für die Geduld, die immerwährende Unterstützung und nicht zuletzt für die notwendige Aufmunterung beim Schreiben der Arbeit ganz herzlich gedankt.

Düsseldorf, im Juli 2009

Dipl.-Kffr. Tina Püthe

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VI
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Symbolverzeichnis	XXIV
Abkürzungsverzeichnis	XXV
A Literaturgestützte Fundierung der Untersuchung	1
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Motivation der Arbeit	1
1.2 Zielsetzung der Untersuchung	4
1.3 Gang der Untersuchung	5
2 Mittelständische Unternehmen und ihre Banken	9
2.1 Mittelständische Unternehmen	9
2.1.1 Abgrenzung des Mittelstandsbegriffs	9
2.1.1.1 Quantitative Kriterien	9
2.1.1.2 Qualitative Kriterien	11
2.1.1.3 Arbeitsdefinition und gesamtwirtschaftliche Bedeutung	13
2.1.2 Finanzierungsstrukturen und Unternehmensstrukturen in mittelständischen Unternehmen	14
2.2 Banken	16
2.2.1 Theoretische Grundlagen sowie Funktionen von Banken	16
2.2.2 Banksystem in Deutschland mit dem Fokus auf Genossenschafts- banken	17
2.2.3 Firmenkundengeschäft mit dem Fokus auf dem Kreditgeschäft als ein Geschäftsfeld der Banken	22
3 Gesetzliche Rahmenbedingungen und ihre Implikationen in Bezug auf die Konditionengestaltung	25
3.1 Basel II	25
3.1.1 Hintergrund und Zielsetzung	25
3.1.2 Die drei Säulen von Basel II	26

3.1.2.1	Säule I	26
3.1.2.2	Säule II	29
3.1.2.3	Säule III	29
3.2	Mindestanforderungen an das Risikomanagement	30
3.2.1	Hintergrund und Zielsetzung	30
3.2.2	Zentrale Inhalte der Mindestanforderungen an das Risikomanagement ..	30
3.3	Implikationen der gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Gestaltungsspielraum der Banken bei der Konditionengestaltung	34
4	Relationship Banking	40
4.1	Definition von Relationship Banking	40
4.2	Die Neue Institutionenökonomie mit dem Fokus auf der Prinzipal-Agen- ten-Theorie	48
4.2.1	Einordnung und Annahmen der Prinzipal-Agenten-Theorie	49
4.2.2	Kosten	50
4.2.3	Problemfelder innerhalb der Prinzipal-Agenten-Beziehung	52
4.2.3.1	Adverse Selektion	52
4.2.3.2	Moral Hazard	55
4.2.3.3	Hold Up	57
4.2.4	Wiederholte und langfristige Vertragsbeziehungen	58
4.2.5	Fazit der Neuen Institutionenökonomie in Bezug auf die Kunde- Bank-Beziehung	60
4.3	Stand der theoretischen und empirischen Forschung im Bereich des Relationship Banking	60
4.3.1	Überblick über die theoretischen Modelle im Bereich des Relation- ship Banking	60
4.3.1.1	Grundlegende Modelle der Finanzintermediation	61
4.3.1.2	Zinsmodelle	64
4.3.1.2.1	Beschreibung der Zinsmodelle	64
4.3.1.2.2	Fazit zu den Zinsmodellen	75
4.3.1.3	Sicherheitenmodelle	79
4.3.1.3.1	Beschreibung der Sicherheitenmodelle	79
4.3.1.3.2	Fazit zu den Sicherheitenmodellen	83
4.3.1.4	Modelle zur Kreditverfügbarkeit	85
4.3.1.4.1	Beschreibung der Modelle zur Kreditverfügbarkeit	85

4.3.1.4.2	Fazit zu den Modellen zur Kreditverfügbarkeit	87
4.3.2	Überblick über den Stand der empirischen Forschung im Bereich des Relationship Banking	88
4.3.2.1	Allgemeiner Überblick über den Stand der empirischen For- schung und Darstellung der zentralen verwendeten Variablen	88
4.3.2.2	Zinssatz	95
4.3.2.3	Sicherheitenstellung	106
4.3.2.4	Kreditverfügbarkeit	110
4.3.2.5	Kritische Würdigung der bisherigen empirischen Studien sowie Darstellung bestehender Erweiterungen um verhaltenswissen- schaftliche Aspekte	119
4.3.2.5.1	Kritische Würdigung der bisherigen empirischen Studien.....	119
4.3.2.5.2	Sozial eingebundene Geschäftsbeziehungen bei UZZI	121
4.3.2.5.3	Integration von Vertrauen in eine Studie zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung durch HARHOFF/KÖRTING	124
4.3.2.5.4	Integration von Vertrauen in eine Studie zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung durch LEHMANN/NEUBERGER	126
4.4	Fazit des aktuellen Standes der Relationship Banking-Forschung	129
5	Analyse der Geschäftsbeziehung in einem verhaltenswissenschaftlichen Bezugsrahmen.....	131
5.1	Definition der Geschäftsbeziehung im Kontext des Investitions- gütermarketing	131
5.2	Interaktionsansätze zur Analyse bestehender Geschäftsbeziehungen	133
5.2.1	Definitorische Abgrenzung der Begriffe Interaktion und Interaktionsansätze.....	133
5.2.2	Theoretische Modelle zur Analyse von Geschäftsbeziehungen	135
5.2.2.1	Statische Modelle.....	135
5.2.2.1.1	Modellbeschreibung	135
5.2.2.1.2	Fazit und Modellkritik	139
5.2.2.2	Dynamische Modelle	140
5.2.2.2.1	Modellbeschreibung	140
5.2.2.2.2	Fazit und Modellkritik	143
5.2.2.3	Integrierter Ansatz nach SEGBERS	144
5.2.2.3.1	Modellbeschreibung	144
5.2.2.3.2	Modellkritik	147

5.2.3 Implikationen der Interaktionsmodelle für die empirische Forschung im Bereich des Relationship Banking.....	148
5.2.3.1 Analyse des Konstruktes Vertrauen.....	150
5.2.3.1.1 Definition und Dimensionen von Vertrauen	150
5.2.3.1.2 Stand der empirischen Forschung bei dem Vertrauenskon- strukt sowie Implikationen für die vorliegende Studie	156
5.2.3.2 Analyse des Konstruktes Commitment.....	162
5.2.3.2.1 Definition von Commitment.....	162
5.2.3.2.2 Stand der empirischen Forschung bei dem Commitment-Kon- strukt sowie Implikationen für die vorliegende Studie	166
5.2.3.3 Ökonomische Wirkungen von Vertrauen und Commitment im Rahmen der Hausbankbeziehung.....	171
B Empirische Untersuchung zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung	183
1 Grundlagen der Untersuchung und deskriptive Auswertung	183
1.1 Durchführung der Erhebung und Datenaufbereitung	183
1.1.1 Beschreibung des Datensatzes	189
1.1.2 Analyse der Gefahren von Antwortverfälschungen	194
1.1.3 Behandlung fehlender Werte sowie Datenbereinigung	197
1.1.4 Beschreibung der in der Studie verwendeten Variablen	203
1.2 Deskriptive Auswertung	212
1.2.1 Finanzkennzahlen der Unternehmen und sonstige unternehmens- bezogene Parameter	213
1.2.2 Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung mit beziehungsbezoge- nen Variablen.....	220
1.2.3 Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung aus verhaltenswissen- schaftlicher Perspektive	237
1.2.4 Hausbankbeziehung	239
1.2.5 Bank- und marktbezogene Daten.....	247
1.2.6 Zusammenfassung der Ergebnisse der deskriptiven Auswertung	249
2 Hypothesenbildung	252
2.1 Grundlagen der Hypothesenbildung	252
2.2 Hypothesen zum Zinssatz	253
2.2.1 Vertrauens-basierte Hypothesen zum Zinssatz.....	253

2.2.2	Commitment-basierte Hypothesen zum Zinssatz	254
2.3	Hypothesen zur Sicherheitenstellung	255
2.3.1	Vertrauens-basierte Hypothesen zur Sicherheitenstellung	255
2.3.2	Commitment-basierte Hypothesen zur Sicherheitenstellung	255
2.4	Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit	256
2.4.1	Vertrauens-basierte Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit	256
2.4.2	Commitment-basierte Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit	256
3	Statistische Überprüfung der Hypothesen	257
3.1	Methodisches Vorgehen zur Hypothesenprüfung	257
3.2	Konzeptualisierung und Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte Vertrauen und Commitment	259
3.2.1	Grundlagen der Konzeptualisierung und Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte Vertrauen und Commitment	259
3.2.2	Grundlagen zur Beurteilung und Optimierung des Messmodells	265
3.2.3	Vorgehen bei der quantitativen Analyse	270
3.2.4	Durchführung der quantitativen Analyse	272
3.3	Allgemeines Vorgehen bei der Korrelationsanalyse	278
3.4	Überprüfung der Hypothesen zum Zinssatz	281
3.4.1	Operationalisierung des Zinssatzes	281
3.4.2	Korrelations- und Regressionsanalyse	283
3.4.2.1	Durchführung der Korrelationsanalyse	283
3.4.2.2	Beschreibung der Regressionsanalyse	307
3.4.2.3	Durchführung der Regressionsanalyse	310
3.5	Überprüfung der Hypothesen zur Sicherheitenstellung	329
3.5.1	Operationalisierung der Sicherheitenstellung	329
3.5.2	Sicherheiten - Binärcodierung	331
3.5.2.1	Durchführung der Korrelationsanalyse	331
3.5.2.2	Beschreibung der logistischen Regression	334
3.5.2.3	Durchführung der logistischen Regression	337
3.5.3	Besicherungsquote	346
3.5.3.1	Durchführung der Korrelationsanalyse	346
3.5.3.2	Durchführung der Regressionsanalyse	350
3.6	Überprüfung der Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit	358

3.6.1	Operationalisierung der Kreditverfügbarkeit.....	358
3.6.2	Korrelationsanalyse zur Kreditverfügbarkeit	360
3.6.3	Kreditverfügbarkeit - Binärcodierung	366
3.6.3.1	Logistische Regression der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit.....	366
3.6.3.2	Logistische Regression der gegenwartsbezogenen Kreditver- fügbarkeit	373
3.6.4	Kreditverfügbarkeit - Dauer der Kreditbewilligung	382
3.6.4.1	Beschreibung der ordinalen Regression.....	382
3.6.4.2	Durchführung der ordinalen Regression	383
C	Abschließende Betrachtung	390
1	Limitationen der Untersuchung	390
2	Zusammenfassung	395
Anhang	408
Anhang 1:	Fragebogen und Begleitschreiben.....	409
Anhang 2:	Deskriptive Auswertungen.....	426
Anhang 3:	Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse.....	431
Anhang 4:	Vollständige Korrelationsanalyse für die Datenbasis „Zinssatz“	432
Anhang 5:	Ergänzende Auswertungen für den Zinssatz.....	442
Literaturverzeichnis	445

Abbildungsverzeichnis

Abb. A-1: Aufbau der Arbeit	8
Abb. A-2: Berechnung des Risikogewichtes im IRB-Ansatz.....	28
Abb. A-3: Kostenkomponenten des Kreditzinses.....	36
Abb. A-4: Pay-Off-Struktur der Investitionsalternativen im Modell von PETERSEN/RAJAN	67
Abb. A-5: Informationsasymmetrien im Kommunikationsdreieck zwischen Kun- de und Banken	70
Abb. A-6: Einflussgrößen des Zinssatzes	78
Abb. A-7: Vorgehen zur direkten Messung der Kreditverfügbarkeit.....	112
Abb. A-8: Auswirkung von Vertrauen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung.....	120
Abb. A-9: Ökonomische Wirkungen der Informationsasymmetrie	130
Abb. A-10: Interaktionsmodell der IMP-GROUP	139
Abb. A-11: Dynamisches Modell nach FORD	141
Abb. A-12: Modell von SEGBERS	145
Abb. A-13: Dimensionen von Commitment im Modell von SEGBERS	147
Abb. A-14: Vertrauensbeziehungen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung.....	150
Abb. A-15: Vertrauensdimensionen nach GANESAN/HESS.....	154
Abb. A-16: Dimensionen von Vertrauen.....	162
Abb. A-17: Ebenen der Kundenbindung	167
Abb. A-18: Dimensionen von Commitment.....	170
Abb. A-19: Analyse der Auswirkungen der verhaltenswissenschaftlichen Parameter.....	172
Abb. A-20: Einfluss des interpersonalen Wohlwollens auf den Zinssatz	173
Abb. B-1: Vorgehen bei der Auswahl der teilnehmenden Banken	185
Abb. B-2: Resonanz der angesprochenen Banken.....	186
Abb. B-3: Subjektive Einschätzung.....	188
Abb. B-4: Vorgehen bei der Datenaufbereitung.....	198
Abb. B-5: Ableitung der Variablenbereiche aus der Theorie	204
Abb. B-6: Systematisierung der Variablen	205
Abb. B-7: Anzahl der Produktbereiche, aus denen Produkte genutzt werden	222
Abb. B-8: Nutzung der Bankprodukte	222

Abb. B-9: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anzahl der genutzten Produkte	224
Abb. B-10: Anzahl der Bankverbindungen je Kunde	227
Abb. B-11: Anteil der Bankfinanzierung bei dem befragten Institut	228
Abb. B-12: Verteilung der Besicherungsquote	232
Abb. B-13: Nutzung der verschiedenen Sicherheiten	233
Abb. B-14: Sicherheitenart differenziert nach Rechtsform	235
Abb. B-15: Einschätzung der Firmenkundenbetreuer zum Zusammenhang zwischen der Bonität des Kunden und der Höhe der Sicherheitenstellung	236
Abb. B-16: Beurteilung des Vertrauensverhältnisses	237
Abb. B-17: Kreditverfügbarkeit differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen	244
Abb. B-18: Vorgehen zur Hypothesenprüfung	258
Abb. B-19: Repräsentation eines komplexen Phänomens durch mehrere Konstrukte am Beispiel des Vertrauens	261
Abb. B-20: Alternative Vorgehensweisen zur Integration der Konstrukte am Beispiel des Vertrauens	261
Abb. B-21: Vorgehensweise bei der quantitativen Analyse	272
Abb. B-22: Z als Moderatorvariable und als Mediatorvariable	279
Abb. B-23: Korrelationsanalysen unter Berücksichtigung von Mediatoreffekten	281
Abb. B-24: Vorgehen hinsichtlich der Korrelationsanalysen zum Zinssatz	284
Abb. B-25: Zentrale Einflussbereiche in Bezug auf den Kreditzins	310
Abb. B-26: Vorgehen zur Analyse der Kreditverfügbarkeit	361
 <i>Anhang Abbildungen</i>	
Abb. AN 1-1: Anschreiben	409
Abb. AN 1-2: Begleitschreiben	411
Abb. AN 1-3: Automatischer Datenerhebungsbogen	412
Abb. AN 1-4: Manueller Fragebogen	416
 Abb. AN 5-1: Entwicklung des Euribor im Zeitablauf	 442

Tabellenverzeichnis

Tab. A-1: Definition des Mittelstands	11
Tab. A-2: Abgrenzungskriterien für mittelständische Unternehmen	14
Tab. A-3: Eigenkapitalquoten deutscher Unternehmen in 2006	15
Tab. A-4: Marktanteile der Kreditinstitute in 2006	19
Tab. A-5: Entwicklung der Volks- und Raiffeisenbanken ab 1970.....	21
Tab. A-6: Systematisierung der Problemfelder bei Informationsasymmetrie	52
Tab. A-7: Entwicklung der Zinsen im Laufe der Beziehung.....	76
Tab. A-8: Zusammenhang von Bonität und Sicherheiten im Rahmen der Bankbeziehung	84
Tab. A-9: Kreditverfügbarkeit im Rahmen der Bankbeziehung	88
Tab. A-10: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zum Zinssatz	105
Tab. A-11: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zur Sicherheitenstellung	108
Tab. A-12: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zur Kreditverfügbarkeit	118
Tab. A-13: Auswirkung der Vertrauensformen auf die Kreditkonditionen	128
Tab. A-14: Operationalisierung von Vertrauen in bestehenden Studien.....	160
Tab. A-15: Operationalisierung von Commitment in bestehenden Studien.....	168
Tab. A-16: Zusammenfassung der Auswirkungen des Vertrauens in die Bank.....	175
Tab. A-17: Zusammenfassung der Auswirkungen des Vertrauens in den Kunden....	179
Tab. A-18: Ökonomische Wirkungen von Commitment	182
Tab. B-1: Reihenfolge der Fragenbereiche inkl. jeweilige Anzahl Fragen im Fragebogen.....	188
Tab. B-2: Rücklaufquoten je Institut und gesamt	189
Tab. B-3: Verteilung der Fragebögen nach Bundesländern	190
Tab. B-4: Verteilung der Rechtsformen	191
Tab. B-5: Verteilung der Branchen.....	192
Tab. B-6: Unternehmensgrößen.....	192
Tab. B-7: Gruppierung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahlen.....	192
Tab. B-8: Unternehmensgrößen in den vergleichbaren Studien.....	194

Tab. B-9: Finanzkennzahlen	207
Tab. B-10: Unternehmensbezogene Variablen	207
Tab. B-11: Beziehungsbezogene Variablen.....	209
Tab. B-12: Verhaltenswissenschaftliche Variablen.....	211
Tab. B-13: Bankbezogene und betreuerbezogene Variablen	212
Tab. B-14: Finanzkennzahlen der untersuchten Unternehmen.....	215
Tab. B-15: Finanzkennzahlen differenziert nach Kapitalgesellschaft vs. Nicht-Kapitalgesellschaft.....	216
Tab. B-16: Finanzkennzahlen differenziert nach Branchen	218
Tab. B-17: Finanzkennzahlen differenziert nach Unternehmensgröße	219
Tab. B-18: Alter differenziert nach Rechtsform, Branche und Unternehmensgröße	220
Tab. B-19: Dauer der Beziehung zur Bank und zum Firmenkundenbetreuer	221
Tab. B-20: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anzahl der genutzten Produkte	223
Tab. B-21: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Umsatzgröße	224
Tab. B-22: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anteil Zahlungsverkehr	224
Tab. B-23: Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung	225
Tab. B-24: Kunde-Bank-Beziehung differenziert nach Unternehmensgröße (Mitarbeiterzahl).....	226
Tab. B-25: Kunde-Bank-Beziehung differenziert nach Unternehmensgröße (Umsatzklassen).....	226
Tab. B-26: Anzahl der Bankverbindungen im internationalen Vergleich.....	228
Tab. B-27: Geografische Distanz zwischen Bank und Unternehmen	229
Tab. B-28: Parameter des Kreditvertrags	230
Tab. B-29: Berücksichtigung der Kreditsicherheiten in den empirischen Studien	231
Tab. B-30: Sicherheitenquote differenziert nach Branchen	233
Tab. B-31: Sicherheitenart differenziert nach Branchen	234
Tab. B-32: Sicherheitenquote differenziert nach Rechtsform	234
Tab. B-33: Sicherheitenstellung differenziert nach Ausfallwahrscheinlichkeit	235
Tab. B-34: Kreditablehnungen	236
Tab. B-35: Dauer der Kreditbewilligung	237

Tab. B-36: Auswertung der verhaltenswissenschaftlichen Fragen.....	239
Tab. B-37: Anteile der Hausbankbeziehungen	240
Tab. B-38: Vergleich der Finanzkennzahlen und Finanzierungsstrukturen bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen.....	241
Tab. B-39: Vergleich der Produktnutzung bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen.....	242
Tab. B-40: Vergleich der Beratungsgespräche und der Besicherung bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen.....	243
Tab. B-41: Dauer der Kreditbewilligung differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen.....	245
Tab. B-42: Vertrauen bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen.....	245
Tab. B-43: Verhaltenwissenschaftliche Aspekte bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen	246
Tab. B-44: Marktanteile und Bilanzsummen der Institute	248
Tab. B-45: Bedeutung der anreizorientierten Vergütung	249
Tab. B-46: Ausbildungsstand der Firmenkundenbetreuer.....	249
Tab. B-47: Vor- und Nachteile der Integration auf Konstrukt- und Faktorebene	262
Tab. B-48: Darstellung der Faktoren für Vertrauen und Commitment	263
Tab. B-49: Gütekriterien der zweiten Generation	269
Tab. B-50: Verwendete Gütekriterien inkl. Anspruchsniveau	270
Tab. B-51: Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen für die Faktorenanalyse	273
Tab. B-52: Untersuchung der organisationalen Glaubwürdigkeit.....	273
Tab. B-53: Untersuchung des organisationalen Wohlwollens	274
Tab. B-54: Untersuchung der personalen Glaubwürdigkeit.....	275
Tab. B-55: Untersuchung des personalen Wohlwollens.....	275
Tab. B-56: Untersuchung der organisationalen Gebundenheit.....	276
Tab. B-57: Untersuchung der organisationalen Verbundenheit	276
Tab. B-58: Untersuchung der personalen Verbundenheit	276
Tab. B-59: Untersuchung des personalen Wohlwollens und der personalen Verbundenheit	277
Tab. B-60: Zusammenfassende Beurteilung der Faktoren	278
Tab. B-61: Korrelationskoeffizienten in Abhängigkeit vom Skalenniveau	279
Tab. B-62: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen	287

Tab. B-63: Bivariate Korrelationen der unternehmensbezogenen Variablen mit den Finanzkennzahlen	289
Tab. B-64: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen	291
Tab. B-65: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit den Finanzkennzahlen	293
Tab. B-66: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen	294
Tab. B-67: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen	295
Tab. B-68: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den unternehmensbezogenen Variablen.....	297
Tab. B-69: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen	298
Tab. B-70: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen (1).....	299
Tab. B-71: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen (2).....	300
Tab. B-72: Bivariate und partielle Korrelationen der Finanzkennzahlen mit dem Zinssatz	302
Tab. B-73: Bivariate und partielle Korrelationen der unternehmensbezogenen Variablen mit dem Zinssatz.....	303
Tab. B-74: Bivariate und partielle Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit dem Zinssatz.....	304
Tab. B-75: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz nach Bereinigung der Effekte der Finanzkennzahlen	305
Tab. B-76: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz nach Bereinigung beziehungsbezogener Effekte	305
Tab. B-77: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz	306
Tab. B-78: Bivariate und partielle Korrelationen der bankbezogenen Variablen	307
Tab. B-79: Regression der Parameter der risikoorientierten Bepreisung	312
Tab. B-80: Regression der Finanzkennzahlen (1)	314
Tab. B-81: Regression der Finanzkennzahlen (2)	316
Tab. B-82: Regression der Finanzkennzahlen und der unternehmensbezogenen Variablen	316
Tab. B-83: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (1).....	319
Tab. B-84: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (2).....	322

Tab. B-85: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (3).....	322
Tab. B-86: Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen	323
Tab. B-87: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	324
Tab. B-88: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	326
Tab. B-89: Zusammenfassung der Ergebnisse zum Zinssatz	327
Tab. B-90: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf den Zinssatz mit anderen Studien	329
Tab. B-91: Bivariate und partielle Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Sicherheitstellung	332
Tab. B-92: Bivariate und partielle Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit der Sicherheitstellung	333
Tab. B-93: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Sicherheitstellung	334
Tab. B-94: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen mit der Sicherheitstellung	334
Tab. B-95: Auswirkungen der Veränderung der unabhängigen Variablen	336
Tab. B-96: Logistische Regression der Finanzkennzahlen.....	339
Tab. B-97: Logistische Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen	341
Tab. B-98: Logistische Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen	343
Tab. B-99: Logistische Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	344
Tab. B-100: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Sicherheitstellung.....	345
Tab. B-101: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf die Sicherheitstellung mit anderen Studien.....	346
Tab. B-102: Bivariate und partielle Korrelation der Finanzkennzahlen mit der Besicherungsquote.....	348
Tab. B-103: Bivariate Korrelation der beziehungsbezogenen Variablen mit der Besicherungsquote.....	349
Tab. B-104: Bivariate Korrelation der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Besicherungsquote	350
Tab. B-105: Regression der Finanzkennzahlen (1)	351
Tab. B-106: Regression der Finanzkennzahlen (2)	352

Tab. B-107: Regression der Finanzkennzahlen und der unternehmensbezogenen Variablen.....	353
Tab. B-108: Regression der beziehungsbezogenen Variablen	354
Tab. B-109: Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen.....	355
Tab. B-110: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	356
Tab. B-111: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen	356
Tab. B-112: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Sicherheitenstellung.....	357
Tab. B-113: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf Sicherheiten mit anderen Studien	358
Tab. B-114: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Kreditverfügbarkeit.....	362
Tab. B-115: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit.....	364
Tab. B-116: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit.....	365
Tab. B-117: Bivariate Korrelation der bankbezogenen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit	365
Tab. B-118: Regression der Finanzkennzahlen	367
Tab. B-119: Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen.....	368
Tab. B-120: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	371
Tab. B-121: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen	372
Tab. B-122: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit.....	372
Tab. B-123: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Kreditverfügbarkeit	373
Tab. B-124: Regression der Finanzkennzahlen	374
Tab. B-125: Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen	375
Tab. B-126: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	377
Tab. B-127: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen	378
Tab. B-128: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit.....	379

Tab. B-129: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Kreditverfügbarkeit	379
Tab. B-130: Vergleich der Ergebnisse der beiden Operationalisierungen der Kreditverfügbarkeit	380
Tab. B-131: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf die Kreditverfügbarkeit mit anderen Studien.....	382
Tab. B-132: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen	383
Tab. B-133: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen	385
Tab. B-134: Ordinale Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	387
Tab. B-135: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen, der verhaltenswissenschaftlichen und der bankbezogenen Variablen	388
Tab. B-136: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit	389
Tab. B-137: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Dauer der Kreditbewilligung	389

Anhangtabellen

Tab. AN 1-1: Kennzahldefinitionen.....	425
Tab. AN 2-1: Finanzierungsstrukturen differenziert nach Kapitalgesellschaft vs. Nicht-Kapitalgesellschaft	426
Tab. AN 2-2: Finanzierungsstrukturen differenziert nach Unternehmensgröße	427
Tab. AN 2-3: Schiefe und Kurtosis bei der Sicherheitenquote	427
Tab. AN 2-4: Nutzung der verschiedenen Sicherheiten	428
Tab. AN 2-5: Sicherheitenart differenziert nach Rechtsform.....	428
Tab. AN 2-6: Hausbankbeziehung - Finanzkennzahlen	429
Tab. AN 2-7: Hausbankbeziehung - Beziehungsbezogene Variablen.....	430
Tab. AN 2-8: Kreditverfügbarkeit differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen	430
Tab. AN 3-1: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse - BARTLETT- Test und MSA.....	431
Tab. AN 3-2: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse - DZIUBAN/SHIRKEY.....	431
Tab. AN 4-1: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen.....	432
Tab. AN 4-2: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen mit den unternehmensbezogenen Variablen.....	434
Tab. AN 4-3: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen.....	435
Tab. AN 4-4: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Varia- blen mit den Finanzkennzahlen	437
Tab. AN 4-5: Korrelationsanalyse der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den unternehmensbezogenen Variablen.....	438
Tab. AN 4-6: Korrelationsanalyse der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen	439
Tab. AN 4-7: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen	440
Tab. AN 5-1: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissen- schaftlichen Variablen mit dem Zinssatz	442
Tab. AN 5-2: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (1)	443

Tab. AN 5-3: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (2)	443
Tab. AN 5-4: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	444
Tab. AN 5-5: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen.....	444

Symbolverzeichnis

€	Euro
©	Copyright
Ø	Durchschnittlich
®	Amtlich registrierte Marke
H	Hypothese
N	Stichprobe
R	Multiple Korrelation
R^2	Quadrierte multiple Korrelation, zugl. Bestimmtheitsmaß
R^2 korr.	Korrigiertes Bestimmtheitsmaß
\$	Dollar
*	Signifikant auf dem 10%-Niveau
**	Signifikant auf dem 5%-Niveau
***	Signifikant auf dem 1%-Niveau

Modell von Petersen/Rajan (1995)

D	Rückzahlungsbetrag
I	Investitionsbetrag
p	Wahrscheinlichkeit für Projekterfolg
t	Zeitpunkt
Y^R	Riskanter Projektertrag
Y^S	Sicherer Projektertrag

Logistische Regression

β	Logitkoeffizient
exp	Exponentialfunktion
ln	Natürlicher Logarithmus
$P(Y_i=1)$	Wahrscheinlichkeit für Eintritt des Ereignisses bei $X=i$
$P(Y_i=0)$	Wahrscheinlichkeit für Nichteintritt des Ereignisses bei $X=i$
X	Variable der Regression

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abl.	Ablehnung
AG	Aktiengesellschaft
Agg.	Aggregiert
AT	Allgemeiner Teil
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BGH	Bundesgerichtshof
BEF	Belgische Franken
Best.	Bestätigung
BMS Consulting GmbH	Berens Mosiek Siemes Consulting GmbH
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
bspw.	beispielsweise
BT	Besonderer Teil
BTO	Anforderungen an die Aufbau- und Ablauforganisation
BVR	Bundesverband der Deutschen Volks- und Raiffeisenbanken
BWA	Betriebswirtschaftliche Auswertung
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
c.p.	ceteris paribus
CRD	Capital Requirement Directive
d.h.	das heißt
DSGV	Deutscher Sparkassen- und Giroverband
DEV	durchschnittliche erklärte Varianz
DM	Deutsche Mark

DZ BANK AG	Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank AG
eG	eingetragene Genossenschaft
et al.	et alii
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EUR	Euro
evtl.	eventuell
exkl.	exklusive
f.	folgende
F.	Formel
ff.	fort folgende
FKB	Firmenkundenbetreuer
FN	Fußnote
FoLL	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
GB	Geschäftsbeziehung
ggf.	gegebenenfalls
gem.	gemäß
HGB	Handelsgesetzbuch
Hrsg.	Herausgeber
GroMiKV	Großkredit- und Millionenkreditverordnung
i.A.	in Abhängigkeit
ICAAP	Internal Capital Adequacy Assessment Process
i.d.R.	in der Regel
ifk	Institut für Kredit- und Finanzwirtschaft

IfM	Institut für Mittelstandsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
IMP-Group	International Marketing and Purchasing Group
inkl.	inklusive
insb.	insbesondere
IRB	Internal Ratings Based
ITL	Italienische Lira
k.A.	keine Angabe
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
km	Kilometer
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
Korrel ² Max	Maximale quadrierte Korrelation zwischen den Konstrukten
KPMG	Klynveld, Peat, Marwick und Goerdeler
KWG	Kreditwesengesetz
MA	Mitarbeiter
MaK	Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft
MAR	Missing at random
MaRisk	Mindestanforderungen an das Risikomanagement
MCAR	Missing completely at random
MEUR	Millionen Euro
min.	Minuten
MinD	Managementinstrumente und -dialog
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
o.ä.	oder ähnliche

p.a.	per annum
Punktbi. K.	Punktbiserialer Korrelationskoeffizient
S.	Seite
s.o.	siehe oben
sog.	so genannte
SolvV	Solvabilitätsverordnung
Sp.	Spalte
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SRP	Supervisory Review Process
Tab.	Tabelle
TEUR	Tausend Euro
Tsd.	Tausend
Tz.	Textziffer
u.a.	unter anderem
u.dgl.	und dergleichen
USA	United States of America
USD	US-Dollar
usw.	und so weiter
u.U.	unter Umständen
verhaltenswissenschaftl.	verhaltenswissenschaftlich
vgl.	vergleiche
vs.	versus
WGZ BANK AG	Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank
WZ	Wirtschaftszweig

zeb/	Zentrum für Ertragsorientiertes Bankmanagement
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

A Literaturgestützte Fundierung der Untersuchung

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Motivation der Arbeit

Die Finanzierung über Bankkredite stellt in Deutschland die wichtigste Finanzierungsquelle für mittelständische Unternehmen dar.¹ Aufgrund der kleinen Finanzierungsvolumina ist die Finanzierung über den Kapitalmarkt für diese Unternehmen häufig keine geeignete Möglichkeit. Alternative, eigenkapitalähnliche Finanzierungsformen, wie bspw. Mezzanine, gewinnen zwar zunehmend an Bekanntheit, die Bedeutung an der Gesamtfinanzierung ist allerdings sehr gering.² Obwohl in der Presse Schlagzeilen zu lesen sind wie „Mezzanine – Eine moderne Finanzierungsform für den Mittelstand“ oder „Der Mezzanine-Markt brummt“³, nutzen lediglich ca. 1% der Unternehmen eine Mezzanine-Finanzierung.⁴ Auch in Zukunft wird die Bankfinanzierung die wichtigste Finanzierungsquelle dieser Unternehmen sein.⁵ Aufgrund der zentralen Bedeutung der Bankfinanzierung, die z.T. zu einer enormen Abhängigkeit der Unternehmen von der Bank führt, stellt sich aus Unternehmenssicht die Frage, durch welche Einflussfaktoren die zentralen Parameter des Kreditvertrags – der Zinssatz, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit – determiniert werden.

Mit der Einführung von Basel II wurde in der Presse vielfach der Eindruck erweckt, dass die Kreditentscheidung und die Höhe des Zinssatzes primär oder gar ausschließlich von der Ratingklasse des Unternehmens abhängt.⁶ Andere Einflussfaktoren wurden bei der Betrachtung häufig vernachlässigt oder gar vollends ignoriert. Um mögliche weitere Einflussfaktoren in Bezug auf die Parameter des Kreditvertrags identifizieren und deren Auswirkungen quantifizieren zu können, stellt die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung eine wichtige Voraussetzung dar. Diese Beziehung ist häufig durch eine Vielzahl von Produktbeziehungen sowie durch eine hohe Komplexität gekennzeichnet.⁷ Es ist zunächst erforderlich, die Funktionsweise einer Bankbeziehung möglichst ganzheitlich zu analysieren und die relevanten Wirkungszusammenhänge zu untersuchen. Nur wenn die Faktoren, die zum Aufbau und Erhalt einer Bankbeziehung beitragen, bekannt sind, können die potenziellen ökonomischen Wirkungen einer Veränderung dieser Faktoren analysiert werden.⁸

¹ Vgl. Berens/Högemann/Segbers (2005), S. 13.

² Vgl. hier und im Folgenden mind (2006), S. 17.

³ Vgl. hierzu und zu weiteren Schlagzeilen zur Bedeutung der Mezzanine-Finanzierung Brezski (2006).

⁴ Vgl. mind (2006), S. 6. Die Innenfinanzierung als präferierte Finanzierungsform wird hier nicht weiter betrachtet. Zu den präferierten Finanzierungsformen mittelständischer Unternehmen vgl. mind (2006), S. 6.

⁵ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 577.

⁶ Vgl. z.B. Brezski (2006).

⁷ Vgl. Moriarty/Kimball/Gay (1983), S. 4.

⁸ Vgl. Segbers (2007), S. 3.

Für die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung stellt die Neue Institutionenökonomie einen möglichen Bezugsrahmen dar. Während bei der neoklassischen Finanztheorie vornehmlich quantitative, rein ökonomische Aspekte des Kapitalmarktes betrachtet werden, stehen bei der Neuen Institutionenökonomie vielmehr qualitative, organisatorische und soziale Aspekte im Vordergrund.⁹ Zentrales Element bei der Analyse einer bestehenden Kunde-Bank-Beziehung im Kontext der Neuen Institutionenökonomie sind die Informationsasymmetrien zwischen den Geschäftspartnern. Zu Beginn einer Kunde-Bank-Beziehung sind diese Asymmetrien besonders hoch. Im Laufe der Beziehung sammelt die Bank Informationen, so dass diese Asymmetrien abgebaut werden.¹⁰ Die Unsicherheit der Bank in Bezug auf das Unternehmen wird aufgrund der verbesserten Informationsbasis reduziert.

Aus der Verschiebung der Informationsasymmetrien resultieren für den Unternehmer möglicherweise dahingehend Konsequenzen, als dass sich die Verschiebung unmittelbar in den Kreditkonditionen und somit in den Determinanten des Kreditvertrages – Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit – widerspiegelt.

Bei der Analyse in der vorliegenden Arbeit erfolgt aus nachstehenden Gründen eine Fokussierung auf mittelständische Unternehmen. Zum einen ist die Bankfinanzierung gerade für (nichtbörsengehandelte) mittelständische Unternehmen von elementarer Bedeutung.¹¹ Zum anderen ist zu vermuten, dass diese dargelegten Informationsasymmetrien bei der Finanzierung von mittelständischen Unternehmen besonders stark ausgeprägt sind, da für selbige wenige Publizitätsvorschriften existieren.¹² Des Weiteren wäre bei einer Analyse der Kunde-Bank-Beziehung bezogen auf alle Unternehmensgruppen der Umfang und die Komplexität des ökonomischen Problems zu groß, so dass eine empirische Studie keinen Erklärungsbeitrag liefern könnte.

Es gibt bereits zahlreiche empirische Studien, die die Kunde-Bank-Beziehung vor dem Hintergrund der Neuen Institutionenökonomie untersuchen. Im Fokus der meisten Studien steht der Einfluss der Variablen wie Dauer der Bankbeziehung, Anzahl der genutzten Produkte und Anzahl der Bankverbindungen des Unternehmens in Bezug auf die Parameter des Kreditvertrags Zinssatz, Kreditverfügbarkeit und Sicherheitenstellung.¹³ Die Variablen werden als Ursache für den Umfang der ausgetauschten Informationen betrachtet und in den Studien schließlich als Indikator für den Grad der bestehenden Informationsasymmetrien verwendet. Diese Annahme impliziert, dass bei zunehmender Beziehungsdauer der Umfang der ausgetauschten Informationen zwangsläufig steigt.

⁹ Vgl. Sjögren (1994), S. 315.

¹⁰ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 3.

¹¹ Vgl. Elsas (2001), S. 7.

¹² Zu größenabhängigen Erleichterungen für kleine und mittelgroße Kapitalgesellschaften bei der Offenlegung gem. HGB § 325 vgl. HGB § 326 und 327.

¹³ Vgl. bspw. Blackwell/Winters (1997), S. 275 ff., Berger/Udell (1995), S. 351 ff., Petersen/Rajan (1994), S. 3 ff.

Durch diese Annahme wird vernachlässigt, dass die einzelnen beteiligten Personen und deren Interaktion zentrales Element einer Geschäftsbeziehung sind.¹⁴ Gemäß einer Definition nach GEMÜNDEn handelt es sich bei einer Geschäftsbeziehung um „[...] langfristig angelegte, von ökonomischen Zielen geleitete Interaktionsprozesse und Bindungen zwischen Mitgliedern verschiedener Organisationen, die auf eine Folge von Austauschprozessen gerichtet sind“.¹⁵ Im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung steht somit nicht nur die Beziehung zwischen dem Unternehmen und der Bank, sondern auch die Beziehung zwischen dem Unternehmer bzw. dem Ansprechpartner des Unternehmens und dem Firmenkundenbetreuer im Fokus der Betrachtung. Genau dieser Aspekt macht eine Bankbeziehung so besonders im Vergleich zur Finanzierung über den anonymen Markt und verschafft der Bank eine Differenzierungsmöglichkeit: „Perhaps the most competitive service a bank can offer is what bankers call a relationship, which means the customer gets to deal with a real human being, preferably one who is knowledgeable and courteous and who is get to know his name.“¹⁶ Die Ausgestaltung der Beziehung hängt somit nicht nur von den beteiligten Organisationen, sondern auch von den beteiligten Personen ab. So werden persönliche Beziehungen auch weiterhin die Grundlage für die Hausbankbeziehung bilden, denn „Banking ist und bleibt People Business.“¹⁷ Personen entwickeln bspw. Meinungen und Einstellungen in Bezug auf die Kontaktperson und das Unternehmen, wodurch bewusst oder unbewusst ihre weiteren Handlungen und Entscheidungen beeinflusst werden. Bei der Beschreibung einer Kunde-Bank-Beziehung sind somit nicht nur objektiv messbare Größen wie die Anzahl der Bankverbindungen, sondern auch verhaltenswissenschaftliche Elemente zu berücksichtigen. Im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung ist aus diesem Grund die globale Atmosphäre eine wesentliche Größe, welche durch Konstrukte wie z.B. Vertrauen, Kundenbindung, Macht oder Abhängigkeit charakterisiert werden kann.¹⁸ Die Kunde-Bank-Beziehungen unterscheiden sich somit nicht nur durch den Grad der Informationsasymmetrie, sondern bspw. auch durch die Atmosphäre der Geschäftsbeziehung.¹⁹ Ferner darf sich die Analyse nicht auf die Beziehung zwischen dem Unternehmen und der Bank beschränken, sondern muss erweitert werden um die Beziehung zwischen den jeweiligen Kontaktpersonen.

Möglicherweise werden bei der Festlegung der Kreditkonditionen durch die Bank bzw. durch den Firmenkundenbetreuer neben den Effekten resultierend aus der Informationsasymmetrie andere Einflussgrößen berücksichtigt. Für die Analyse der ökonomischen Parameter der Beziehung erscheint es unerlässlich, den Bezugsrahmen der Neuen Institutionenökonomie um verhaltenswissenschaftliche Aspekte zu erweitern. SEGBERS hat ein integriertes Modell zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung entwickelt. In dem Modell werden diese verhaltenswissenschaftlichen Einflüsse in Bezug

¹⁴ Vgl. Segbers (2007), S. 36.

¹⁵ Gemünden (1990), S. 34.

¹⁶ Main (1982), S. 64.

¹⁷ Cromme (2008), S. 431.

¹⁸ Vgl. Håkansson (1982), S. 21 f., Turnbull/Valla (1986), S. 6 f.

¹⁹ Diese beiden Ansätze sind jedoch nicht alternativ, sondern ergänzend zu verstehen, da sich selbige gegenseitig beeinflussen.

auf die Konditionengestaltung integriert.²⁰ Diese theoretischen Zusammenhänge bedürfen einer empirischen Validierung.

Im deutschen Raum gibt es empirische Studien, die sich mit der Rolle der Hausbank auseinandersetzen.²¹ Allein die Tatsache, dass es sich bei einer Kunde-Bank-Beziehung um eine Hausbankbeziehung handelt, lässt nicht den Schluss zu, dass die Geschäftsbeziehung von einer guten Atmosphäre getragen wird und dass die beiden Ansprechpartner in einer vertrauensvollen Beziehung stehen. In einigen wenigen Studien wurde bereits der Effekt der Interaktionsvariablen Vertrauen in Bezug auf die genannten ökonomischen Parameter untersucht,²² allerdings mangelt es bei diesen Studien, z.B. von HARHOFF/KÖRTING und LEHMANN/NEUBERGER, an einer wissenschaftlich fundierten Konzeptualisierung der verwendeten Interaktionsvariablen.²³ Ferner liegt der Fokus dieser Studien ausschließlich auf der Vertrauensvariablen, so dass es hier an einer ganzheitlichen Betrachtung mangelt. Aufgrund der Defizite in der empirischen Forschung zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung resultiert die Motivation, eine Studie mit einer ganzheitlicheren Ausrichtung durchzuführen.

In dieser Arbeit erfolgt eine Fokussierung auf die Genossenschaftsbanken. Die vermuteten Zusammenhänge sind aufgrund der unterschiedlichen geschäftspolitischen Ausrichtung der verschiedenen in Deutschland existierenden Bankengruppen möglicherweise unterschiedlich stark ausgeprägt. Aufgrund der Mittelstandsfokussierung und der mit dem Regionalprinzip verbundenen großen Nähe von Genossenschaftsbanken kann davon ausgegangen werden, dass die Zusammenhänge zu den verhaltenswissenschaftlichen Einflussgrößen in diesem Bankensektor von noch stärkerer Bedeutung sind als bei anderen Bankengruppen, wie bspw. den Großbanken.²⁴

1.2 Zielsetzung der Untersuchung

Vor dem Hintergrund der geschilderten Defizite liegt die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit in der Erweiterung des Kenntnisstands über die Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung von Unternehmen. Theoretische Grundlage bildet hierbei u.a. das Modell von SEGBERS.²⁵ Es wird nicht der Anspruch erhoben, das Modell in seiner Gesamtheit zu prüfen. Stattdessen werden lediglich die Elemente des Modells untersucht, bei denen ökonomische Wirkungen in Bezug auf die Parameter des Kreditver-

²⁰ Vgl. Segbers (2007). Weitere zentrale Modelle sind u.a. das Modell von Petersen/Rajan (1995) aus dem Bereich der Relationship Banking-Theorie sowie das Modell der IMP-Group (1982) und das Modell von Ford (1990) zur Ausgestaltung von Geschäftsbeziehungen aus dem Bereich des Investitionsgütermarketings.

²¹ Vgl. bspw. Elsas/Krahen (1998), S. 1283 ff. oder Machauer/Weber (1998), S. 1355 ff.

²² Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 4, Harhoff/Körting (1998a), S. 2 ff., Harhoff/Körting (1998b), S. 1317 ff.

²³ Vgl. hier und im Folgenden Segbers (2007), S. 181.

²⁴ Zur Mittelstandsfokussierung als Bestandteil der geschäftspolitischen Ausrichtung der Genossenschaftsbanken vgl. BVR (2007a), S. 2. Zu den Besonderheiten der Genossenschaftsbanken vgl. ausführlich Kapitel A.2.2.2.

²⁵ Vgl. Segbers (2007), S. 2 ff.

trags vermutet werden. Effekte ohne ökonomische Konsequenz sind nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Ein Hauptaugenmerk liegt auf der Berücksichtigung der Interaktion zwischen den handelnden Personen, d.h. dem Firmenkundenbetreuer²⁶ und dem Ansprechpartner des Unternehmens. Die explizite Integration der persönlichen Interaktionen soll dazu beitragen, ein besseres Verständnis der Wirkungsgrößen in Bezug auf die Kreditkonditionen innerhalb einer derartigen Beziehung zu erlangen.

Während in anderen Studien wie bspw. bei ELSAS der Fokus darauf liegt, die Existenz eines ökonomisch erklärbaren abweichenden Kreditmanagements von Hausbanken zu erklären,²⁷ liegt der Fokus dieser Studie auf der Analyse der Existenz eines ökonomisch erklärbaren abweichenden Kreditmanagements in Abhängigkeit von der Ausgestaltung der verhaltenswissenschaftlichen Parameter. So kann nicht davon ausgegangen werden, dass bei allen Hausbankbeziehungen diese Interaktionsvariablen gleichermaßen ausgeprägt sind.

Ziel der Arbeit ist es zu untersuchen, ob aus den verhaltenswissenschaftlichen Elementen in einer Beziehung ökonomische Konsequenzen für das Unternehmen resultieren. Konkret soll geklärt werden, ob es in einer Beziehung, die bspw. durch eine gute Atmosphäre geprägt ist, Unterschiede im Hinblick auf die Zinskonditionen, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit gibt.

Insgesamt verfolgt die Untersuchung eine deskriptive und explikative Zielsetzung. Es soll der Kenntnisstand über die Kunde-Bank-Beziehung und insbesondere über die ökonomischen Auswirkungen von verhaltenswissenschaftlichen Aspekten erweitert werden. Es ist nicht das Ziel, auf Basis der empirischen Ergebnisse einen normativen Katalog von Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung abzuleiten.

1.3 Gang der Untersuchung

Das Untersuchungsziel wird durch einen dreigeteilten Untersuchungsaufbau verfolgt. Der erste Hauptteil (A) der Arbeit nimmt eine literaturgestützte Darstellung der für die empirische Auswertung grundlegenden Zusammenhänge vor. Die Durchführung der eigenen empirischen Untersuchung schließt sich im zweiten Hauptteil (B) an. Abschließend werden auf Basis der empirischen Ergebnisse im dritten Hauptteil (C) die Zusammenfassung und das Fazit der Untersuchung dargelegt. In Abb. A-1 wird der Gang der Untersuchung visualisiert, wobei nur die Kapitel dargestellt werden, die für das Verständnis der Struktur und der Argumentation in der Arbeit von Relevanz sind.

In Hauptteil A wird im Anschluss an die Einleitung in Kapitel A.2 eine Darstellung der Besonderheiten der beteiligten Beziehungspartner, d.h. der mittelständischen Unternehmen und der Banken, vorgenommen. Es erfolgt zunächst eine Herausarbeitung

²⁶ Insbesondere im genossenschaftlichen Sektor ist häufig auch ein Vorstandsmitglied der Bank die Kontaktperson des Unternehmens. Sofern im Folgenden der Begriff Firmenkundenbetreuer verwendet wird, ist darunter auch der Vorstand zu subsumieren.

²⁷ Vgl. Elsas (2001), S. 6.

der grundlegenden Eigenschaften mittelständischer Unternehmen sowie der besonderen Finanzierungsstrukturen derselbigen. In diesem Kapitel A.2.1 wird das Ziel verfolgt, sowohl den relevanten Untersuchungsgegenstand einzuzugrenzen als auch die Besonderheiten herauszuarbeiten. Anschließend erfolgt die Darstellung der Funktion von Banken sowie des deutschen Bankensystems. Da die Besonderheiten des deutschen Bankensystems zur Entwicklung des gerade für Deutschland typischen Hausbankprinzips geführt haben,²⁸ erscheint es notwendig, zunächst die Eigenarten desselbigen darzustellen.

Die veränderten gesetzlichen Rahmenbedingungen haben in der jüngeren Vergangenheit regelmäßig in der Presse eine Diskussion über die Kreditvergabe an mittelständische Kunden ausgelöst.²⁹ In diesem Kontext wurde vermehrt von einer risikoorientierten Bepreisung sowie von verschlechterten Rahmenbedingungen für die Kreditvergabe an mittelständische Unternehmen gesprochen.³⁰ In Kapitel A.3 wird untersucht, inwiefern die gesetzlichen Rahmenbedingungen einen Gestaltungsspielraum der Banken bei der Kreditvergabe zulassen. Konkret wird geprüft, welche Vorgaben hinsichtlich der relevanten ökonomischen Parameter Kreditzins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit gemacht werden.

In Kapitel A.4 wird ausführlich der Stand der aktuellen Relationship Banking-Theorie dargestellt. Nach einer Definition des Relationship Banking wird mit der Prinzipal-Agenten-Theorie der theoretische Bezugsrahmen für eine bestehende Geschäftsbeziehung geschaffen. Selbige bildet die Grundlage für die in Kapitel A.4.3 beschriebenen Forschungsansätze. Es folgt eine Deskription der theoretischen Modelle sowie der existierenden empirischen Erkenntnisse im Bereich des Relationship Banking. In der kritischen Würdigung dieses Forschungsstands wird aufgezeigt, dass verhaltenswissenschaftliche Elemente z.T. in der Argumentation zu den theoretischen Modellen am Rande erwähnt werden, in den klassischen empirischen Studien zum Relationship Banking aber keinerlei Berücksichtigung finden. Ferner werden in diesem Kapitel erste Erweiterungen der klassischen Ansätze dargestellt. Bei diesen Erweiterungen werden verhaltenswissenschaftliche Elemente bereits integriert, jedoch mangelt es an einer theoretisch fundierten Konzeptualisierung und Operationalisierung. Um dieses Defizit ausgleichen zu können, wird im nächsten Kapitel die theoretische Grundlage für die Berücksichtigung dieser Aspekte in der vorliegenden Studie geschaffen.

In Kapitel A.5 erfolgt die Analyse der Geschäftsbeziehung unter Berücksichtigung der Interaktion zwischen den beteiligten Parteien, d.h. dem Kunden und der Bank bzw. den jeweiligen Kontaktpersonen. Das theoretische Fundament entstammt im Wesentlichen dem Investitionsgütermarketing. Der Definition der Geschäftsbeziehung aus Marketingperspektive in Kapitel A.5.1 folgt die Darstellung bestehender theoretischer Modelle aus der Interaktionstheorie, welche explizit die in Kapitel A.4 monierte fehlende Berücksichtigung der Interaktion integrieren. Die Darstellung der Modelle in Kapitel A.5.2 zeigt, dass die Konstrukte Vertrauen und Commitment in allen beschrie-

²⁸ Vgl. Fischer (1990), S. 3.

²⁹ Vgl. z.B. Wirtschaftswoche (2008) oder FAZ (2005).

³⁰ Vgl. z.B. Brezski (2006).

benen Modellen von essenzieller Bedeutung und somit bei der Analyse einer bestehenden Geschäftsbeziehung zu berücksichtigen sind. Bevor diese Konstrukte in der vorliegenden empirischen Studie integriert werden, erfolgt eine Analyse des Forschungsstands. Anschließend werden die beiden Konstrukte jeweils definitorisch abgegrenzt. Basierend auf diesen Definitionen werden die jeweils bestehenden empirischen Ansätze dargestellt. Abschließend wird analysiert, inwiefern aus diesen beiden Konstrukten ökonomische Konsequenzen resultieren und eine Beeinflussung der Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit stattfindet. Diese Analyse bildet schließlich die Grundlage für die Hypothesenbildung im empirischen Teil der Arbeit.

Im Hauptteil B erfolgt die empirische Untersuchung der zuvor gewonnenen Erkenntnisse. In Kapitel B.1 werden die Grundlagen der Untersuchung und die deskriptiven Ergebnisse dargestellt. Zunächst wird das Vorgehen der Datenerhebung sowie die Datenaufbereitung beschrieben. Bei den deskriptiven Auswertungen lassen sich bereits erste Hinweise auf die Besonderheiten der Kunde-Bank-Beziehung identifizieren. Hier erfolgt u.a. eine Analyse ausgewählter Gruppenunterschiede, z.B. zwischen unterschiedlichen Branchen, unterschiedlichen Rechtsformen oder unterschiedlichen Formen der Bankbeziehung. In Kapitel B.2 folgt die Bildung der Hypothesen, basierend auf der im Teil A durchgeführten Analyse der ökonomischen Konsequenzen von Vertrauen und Commitment. In Kapitel B.3 schließt sich die statistische Überprüfung der Hypothesen an. Nach der Beschreibung des methodischen Vorgehens erfolgt basierend auf den theoretischen Erkenntnissen aus Kapitel A.5 zunächst die Konzeptualisierung und Operationalisierung der Konstrukte bzw. der notwendigen Dimensionen von Vertrauen und Commitment. Diese Ergebnisse bilden die Grundlage für die Überprüfung der Hypothesen, denn Vertrauen und Commitment werden in den nachfolgenden Untersuchungen als unabhängige Variablen berücksichtigt.

Anschließend werden die ökonomischen Wirkungen jeweils in Bezug auf die Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit analysiert. Im Fokus steht hier die Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Aspekte. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen lassen vermuten, dass die Bonität des Unternehmens eine wichtige Bedeutung bei der Kreditvergabe spielt. Aus diesem Grund wird auch dieser Größe eine besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Zusätzlich werden die Erkenntnisse der bestehenden traditionellen Relationship Forschung berücksichtigt. Ziel ist es aufzuzeigen, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen einen zusätzlichen Erklärungsgehalt zu diesen beiden Einflussbereichen haben. Aus diesem Grund erfolgt jeweils eine isolierte Analyse der Variablen aus den unterschiedlichen Bereichen sowie eine kombinierte Analyse der Variablen in Bezug auf die ökonomischen Parameter. Während bei dem Zinssatz nur eine Form der Operationalisierung gewählt wird, werden bei der Sicherheitenstellung und der Kreditverfügbarkeit verschiedene Operationalisierungen herangezogen und untersucht. Da das Skalenniveau der abhängigen Variablen unterschiedlich ist, kommen verschiedene Verfahren zur Hypothesenprüfung zur Anwendung. Dies sind die lineare Regression, die logistische Regression und die ordinale Regression. In den einzelnen Kapiteln werden zunächst die verwendeten Verfahren beschrieben und anschließend die Ergebnisse der Analyse dargestellt.

Die Arbeit schließt in Hauptteil C mit einer abschließenden Betrachtung der Untersuchung. In diesem Teil der Arbeit werden der Untersuchungsverlauf sowie die gewonnenen Erkenntnisse zusammengefasst.

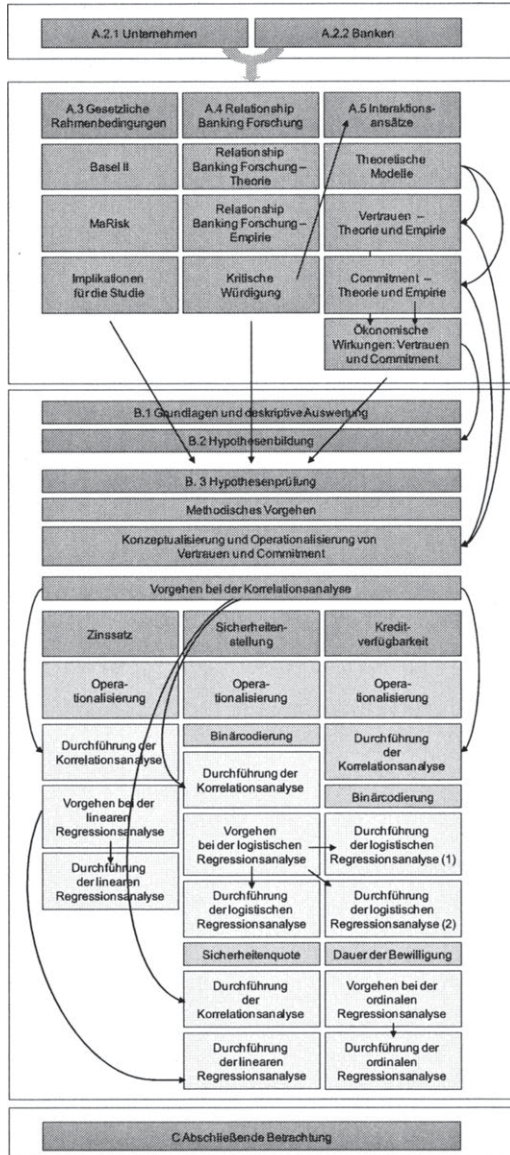


Abb. A-1: Aufbau der Arbeit

2 Mittelständische Unternehmen und ihre Banken

2.1 Mittelständische Unternehmen

2.1.1 Abgrenzung des Mittelstandsbegriffs

Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit ist die Beziehung zwischen Banken und ihren mittelständischen Firmenkunden. Nach einer Abgrenzung des relevanten Mittelstandsbegriffs erfolgt im Anschluss daran eine Herausarbeitung der Besonderheiten dieser Unternehmen.

Zwar lassen sich in der Literatur zahlreiche Mittelstandsdefinitionen³¹ finden, allerdings existiert weder eine allgemein anerkannte noch eine Legaldefinition des Begriffs Mittelstand.³² Ein entscheidendes Hemmnis bei Erstellung einer allgemeingültigen Definition ist die Vielzahl, Unterschiedlichkeit und Ungenauigkeit der Merkmale des Mittelstandes, mit denen man die vielen Gruppen zu einer einheitlichen zu verbinden versucht. Auf dem Gebiet der Mittelstandsforschung hat die umfassende Untersuchung von GANTZEL³³ aus dem Jahre 1962 die Grundlage für die zahlreichen möglichen Abgrenzungen und Einflussfaktoren der Unternehmensgröße geschaffen.³⁴ So werden je nach Autor bei dem Versuch der Erstellung einer Mittelstandsdefinition neben ökonomischen Merkmalen, auch soziologische, rechtliche, historische, politische, psychologische und statistische Merkmale herangezogen.³⁵ In Konsequenz ergibt sich eine sehr komplexe Vorstellung des Phänomens Mittelstand. Gerade diese vieldimensionalen, fließenden Grenzen, die Uneinheitlichkeit und die Beweglichkeit des Mittelstandes im modernen Wirtschaftsleben werden als charakteristisch für den Mittelstand erachtet.³⁶

Im Folgenden soll eine für diese Arbeit zweckmäßige Abgrenzung mittelständischer Unternehmen hergeleitet und vorgestellt werden, wobei zur Erstellung derselben quantitative und qualitative Kriterien kombiniert werden.

2.1.1.1 Quantitative Kriterien

Bei der Abgrenzung des Begriffs Mittelstand anhand von quantitativen Merkmalen stellt sich zum einen die Frage, welche Merkmale aus der Fülle möglicher Kriterien auszuwählen sind und zum anderen, welche Schwellenwerte verwendet werden sollen. Wesentliche Unterscheidungsmerkmale können u.a. quantitative Größen wie Anzahl

³¹ Vgl. Günterberg/Wolter (2002), S. 1-21. Gantzel findet insgesamt 190 Definitionen. Vgl. Gantzel (1962), S. 46. Moulin/Aerts finden sogar 200 Definitionen. Vgl. Moulin/Arts (1954), S. 168.

³² Wie auch bei Kosmider (1994) werden im Sinne einer Deckungsgleichheit im Weiteren folgende Begriffe synonym verwendet: Unternehmen, Unternehmung (als finanzielle-rechtliche Einheit) sowie entsprechend kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Mittelstand. Vgl. Kosmider (1994), S. 29, 30, FN 92.

³³ Vgl. Gantzel (1962), S. 40 ff.

³⁴ Vgl. Hinderer (1984), S. 7.

³⁵ Vgl. Gantzel (1962), S. 18.

³⁶ Vgl. Grünberg (1932), S. 137.

der Beschäftigten, Umsatzhöhe, Bilanzsumme, Quadratmeter Verkaufsfläche, Anzahl der Betten etc. sein.³⁷ KOCH nennt weitere Messzahlen als Abgrenzungskriterium wie die Lohn- und Gehaltssumme, die Rohstoffeinsatzmenge und den Energieverbrauch.³⁸ BUSSE VON COLBE gliedert die möglichen heranzuziehenden quantitativen Merkmale in Anlehnung an den betrieblichen Leistungsprozess: Einsatzmengen oder -werte elementarer Produktionsfaktoren, Kapitaleinsatz als Maßgröße, Leistungsmengen oder -werte als Maßgröße.³⁹ Auch GANTZEL nennt diverse Merkmale wie Jahresumsatz, Betriebskosten, Bilanzvolumen, Investitionskapital.⁴⁰

Die angeführten Maßgrößen zeigen bereits, dass hier z.T. eine Differenzierung nach Branchen vorgenommen wurde. So kann die Anzahl der Betten nur für Branchen wie das Hotelgewerbe oder die Quadratmeter Verkaufsfläche nur für die Handelsbranche sinnvoll sein. Eine differenzierte Aufgliederung nach Branchen ist allerdings nicht geeignet, da dies zu einer Unübersichtlichkeit bei der Ableitung einer sinnvollen Mittelstandsdefinition führen würde.⁴¹ So verhindert die differenzierte Aufgliederung branchenübergreifende Vergleiche und lässt sich bei branchenübergreifenden Analysen – bei einer solchen handelt es sich im vorliegenden Fall – nicht einsetzen.

Hingegen wird in der Literatur häufig auch die Forderung erhoben, dass die Auswahl der Merkmale nach Zweckmäßigkeit erfolgen soll.⁴² Da der Gegenstand der vorliegenden Untersuchung die Geschäftsbeziehung der mittelständischen Unternehmen zu ihren Banken ist, werden primär Finanzierungsaspekte beleuchtet, so dass die Abgrenzungskriterien aus dem Finanzbereich stammen sollten.

Da in den amtlichen Statistiken und im deutschen Recht die Beschäftigtenzahl, die Bilanzsumme und die Umsatzgröße am häufigsten verwendet werden,⁴³ erscheint ihre Verwendung für diese Untersuchung zweckmäßig. In der Literatur findet man zwecks Abgrenzung des Mittelstandsbegriffs häufig die Definitionen des Instituts für Mittelsstandsforschung in Bonn, die Empfehlung 96/280/EG der EU-Kommission vom 1. Januar 2005⁴⁴ sowie die Abgrenzung gemäß § 276 HGB (vgl. Tab. A-1). Bei der Definition der EU-Kommission muss neben den Größenkriterien zusätzlich das Kriterium der Unabhängigkeit erfüllt sein, wobei solche Unternehmen als unabhängig gelten, die nicht zu 25% oder mehr des Kapitals oder der Stimmenanteile im Besitz von einem oder mehreren Unternehmen stehen, welche die Definitionen der KMU nicht erfüllen.⁴⁵

³⁷ Vgl. Bussiek (1994), S. 17.

³⁸ Vgl. Koch (1959), S. 83.

³⁹ Vgl. Busse von Colbe (1964), S. 33 ff.

⁴⁰ Vgl. Gantzel (1962), S. 112.

⁴¹ Vgl. Gantzel (1962), S. 112.

⁴² Vgl. Lücke (1967), S. 21.

⁴³ Vgl. Schuster (1991), S. 13, Flacke (2007), S. 11.

⁴⁴ Vgl. EU Kommission (2003). Diese Definition wird bspw. in einer Anzahl von Gemeinschafts-akten und Programmen übernommen und wird im Bereich staatlicher Beihilfen in die KMU-Gruppenfreistellungsverordnung (inklusive der F&E-Beihilfen) sowie der Verordnung bzgl. Beihilfen für Berufsausbildung integriert.

⁴⁵ Vgl. Welter (2003), S. 29.

	IfM ⁴⁶		EU-Kommission ⁴⁷			HGB ⁴⁸		
	Beschäftigtenzahl	Umsatz in Mio. EUR	Beschäftigtenzahl	Umsatz in Mio. EUR	Bilanzsumme in Mio. EUR	Beschäftigtenzahl	Umsatz in Mio. EUR	Bilanzsumme in Mio. EUR
Mikro-/Kleinstunternehmen	-	-	< 10	<= 2	<= 2	-	-	-
Kleine Unternehmen	<= 9	< 1	< 50	<= 10	<= 10	< 50	< 8,0	< 4
Mittlere Unternehmen	10 - 499	<= 50	< 250	<= 50	<= 43	< 250	< 32,1	< 16
Großunternehmen	> 500	> 50	>= 250	> 50	> 43			

Tab. A-1: Definition des Mittelstands

Vergleicht man die verschiedenen Schwellenwerte hinsichtlich der Mitarbeiteranzahl, schwanken die diversen Angaben zwar, allerdings überschreitet keine den Wert von 500 Mitarbeitern, so dass diese Schwelle als obere Grenze gelten kann. Bei der Ziehung derartiger Grenzen zwischen KMU und großen Unternehmen wohnt ein gewisses Element der Willkür inne. So wird bei zwei qualitativ gleichen Unternehmen das Unternehmen mit 499 Mitarbeitern als KMU eingestuft, das Unternehmen mit 501 Mitarbeitern allerdings als Großunternehmen. Dennoch hat sich in der Wissenschaft die pragmatische, quantitative Definition durchgesetzt, dass es sich um mittelständische Unternehmen handelt, wenn die Beschäftigtenzahl unter 500 Mitarbeitern und der Umsatz unter 50 Mio. Euro liegen.⁴⁹

Die alleinige Abgrenzung des Mittelstands auf Basis dieser quantitativen Kriterien greift allerdings zu kurz.⁵⁰ Da die ausschließliche Verwendung der Betriebsgröße als Abgrenzungskriterium des Mittelstands nicht nur äußerst unexakt, sondern wie beschrieben z.T. auch willkürlich und entsprechend unbefriedigend wäre, werden im Folgenden die qualitativen Kriterien erarbeitet.

2.1.1.2 Qualitative Kriterien

Aufgrund der zuvor genannten Probleme bei der Verwendung von quantitativen Abgrenzungskriterien wird den qualitativen Merkmalen in der Mittelstandstheorie relativ große Aufmerksamkeit entgegengebracht. GANTZEL begründet dies auch damit, dass

⁴⁶ Vgl. Günterberg/Kayser (2004), S. 3.

⁴⁷ Vgl. Amtsblatt EU (2003a).

⁴⁸ Gemäß HGB § 267 in der Fassung vom 04. Dezember 2004 gelten als kleine Kapitalgesellschaften solche, die mindestens zwei der drei in Tab. A-1 dargestellten Merkmale für kleine Kapitalgesellschaften nicht überschreiten und als mittelgroße Kapitalgesellschaften solche, die mindestens zwei der drei Merkmale für kleine Kapitalgesellschaften überschreiten und mindestens zwei der drei Merkmale für mittelgroße Kapitalgesellschaften nicht überschreiten. Vgl. HGB (2004), § 267.

⁴⁹ Vgl. Welter (2003), S. 29.

⁵⁰ Vgl. Flacke (2007), S. 12.

Quantitäten keinen Typ darstellen können.⁵¹ Die Betriebsgröße ist gemäß GANTZEL als ein Strukturmerkmal derivativer Natur und somit als Folge qualitativer Ursachen zu betrachten.⁵² So beschreibt MUGLER als Kennzeichen mittelständischer Unternehmen nachstehende Eigenschaften:⁵³

- Einheit zwischen Unternehmensführung und Eigentum
- Starke Persönlichkeit des Unternehmers
- Existenz eines persönlichen Netzwerkes des Unternehmers zu Lieferanten, Kunden und der Öffentlichkeit
- Leistungserstellung nach individuellen Kundenwünschen
- Häufig enge und informelle Kontakte zwischen der Unternehmensleitung und den Mitarbeitern
- Geringer Formalisierungsgrad der Organisation
- Flexibilität in Bezug auf Umweltveränderungen
- Ein häufig nur geringer Marktanteil, eine geringe Produktpalette bzw. ein geringer Diversifikationsgrad

Insbesondere der erste Aspekt – die Leitung durch den Eigentümer bzw. mehrheitlichen Kapitaleigner – kann als zentrales Kennzeichen von KMU betrachtet werden.⁵⁴ Auch bei der Definition durch die EU-Kommission wurde dieser Aspekt durch die geforderte Konzernunabhängigkeit berücksichtigt. Als konzernunabhängig gelten solche Unternehmen, bei denen sich weniger als 25% des Kapitals in der Hand eines anderen Unternehmens befinden.⁵⁵ Bei den KMU befindet sich das Eigenkapital typischerweise nicht in den Händen von Großunternehmen, sondern von privaten Eigentümern.⁵⁶ Zwar können Großunternehmen Tochtergesellschaften haben, deren quantitative Obergrenzen sich unterhalb der oben genannten Werte bewegen, allerdings weicht die Führungssituation durch einen angestellten Geschäftsführer und durch die Abhängigkeit von der Muttergesellschaft von derjenigen ab, in der sich ein Unternehmer befindet, der gleichzeitig Kapitaleigner ist und nicht die finanzielle und materielle Unterstützung eines Großunternehmens im Rücken hat. Diese Selbstständigkeit wird z.T. weiter gefasst und zwar als rechtliche und wirtschaftliche (dispositive) Unabhängigkeit. Diese rechtliche und wirtschaftliche Unabhängigkeit ist wohl das signifikanteste Kriterium mittelständischer Unternehmen, wobei die juristische Selbstständigkeit der dispositiven in der Regel vorgelagert wird,⁵⁷ da prinzipiell nur durch sie Handlungsfreiheit gewährleistet wird.⁵⁸

⁵¹ Vgl. Gantzel (1962), S. 279.

⁵² Vgl. Gantzel (1962), S. 263.

⁵³ Vgl. Mugler (1998), S. 20.

⁵⁴ Vgl. Bussiek (1994), S. 18.

⁵⁵ Vgl. EU Kommission (2003b), Art. 3 (2).

⁵⁶ Vgl. Bussiek (1994), S. 18.

⁵⁷ Vgl. Kosmider (1993), FN 100.

⁵⁸ Vgl. Kosmider (1993), S. 32.

Das Unternehmen wird durch die Verantwortlichkeit des Unternehmers geprägt, der das Risiko trägt und dessen Existenzgrundlage und Einkommen durch den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens bestimmt wird. Dieser Aspekt der eigenverantwortlichen, d.h. der unmittelbar persönlichen Erfolgs- und Risikohaftung aufgrund der selbstständigen Arbeits- bzw. Leistungsentscheidung äußert sich in einer Verflechtung von Unternehmensleitung und Inhaberschaft und wird daher treffend mit der Eigentümerunternehmerschaft umschrieben.⁵⁹ Je nach Mentalität des Unternehmers werden somit besonders risikoreiche Vorgehensweisen oder sehr zurückhaltende Kapitaldispositionen gewählt, um das eigene Risiko möglichst gering zu halten. Aufgrund der bestehenden Kapitalbindung resultiert oft eine lebenslange Bindung an das Unternehmen sowie eine im Vergleich zu Unternehmen mit angestellten Geschäftsführern abweichende Zielsetzung in der Unternehmensleitung.⁶⁰ Für den Eigentümer-Unternehmer ist die Unternehmenssicherung und Selbstständigkeit weit wichtiger als die Gewinnsteigerung. Der angestellte Geschäftsführer hingegen misst der Selbstständigkeit eine weit geringere Bedeutung zu, stattdessen ist die Gewinnerwirtschaftung als Indikator seiner Leistung das oberste Ziel. Daraus ergeben sich erhebliche Implikationen für die Führung, da der Eigentümer nicht nur eine reine Steuerungsfunktion ausübt, sondern, anders als bspw. der angestellte Geschäftsführer oder Vorstand, auch persönliche Risiken eingeht.

Ein Problem der qualitativen Abgrenzung ist in der Festlegung der oberen Definitionsgrenze zu sehen. Die durch die Unternehmensperson geschaffene mittelständische Identität des Unternehmens wird durch das Wachstum des Unternehmens nicht plötzlich untergehen.⁶¹ Eine obere Begriffsabgrenzung mit nur qualitativen Kriterien kann bisher nicht generell gelöst werden. Da qualitative Kriterien nur schwer zu operationalisieren sind, erscheint eine Kombination von quantitativen und qualitativen Kriterien sinnvoll.

2.1.1.3 Arbeitsdefinition und gesamtwirtschaftliche Bedeutung

Da trotz der zahlreichen Ansätze keine einheitliche Definition in der Literatur existiert, sollte die Festlegung der Abgrenzungsmerkmale in Abhängigkeit von dem Ziel der Untersuchung erfolgen.

Aufgrund der weiten Verbreitung in der Literatur wird auch in dieser Studie auf die quantitativen Abgrenzungsmerkmale Mitarbeiterzahl und Umsatz rekurriert.⁶² Als mittelständisch wird ein Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten und einem Umsatz von weniger als 50 Mio. EUR angesehen.⁶³ Diese Abgrenzung erscheint für

⁵⁹ Vgl. Hinderer (1984), S. 9.

⁶⁰ Vgl. hier und im Folgenden Bussiek (1994), S. 18.

⁶¹ Vgl. Hamer (1987), S. 53 f.

⁶² Vgl. hierzu Kapitel B.1.1.1.

⁶³ Vgl. Welter (2003), S. 29. Für die empirische Untersuchung im Hauptteil B ist es erforderlich, dass für die zu untersuchenden Unternehmen ein bankinternes Rating aus den Ratingsegmenten Mittelstand, Übergangsbereich oder Oberer Mittelstand vorliegt. Denn im Rahmen der Untersuchung wird auf die im Rating ermittelte Ausfallwahrscheinlichkeit zurückgegriffen. Die Einord-

die Studie deshalb sinnvoll, da bei größeren Unternehmen die eingangs erwähnten, in den theoretischen Modellen des Relationship Banking zugrunde gelegten Informationsasymmetrien zwischen Kunde und Bank weniger ausgeprägt sind.

Diese rein quantitative Abgrenzung wird noch um die qualitativen Aspekte ergänzt. Bei der qualitativen Abgrenzung wurden insbesondere die rechtliche und wirtschaftliche Selbstständigkeit sowie das Kriterium der Einheit von Eigentum und Leitung als zentral herausgestellt. Das Kriterium der Einheit von Eigentum und Leitung ist zwar für die Studie für die Erklärung verschiedener Phänomene von Interesse, allerdings wird selbiges anders als das Kriterium der Selbstständigkeit nicht als notwendiges Kriterium herangezogen. In Anlehnung an die Definition der EU-Kommission werden konzernabhängige Unternehmen, d.h. Unternehmen bei denen mehr als 25% des Kapitals in der Hand eines anderen Unternehmens sind, von der Betrachtung ausgeschlossen. Dieses qualitative Merkmal ist für die Analyse der Geschäftsbeziehung zwischen Kunde und Bank insofern von Relevanz, als dass ein Unternehmen, welches in ein Konzernnetzwerk eingebunden ist, vermutlich eine stärkere Verhandlungsposition hat. Ferner sind in diesem Fall die Informationsprozesse zur Bank aufgrund von Konzernvorgaben möglicherweise anders ausgestaltet. Des Weiteren stehen im öffentlichen Markt aufgrund von Publikationen des Konzerns vermutlich mehr Informationen zur Verfügung und im Falle der Zahlungsunfähigkeit greift gegebenenfalls die Konzernhaftung. Zudem erfolgt möglicherweise die Kreditaufnahme bei der Bank nicht durch das konzernabhängige Unternehmen, sondern durch das Mutterunternehmen. Das abhängige Unternehmen wiederum refinanziert sich bei dem Mutterunternehmen, so dass hier besondere Finanzierungsstrukturen vorliegen. In Tab. A-2 werden die herangezogenen Abgrenzungskriterien zusammengefasst.

Abgrenzungskriterium	Schwellenwert
Mitarbeiterzahl	< 500
Umsatz	260 Tsd. EUR - 50 Mio. EUR ⁶⁴
Kapital in Besitz eines anderen Unternehmens	< 25%

Tab. A-2: Abgrenzungskriterien für mittelständische Unternehmen

2.1.2 Finanzierungsstrukturen und Unternehmensstrukturen in mittelständischen Unternehmen

Da mittelständische Unternehmen u.a. charakterisiert sind durch eine geringe Größe und die Einheit zwischen Eigentum und Leitung, resultiert ein Einfluss auf die Wahl

nung in eines der drei Ratingsegmente ist im Wesentlichen vom Umsatz des zu ratenden Unternehmens abhängig. Die Umsatzgrenzen sind wie folgt: Ratingsegment Mittelstand: 260 Tsd. EUR bis 4 Mio. EUR, Übergangsbereich: 4 bis 6 Mio. EUR, Oberer Mittelstand: 6 Mio. EUR bis 1 Mrd. EUR. Vgl. Hromadka/Döhring (2007), S. 259. In Konsequenz werden Unternehmen, deren Umsatz unterhalb der Mindestgröße dieser Ratingsegmente von 260 TEUR liegt, nicht berücksichtigt. Vgl. hierzu Kapitel B.1.1.

⁶⁴ Zur Abgrenzung nach unten vgl. ausführlich Kapitel B.1.1 sowie Fußnote 63.

der Finanzierungsinstrumente und damit auf die Kapitalstruktur.⁶⁵ Die Selbstfinanzierung ist die präferierte Finanzierungsform des Mittelstands.⁶⁶ Allerdings reichen die Gewinne mittelständischer Unternehmen in der Regel nicht aus, um das benötigte Kapital allein über die Selbstfinanzierung aufzubringen. Dies ist einerseits begründet durch die teilweise schlechte Ertragslage, andererseits besteht in vielen mittelständischen Unternehmen die Notwendigkeit, dass der Inhaber regelmäßig Entnahmen aus dem Unternehmen zur Bestreitung des Lebensunterhaltes tätigen muss. Entsprechend ist es unerlässlich, auf Finanzierung von außerhalb des Unternehmens zurückzugreifen.⁶⁷ Die Eigenkapitalquoten betragen im bundesweiten Durchschnitt lediglich 29,7% (vgl. Tab. A-3).

Umsatz in Millionen Euro	Gesamt	< 2	2 - < 10	10 - < 50	≥ 50
Eigenkapital in Relation zur Bilanzsumme	29,7%	18,9%	24,0%	28,5%	30,0%

Tab. A-3: Eigenkapitalquoten deutscher Unternehmen in 2006⁶⁸

Aus eigener Motivation bevorzugen mittelständische Unternehmen neben der Selbstfinanzierung den Bankkredit, weil die Bereitschaft fehlt, die für eine Nutzung des Kapitalmarkts notwendige Transparenz walten zu lassen.⁶⁹ Unabhängig vom eigenen Willen ist für viele mittelständische Unternehmen der Gang an den Kapitalmarkt aber auch objektiv schwierig, weil den von ihnen emittierten Assets das nötige kritische Volumen fehlt. Gleichzeitig verfügen sie aber auch häufig nicht über das Know-how und die personellen Ressourcen, um sich intensiv mit der Finanzierung zu beschäftigen.⁷⁰ Mittelständische Unternehmen müssen auch weiterhin auf die Fortsetzung der engen und teilweise langjährigen Bankbeziehung vertrauen, da alternative Finanzierungsformen nur begrenzt genutzt werden bzw. zur Verfügung stehen.⁷¹ So lässt sich hinsichtlich der Finanzierungsstrukturen eine starke Konzentration auf Fremdkapitalfinanzierungen konstatieren, die traditionell durch Hausbanken bereitgestellt werden.⁷² Banken sind gemäß der klassischen Betrachtungsweise allerdings nur dann bereit, einem Unternehmen weitere Kredite zu gewähren, wenn ein bestimmtes Verhältnis von haftendem Eigenkapital zu Fremdkapital nicht unterschritten wird, da ihnen bei höherem Fremdkapitalanteil das Risiko zu hoch erscheint.⁷³ Dieses Verhältnis ist nach Ländern, Wirtschaftszweigen und Unternehmensgrößen unterschiedlich und u.a. auch von Faktoren wie etwa gestellten Sicherheiten, Finanzierungszweck, Laufzeit etc.

⁶⁵ Vgl. Müller et al. (2006), S. 187.

⁶⁶ Vgl. Geiseler (1999), S. 135.

⁶⁷ Vgl. Müller et al. (2006), S. 188.

⁶⁸ Vgl. Bundesbank (2008b).

⁶⁹ Zur Reihenfolge der durch die mittelständischen Unternehmen präferierten Finanzierungsmöglichkeiten vgl. Paul/Stein (2003), S. 420 ff.

⁷⁰ Vgl. Müller et al. (2006), S. 1.

⁷¹ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 577.

⁷² Vgl. Koop/Maurer (2006), S. 29.

⁷³ Vgl. Busse von Colbe/Hamman/Lassmann (1992), S. 65.

abhängig. Sobald der Eigenkapitalanteil die von der Bank geforderte Grenze unterschreitet, kann die Fremdfinanzierung nur durch die Erhöhung der Eigenkapitalbasis ausgedehnt werden. Wenn die bisherigen Eigentümer nicht selbst über zusätzliche Finanzmittel verfügen, dann ist die Beschaffung von zusätzlichem Eigenkapital für kleine oder mittlere Unternehmen häufig nur durch Aufnahme neuer Gesellschafter möglich.⁷⁴ Aufgrund der zentralen Bedeutung der Bankfinanzierung, die z.T. sogar zu einer enormen Abhängigkeit von der Bank führen kann, erscheint die Notwendigkeit der Analyse der Bankbeziehung evident.

Neben der Bedeutung der Bankfinanzierung für das mittelständische Unternehmen ergeben sich aber auch aus den besonderen Unternehmensstrukturen Implikationen für die Analyse der Bankbeziehung. Der Kreis von Führungskräften ist in mittelständischen Unternehmen in der Regel auf eine oder wenige Personen begrenzt, so dass sich eine große direkte Abhängigkeit des gesamten Betriebsgeschehens von diesen wenigen Personen ergibt.⁷⁵ Charakteristisch für Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen ist vielfach die Aufgabenkonzentration sowie die Aufgabenüberlastung.⁷⁶ Gemäß einer Studie von FLACKE zu mittelständischen Unternehmen werden in 73% der untersuchten Fälle die Controlling-Aufgaben unter anderem durch die Geschäftsführung und in 34% der Fälle ausschließlich durch die Geschäftsführung erfüllt.⁷⁷ Resultierend aus der Aufgabenkonzentration ist der Unternehmenseigentümer gleichzeitig auch Ansprechpartner der Bank im Rahmen der Kreditbeschaffung.

Die Besonderheit der Finanzierungsstrukturen mittelständischer Unternehmen sowie deren spezifische Unternehmensstrukturen lassen Implikationen für die Beziehung zur Bank erwarten. Nachdem zunächst die Unternehmenseite betrachtet wurde, wird im Folgenden die Funktion von Banken im Allgemeinen und anschließend das deutsche Banksystem im Speziellen beschrieben. Es folgt eine Konkretisierung durch die Darstellung des Firmenkundengeschäfts und hier insbesondere des Kreditgeschäfts als ein wesentlicher Bestandteil des Firmenkundengeschäfts.

2.2 Banken

2.2.1 Theoretische Grundlagen sowie Funktionen von Banken

In der Theorie der Finanzintermediation werden Banken als Institutionen erklärt, die durch das Vermitteln von Finanzierungskontrakten und durch das Eintreten in Finanzierungsverträge Transaktionskosten reduzieren, die aus ungleich verteilten Informationen zwischen den originären Kapitalgebern und den originären Kapitalnehmern resultieren.⁷⁸ Das wohl bekannteste informationsökonomische Modell zur Erklärung

⁷⁴ Vgl. Busse von Colbe/Hamman/Lassmann (1992), S. 65.

⁷⁵ Vgl. Kosmider (1993), S. 39.

⁷⁶ Vgl. Kosmider (1993), S. 39.

⁷⁷ Vgl. Flacke (2007), S. 134.

⁷⁸ Vgl. Bömer (2005), S. 53.

der Vorteilhaftigkeit der Intermediärsfinanzierung von DIAMOND basiert auf der Idee, dass Banken Informationsasymmetrien zwischen Kapitalgebern und -nehmern besser reduzieren können als alternative Finanzinstitutionen.⁷⁹

Die Informationstransformationsfunktion wird als eine der wichtigsten volkswirtschaftlichen Funktionen von Banken angesehen.⁸⁰ Die hohe Abstraktheit, die häufig mit einer hohen Erklärungsbedürftigkeit einhergeht, ist ein zentrales Kennzeichen von Bankleistungen⁸¹ und hat wesentliche Implikationen auf die Art der Beziehung zwischen dem Kunden und der Bank. Die Erklärungsbedürftigkeit ist vor allem evident bei Beratungsleistungen, denn gerade aufgrund des größeren Know-hows des Kundenbetreuers – sei es bei der Kapitalanlage, bei der Kreditaufnahme oder bei der Risikoabsicherung – wünscht der Kunde, eine Beratung und Hilfestellung bei der Problemlösung und -strukturierung zu bekommen. In Konsequenz kann der Kunde die Beratungsleistung des Firmenkundenbetreuers kaum hinreichend beurteilen.⁸² Die fehlende Beurteilungsfähigkeit kommt insbesondere dann zum Tragen, wenn die typischen Merkmale eines mittelständischen Unternehmens erfüllt sind, wie bspw. eine eher technisch statt kaufmännisch orientierte Ausbildung des Geschäftsführers und Ansprechpartners der Bank, ein eher unzureichendes Informationswesen oder fehlende Spezialisten. Die unmittelbare Qualitäts- oder Ergebniskontrolle wird dann durch Vertrauen in die Bank ersetzt.

Dieser Vertrauaspekt kommt aber auch bereits bei der Informationsbereitstellung zum Tragen, denn Bankprodukte sind vorwiegend Dienstleistungen, die auf der Verarbeitung vertraulicher Kundeninformationen beruhen. Diese Vertraulichkeit der Informationen bewirkt, dass in der Regel alle Schritte der Leistungserstellung, insbesondere im Kreditgeschäft, von der Produktentwicklung über die Bonitätsprüfung bis zur Kreditverwaltung und den Marketing- und Vertriebsaufgaben in der eigenen Bank erledigt werden.⁸³ Im genossenschaftlichen Sektor werden nicht alle Schritte in der Bank durchgeführt; die Primärbanken erhalten Unterstützung von den Zentralbanken oder Spezialinstituten, z.B. bei der Produktentwicklung,⁸⁴ oder von den Regionalverbänden und dem BVR, z.B. bei der Entwicklung von Betreuungskonzeptionen.⁸⁵

2.2.2 Banksystem in Deutschland mit dem Fokus auf Genossenschaftsbanken

Das Geschäftsbankensystem in der Bundesrepublik ist durch das Universalbankprinzip gekennzeichnet, wobei unter einer Universalbank ein Finanzintermediär verstanden wird, der sämtliche Bankleistungen anbietet.⁸⁶ In der erweiterten Definition, die dem

⁷⁹ Vgl. Diamond (1984). Eine kurze Darstellung des Modells folgt in Kapitel A.4.3.1.1.

⁸⁰ Vgl. für eine ausführliche Definition Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 5 ff. in Bezug auf Finanzmärkte und S. 133 ff. in Bezug auf Banken.

⁸¹ Vgl. Börner (2005), S. 55.

⁸² Vgl. Börner (2005), S. 55.

⁸³ Vgl. Groß/Michaelis (2002), S. 164.

⁸⁴ Vgl. hierzu WGZ (2008), S. 33, DZ Bank (2008a), S. 12, BVR (2008c).

⁸⁵ Vgl. hierzu bspw. VR Finanzplan Mittelstand (2006), S. 2.

⁸⁶ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 62.

deutschen Verständnis nahe kommt, dürfen Universalbanken darüber hinaus auch solche Leistungen anbieten, die traditionell nicht zu den Bankleistungen zählen. Als Beispiele für derartige Leistungen sind Versicherungsleistungen, die Bereitstellung von Eigenkapital für Unternehmen im Nichtbankensektor oder Beratungsleistungen für Unternehmen zu nennen.⁸⁷ Dabei nehmen jedoch die klassischen Bankgeschäfte wie das Kreditgeschäft und das Einlagengeschäft einen hohen Stellenwert ein.⁸⁸ Das Trennbankensystem, wie zum Beispiel in den USA, ist hingegen dadurch gekennzeichnet, dass die Banken nur jeweils eine Teilmenge der möglichen Bankleistungen anbieten dürfen.⁸⁹

Unter dem Einfluss wirtschaftlicher, politischer, gesellschaftlicher und rechtlicher Entwicklungen haben sich im Laufe der Zeit in Deutschland die verschiedenen Arten von Kreditinstituten herausgebildet. Eine Unterteilung der deutschen Geschäftsbanken ist möglich nach den Kriterien Geschäftsstruktur (in Universal- und Spezialinstitute), geographischer Wirkungsbereich (in lokal, regional, überregional und international tätige Institute), einzelwirtschaftliche Zielsetzung (in erwerbswirtschaftlich, gemeinnützig, und nach einem Förderauftrag ausgerichtete Institute) und – damit zusammenhängend – nach dem Kriterium der Rechtsform (in privatrechtliche, öffentlich-rechtliche, genossenschaftliche Institute).⁹⁰ Im pluralistischen Banksystem der Bundesrepublik lassen sich bei den Universalbanken drei Gruppen unterscheiden.⁹¹

- Kreditbanken
- Sparkassen
- Genossenschaften

Die Gruppe der Kreditbanken kann eingeteilt werden in Großbanken, Regionalbanken, Privatbankiers und Zweigstellen ausländischer Banken,⁹² wobei zur ersten Gruppe derzeit die Deutsche Bank, die HypoVereinsbank, die Dresdner Bank⁹³, die Commerzbank und die Deutsche Postbank gehören.⁹⁴ Großbanken unterscheiden sich von den Sparkassen und Genossenschaftsbanken zum einen hinsichtlich der Größe der Einzelinstitute, zum anderen aber auch durch ihre nationale und internationale Ausrichtung, die für die Großbanken typisch ist. Damit einher geht auch ein umfangreiches Geschäft mit Großkunden und eine vergleichsweise geringe Präsenz innerhalb der Regio-

⁸⁷ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 23.

⁸⁸ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 26.

⁸⁹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 62.

⁹⁰ Vgl. Süchting (1992), S. 188.

⁹¹ Die Spezialbanken, wie z.B. Hypothekenbanken und Kreditinstitute mit Sonderaufgaben, werden im Rahmen der Untersuchung nicht näher betrachtet.

⁹² Vgl. Süchting (1992), S. 31.

⁹³ Am 31.08.2008 hat der Aufsichtsrat der Allianz dem Verkauf der Dresdner Bank an die Commerzbank zugestimmt. Der Abschluss der Transaktion steht allerdings noch unter dem Vorbehalt der aufsichts- und kartellrechtlichen Genehmigungen. Es ist geplant, die Dresdner Bank zu einem späteren Zeitpunkt auf die Commerzbank zu verschmelzen. Vgl. Allianz (2008).

⁹⁴ Vgl. Bundesbank (2008d), S. 25.

nen. Neben den Großbanken werden unter den Kreditbanken u.a. auch noch Regionalbanken, deren Marktgebiet grundsätzlich auf eine Region bestimmt ist, subsumiert.⁹⁵

Anders als die Großbanken sind Sparkassen und Kreditgenossenschaften „[...] mit ihrem engmaschigen Netz und ihrer Produktpalette auf das Geschäft mit Privatkunden und mittelständischen Unternehmen ausgerichtet.“⁹⁶ Die Sparkassen-Finanzgruppe, welche die Gesamtheit aller Sparkassen, die Landesbanken, die Landesbausparkassen, die Erstversicherergruppen der Sparkassen, die DekaBank sowie zahlreiche Kapitalbeteiligungsgesellschaften und Spezialkreditinstitute umfasst,⁹⁷ ist gemessen sowohl am Geschäftsvolumen als auch an den Einlagen und Krediten – wie in Tab. A-4 ersichtlich – mit Abstand die bedeutendste Bankengruppe in Deutschland.

Neben den bereits angesprochenen Banken gibt es eine Fülle von Spezialbanken, wie bspw. Hypothekendarlehenbanken, Bausparkassen und Investmentgesellschaften.⁹⁸ Anders als im Trennbankensystem erfolgte die Fokussierung der Spezialbank auf bestimmte Tätigkeitsgebiete nicht aufgrund gesetzlicher Vorgaben, sondern aufgrund der Marktentwicklung.

	Geschäftsvolumen	Verbindlichkeiten/ Einlagen	Kredite
Sparkassen-Finanzgruppe	35,3%	39,1%	38,4%
Großbanken	29,3%	31,7%	24,9%
Genossenschaftsbanken	12,2%	18,1%	15,0%
Sonstige Kreditbanken ⁹⁹	23,2%	11,1%	21,7%

Tab. A-4: Marktanteile der Kreditinstitute in 2006¹⁰⁰

Da der Fokus der vorliegenden Studie auf Genossenschaftsbanken liegt, werden von den oben beschriebenen Geschäftsbanken lediglich die Kreditgenossenschaften ausführlicher behandelt. Diese Gruppe des Universalbankenbereichs in Deutschland setzt sich aus den Kreditgenossenschaften (Primär-genossenschaften) in Form von Volksbanken, Raiffeisenbanken, Spar- und Darlehenskassen u.dgl. sowie den Zentralbanken – WGZ BANK AG und DZ BANK AG – zusammen.¹⁰¹ Gemeinsames Merkmal aller Genossenschaftsbanken ist der durch § 1 Genossenschaftsgesetz zum rechtlichen Merkmal erhobene Förderzweck, der lautet, dass es Aufgabe ist, den „[...] Erwerb oder die Wirtschaft ihrer Mitglieder oder deren soziale oder kulturelle Belange durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb zu fördern (Genossenschaften)“¹⁰². In der Litera-

⁹⁵ Vgl. Süchting (1992), S. 189.

⁹⁶ Bundesbank (2003), S. 41.

⁹⁷ Vgl. Sparkassen-Finanzgruppe (2008).

⁹⁸ Vgl. hier und im Folgenden Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 25.

⁹⁹ Unter dem Begriff „sonstige Kreditbanken“ werden im Wesentlichen Regionalbanken, Privatbankiers und Zweigstellen ausländischer Banken zusammengefasst. Vgl. hierzu Bundesbank (2007b), S. 110.

¹⁰⁰ Vgl. DSGVO (2006a), S. 20.

¹⁰¹ Vgl. BVR (2007), S. 15.

¹⁰² Genossenschaftsgesetz (2007), § 1, Absatz 1.

tur lassen sich verschiedene Definitionen und Thesen zum Förderungsauftrag aus ökonomischer Sicht auffinden. Einigkeit besteht lediglich darin, dass der Hauptzweck der Genossenschaften in der „wirtschaftliche[n] Förderung der Mitglieder in ihrer Identität als Kunden und Träger der Genossenschaften“¹⁰³ bestehe. Die Mitgliedschaft bei einer Bank ist auf eine längerfristige Geschäftsbeziehung ausgelegt.¹⁰⁴ Das Prinzip der Mitgliedschaft erlangt im Rahmen der weiteren Studie insofern noch mal Relevanz, als dass es sich hierbei um eine besondere Form der Kundenbindung handelt und möglicherweise Unterschiede im Hinblick auf die Bankbeziehung zu Mitgliedern und Nichtmitgliedern zu beobachten sind.

Die erste Stufe des genossenschaftlichen Bankensektors, die Primärgenossenschaften, die überwiegend in der Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft betrieben werden, stellt eine wesentliche Säule des deutschen Bankensystems dar.¹⁰⁵ Ein wichtiges Merkmal der Primärgenossenschaften ist das vorherrschende, mit dem Sparkassensektor vergleichbare Regionalprinzip.¹⁰⁶ Es hat in den letzten drei Jahrzehnten eine nachhaltige Tendenz zu Fusionen gegeben, die sich auch heute noch fortsetzt und mittels derer die Bildung leistungsfähigerer und rationellerer Einheiten angestrebt wird. Wie in Tab. A-5 dargestellt, hat sich die Zahl der Institute in den letzten drei Jahrzehnten drastisch verringert: so betrug die Zahl der rechtlich selbstständigen Kreditgenossenschaften 1970 noch 7.096 im Vergleich zu 1.232 Kreditgenossenschaften im Jahr 2007.¹⁰⁷ Während die Zahl der Primärkreditgenossenschaften seit 1970 um 83% gesunken ist, ist gleichzeitig die aggregierte Bilanzsumme um 1582% gestiegen und die durchschnittliche Bilanzsumme von 6 Mio. EUR auf 513 Mio. EUR angewachsen.

¹⁰³ Grosskopf (1989), S. 26.

¹⁰⁴ Vgl. Theurl (2005), S. 23.

¹⁰⁵ Vgl. BVR (2007a), S. 2.

¹⁰⁶ Vgl. Büschgen (1998), S. 95.

¹⁰⁷ Vgl. BVR (2008a), S. 1, BVR (2008b), S. 1.

Jahr	Anzahl Banken	Anzahl Bankstellen	Agg. Bilanzsumme in Mio. EUR	Ø Bilanzsumme in Mio. EUR	Kundenkredite in Mio. EUR
1970	7.096	18.339	39.938	6	24.874
1975	5.196	19.200	79.169	15	45.668
1980	4.226	19.769	145.206	34	95.525
1985	3.660	19.689	210.623	58	132.874
1990	3.344	20.744	297.888	89	170.360
1995	2.589	19.724	448.733	173	268.017
2000	1.794	17.490	534.863	298	332.692
2005	1.290	14.122	590.768	458	353.645
2006	1.255	13.858	607.590	484	360.093
2007	1.232	13.625	632.142	513	366.965

Tab. A-5: Entwicklung der Volks- und Raiffeisenbanken ab 1970¹⁰⁸

Kreditgenossenschaften bieten heutzutage – oftmals in Zusammenarbeit mit den Zentralbanken oder den für Spezialgeschäfte zuständigen Beteiligungsinstituten des Verbundes – ein Universalleistungsprogramm an.¹⁰⁹ Im Aktivgeschäft bildet das kurz-, mittel- und langfristige Kreditgeschäft den Schwerpunkt, während das Wertpapier- und das Deviseneingengeschäft nur eine nachgeordnete Bedeutung haben. Im Passivgeschäft spielen insbesondere auch unter Refinanzierungsgesichtspunkten die Spareinlagen eine wichtige Rolle. Die Volks- und Raiffeisenbanken, die mit dem Gedanken der Selbsthilfe gegründet worden sind, unterstützen mit einem vielfältigen Angebot, das oft durch neue Sparformen erweitert wird, das Ziel der Vermögensbildung breiter Bevölkerungsteile. Auch im Dienstleistungsgeschäft hat man sich bei den Kreditgenossenschaften – oftmals mit Hilfe der übrigen Verbundinstitute – dem Angebot der Universalbanken angepasst.

Nach Imageuntersuchungen ist wichtigstes Attraktionsmerkmal der Genossenschaftsbanken die in der Regel noch gegebene Möglichkeit des persönlichen Kontaktes zu Mitarbeitern und häufig auch zu den Entscheidungsträgern, ein Umstand der von den Bankkunden in den Randlagen der Städte und auf dem Lande besonders geschätzt wird.¹¹⁰ Dies ergibt sich unter anderem aus der Tatsache, dass an der General- bzw. Vertreterversammlung der örtlichen Genossenschaftsbank häufig Unternehmer teilnehmen und auch in den Aufsichtsräten der Genossenschaftsbank vielfach Unternehmer vertreten sind. Aus diesem Grund besitzen genossenschaftliche Institute bessere Voraussetzungen als Sparkassen und Großbanken, sich in der mittelständischen Kundschaft darzustellen. Ferner zeichnen sich die Genossenschaftsbanken durch eine gute

¹⁰⁸ Vgl. BVR (2008a), S. 1. Nach der Deutschen Apotheker- und Ärztebank ist die Berliner Volksbank mit 10.280,4 Mio. EUR Bilanzsumme die größte, die Raiffeisenbank eG, Struvenhütten mit 12,5 Mio. EUR die kleinste Genossenschaftsbank. Vgl. BVR (2008a), S. 1.

¹⁰⁹ Vgl. hierzu und im Folgenden Büschgen (1998), S. 95.

¹¹⁰ Vgl. Grüger (1991), S. 370. Häufig ist nicht allein der Firmenkundenbetreuer, sondern auch der Vorstand die Kontaktperson des Unternehmers.

Kenntnis der Gegebenheiten der Region und der regionalen Märkte aus.¹¹¹ Gleichzeitig ermöglichen die Zentral- und Spezialinstitute sowie die Verbände die Nutzung von Größen-, Synergie- und Organisationsvorteilen und von Netzwerkeffekten. Die kurzen und deshalb schnellen Entscheidungswege sowie die vergleichsweise kleinen Marktbe- reiche geben ihnen weiterhin in der Anpassungsfähigkeit, z.B. der Konditionen an die örtlichen Verhältnisse, Vorteile, die von Kreisparkassen und Großbankfilialen in ihrem übergreifenden Aktionsumfeld nicht realisiert werden können.¹¹² So zeichnen sich die Genossenschaftsbanken durch Schnelligkeit bei den Kreditentscheidungen, Flexibilität bei Konditionen und Gebühren sowie günstige Zahlungsverkehrsgebühren und Kredit- konditionen im Vergleich zu anderen Geldinstituten aus.¹¹³ In allen diesen genannten Kriterien werden die Genossenschaftsbanken gemäß einer Studie der TNS infratest besser bewertet als die Sparkassen, Großbanken und die Postbank.

2.2.3 Firmenkundengeschäft mit dem Fokus auf dem Kreditgeschäft als ein Geschäftsfeld der Banken

Der Mittelstand wird zwar von vielen Banken und Bankengruppen als Kernzielgruppe hervorgehoben.¹¹⁴ Gleichzeitig werden aber auch die aufgrund der hohen Wettbewerbs- intensität geringen Margen in diesem Kundensegment moniert.¹¹⁵ Die Ergebnisse der Banken im Firmenkundengeschäft sind häufig zu niedrig, um die Eigenkapitalkosten zu decken.¹¹⁶ Ursächlich für die niedrige Rentabilität ist unter anderem die angespannte Risikosituation aufgrund der hohen Insolvenzzahlen der vergangenen Jahre. Das Fir- menkundengeschäft gilt aus Sicht des Kapitalmarktes seit Jahren als ein unattraktives Geschäftsfeld mit unzureichenden Renditen, begrenztem Wachstum und hohen Kapi- talanforderungen, von dem sich viele Banken gerne trennen würden.¹¹⁷ Diese Meinung spiegelt sich auch in den Marktbewertungen von Banken mit Schwerpunkt Firmen- kundengeschäft wider, welche im Durchschnitt niedriger ausfallen als die von Wett- bewerbern mit anderen Ausrichtungen.

Im gehobenen Firmenkundengeschäft bestehen hingegen umfassende Geschäftsmög- lichkeiten, allerdings ist hier die Zahl der potenziellen Kunden begrenzt.¹¹⁸ Setzt man die Untergrenze für das klassische Firmenkundengeschäft – wie dies viele deutsche Großbanken vorgeben – beispielsweise bei einer Umsatzgröße von 2,5 Mio. EUR p.a., dann gehören lediglich noch etwas mehr als 5% der statistisch erfassten Unternehmen zur Zielgruppe des Firmenkundengeschäfts. Absolut gesehen wären dies etwa 130.000

¹¹¹ Vgl. hier und im Folgenden Theurl (2005), S. 27 f.

¹¹² Vgl. Süchting (1978), S. 5.

¹¹³ Vgl. hier und im Folgenden TNS infratest (2008), S. 54 ff.

¹¹⁴ Gemäß einer Studie der zeb erzielen die Banken häufig 30 bis 35% der Erlöse mit mittelständi- schen Firmenkunden. Vgl. Rinker/Putzer/Käser (2004), S. 5.

¹¹⁵ Vgl. Berens et al. (2005), S. 784.

¹¹⁶ Vgl. hier und im Folgenden Rinker/Putzer/Käser (2004), S. 7.

¹¹⁷ Vgl. hier und im Folgenden Mattern/Orlopp (2002), S. 51.

¹¹⁸ Vgl. Dahmen/Jacobi (1997), S. 16.

Unternehmen, wobei die Zahl mit zunehmender Unternehmensgröße rasch abnimmt.¹¹⁹ 75% der Kunden von Genossenschaftsbanken haben einen Umsatz von weniger als 1 Mio. EUR und 93% einen Umsatz von weniger als 5 Mio. EUR.¹²⁰ Das Adresspotenzial für das gehobene Firmenkundengeschäft ist also begrenzt, zumal sich am als „overbanked“ geltenden Bankenplatz Deutschland die meisten Banken gerade um das Zielgruppensegment der gehobenen Firmenkunden besonders bemühen.¹²¹

Gemäß einer handlungsorientierten Definition des Firmenkundengeschäfts umfasst dieses neben dem klassischen Firmenkundengeschäft (Kredite, Transaktionsdienstleistungen, Anlageprodukte und Asset Finance) auch das Investment Banking mit Firmenkunden (Devisenhandel, Renten, Aktien, Advisory und Derivate).¹²² Mit diesem integrierten Ansatz wird der Tatsache Rechnung getragen, dass schon heute viele Unternehmen ein breites Produktspektrum aus einer Hand fordern und viele Institute durch Cross Selling das klassische Firmenkundenangebot erweitert haben. Somit beinhaltet das Firmenkundengeschäft heute alle Bankgeschäfte und banknahen Geschäfte, wie bspw. auch Versicherungen oder betriebliche Altersvorsorge.

Ein zentrales Geschäftsfeld im Firmenkundenbereich ist das Kreditgeschäft. Die große finanzielle Abhängigkeit vieler mittelständischer Unternehmen von den Banken hat in den vergangenen Jahren zu einer extremen Kreditfokussierung in den Ertragsstrukturen der Banken geführt, so erwirtschaften die Banken teilweise deutlich mehr als 50% ihrer Gesamterträge¹²³ und 71% ihrer Erträge im Firmenkundensektor¹²⁴ mit dem Kreditgeschäft. Der ausgeprägte Wettbewerb sowie eine lang anhaltende Niedrigzinsphase haben dazu beigetragen, dass die durchschnittliche Kreditzinsmarge im europäischen Firmenkundengeschäft deutlich gesunken ist. Der Ertrag aus kreditdominierten Kundenverbindungen entspricht in der Regel nicht den Deckungsbeitragsanforderungen, die vom Verwaltungsaufwand, der Risikoversorge und den Kapitalkosten determiniert werden.¹²⁵ Insbesondere die Standardrisikokosten für den erwarteten Verlust sowie die Kapitalverzinsung als „Versicherungsprämie“ für den unerwarteten Verlust treiben die Margen- und Ertragsanforderungen für mittlere und hohe Risikoklassen. Die geringe Spreizung der Kreditmarge zeigt, dass eine angemessene Bezahlung der Risiken der Kreditvergabe im Markt nicht erzielbar ist. Das Kreditgeschäft nimmt dennoch seit jeher eine dominante Rolle im Geschäft mit den Firmenkunden ein.¹²⁶ Allein das Produktportfolio im Firmenkundengeschäft umfasst alle erdenklichen Formen von Kreditprodukten und Sicherheitskonstruktionen, um möglichst jeden Kreditbedarf individuell abdecken zu können. Auch das Know-how der Mitarbeiter in diesem Bereich ist vor-

¹¹⁹ Vgl. Dahmen/Jacobi (1997), S. 16. Zu den Potenzialen und Strukturen im Firmenkundengeschäft vgl. auch Rinker/Putzer/Käser (2004), S. 11.

¹²⁰ Vgl. TNS infratest (2008), S. 6.

¹²¹ Vgl. Rickes (2006), S. 152.

¹²² Vgl. hier und im Folgenden Mattern/Orlopp (2002), S. 52.

¹²³ Vgl. Boehm-Bezing (2002), S. 86.

¹²⁴ Vgl. Berens et al. (2005), S. 784.

¹²⁵ Vgl. hier und im Folgenden Boehm-Bezing (2002), S. 86. Eine ausführliche Darstellung der Parameter der Konditionengestaltung erfolgt in Kapitel A.3.3.

¹²⁶ Vgl. Groß/Michaelis (2002), S. 164.

rangig auf die Kreditvergabe fokussiert, was sich darin zeigt, dass Bonitätsbeurteilungen und Kreditentscheidung noch immer die Kernkompetenz eines Firmenkundenbetreuers sind. Lange Zeit ließ sich das Firmenkundengeschäft auf diese Weise lukrativ betreiben. Spätestens seit Mitte der 90er Jahre kristallisierten sich jedoch Trends und Entwicklungen heraus, die eine Fortführung des bisherigen Ansatzes nicht mehr zulassen und das Firmenkundengeschäft vor neuartige Herausforderungen stellen.¹²⁷ Das Selbstverständnis des Firmenkundenbetreuers als reiner Kreditverkäufer ist nicht mehr zeitgemäß.

Im Rahmen der Kreditvergabe müssen die Banken vielfältige Erfordernisse erfüllen. Einerseits ist das Risiko der jeweiligen Transaktion möglichst genau zu beurteilen und andererseits müssen unter Einhaltung aller regulatorischen Bestimmungen die Bearbeitungszeiten und Kosten möglichst niedrig gehalten werden. Zwar sind Losgröße und Komplexität im mittelständischen Firmenkundensegment signifikant höher als zum Beispiel im Retailbereich, wo häufig bereits ein sehr hoher Grad an Standardisierung und Effizienz in der Bearbeitung erreicht ist, dennoch sind niedrige Prozesskosten unabdingbar für die Profitabilisierung des Kreditgeschäfts mit diesen Kunden, insbesondere im Kontext des sich verschärfenden Wettbewerbs.¹²⁸ Die Automatisierung von Kreditentscheidungen stellt einen großen Hebel sowohl zur Kostensenkung als auch zur Serviceverbesserung im Kreditgeschäft mit mittelständischen Unternehmen dar.

Diese Ausführungen zeigen, dass die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung nicht nur für die mittelständischen Unternehmen aufgrund ihrer Abhängigkeit von der Bank, sondern auch für die Bank aufgrund der großen Bedeutung des Kreditgeschäfts mit Firmenkunden von Interesse ist. Folgerichtig werden nicht alle ökonomischen Auswirkungen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung untersucht, sondern lediglich die Auswirkungen in Bezug auf die kreditrelevanten Parameter Kreditzins, Sicherheitensstellung und Kreditverfügbarkeit.

Aufgrund diverser Entwicklungen im Bankensektor ist die Kreditvergabe durch Banken in den vergangenen Jahren zusehends restriktiver geworden.¹²⁹ Eine große Rolle spielen die neuen Anforderungen des Gesetzgebers an die Banken, zum einen hinsichtlich ihrer Eigenkapitalausstattung, zum anderen die interne Organisation des Kreditvergabeprozesses betreffend.¹³⁰ Ersteres findet sich in Basel II wieder, Letzteres ist durch die Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) geregelt und umgesetzt.¹³¹ Nach der Darstellung der relevanten Inhalte von Basel II in Kapitel A.3.1 und den MaRisk in Kapitel A.3.2 wird in Kapitel A.3.3 geprüft, welche Auswirkungen diese gesetzlichen Vorschriften auf die zuvor genannten ökonomischen Parameter haben und inwiefern diese somit möglicherweise eine Beeinflussung derselben bspw. durch verhaltenswissenschaftliche Parameter verhindern oder einschränken.

¹²⁷ Vgl. hier und im Folgenden Groß/Michaelis (2002), S. 165.

¹²⁸ Vgl. Klenke/Pfetsch/Baetge (2007), S. 34.

¹²⁹ Vgl. hierzu aktuelle Meldungen, z.B. N-TV (2008).

¹³⁰ Vgl. Müller et al. (2006), S. 4.

¹³¹ Vgl. Koop/Maurer (2006), S. 32.

3 Gesetzliche Rahmenbedingungen und ihre Implikationen in Bezug auf die Konditionengestaltung

3.1 Basel II

3.1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Am 26. Juni 2004 hat der Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht¹³² unter dem Titel „International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards, A Revised Framework“ das endgültige Papier, das verkürzt Basel II genannt wird, veröffentlicht.¹³³ Bei Basel II handelt es sich um die Revision der bisherigen Eigenkapitalüber-einkunft aus dem Jahre 1988. Durch Basel II werden Rahmenvorgaben definiert, innerhalb derer sich im weiteren Umsetzungsprozess der Regulierungen auch Veränderungen ergeben können. Basel II steht deshalb so stark im Interesse der Öffentlichkeit, da die Vorgaben die Geschäfts- oder die Risikoübernahmefähigkeiten der Institute in mehr oder minder restriktiver Form begrenzen und somit maßgeblich die geschäfts-politischen Rahmenbedingungen der Kreditinstitute bestimmen. Ziel von Basel II ist es, zum einen die regulatorischen Eigenkapitalanforderungen stärker an die Risiken anzupassen, denen die Banken ausgesetzt sind,¹³⁴ und zum anderen die Banken zu einer stärkeren Beachtung des Ausfallrisikos eines Kreditnehmers bei der Vergabe und der Bepreisung von Krediten anzuhalten.¹³⁵

Bei den Ergebnissen des Baseler Ausschusses handelt es sich jedoch lediglich um Empfehlungen, sie haben keinerlei rechtlichen bindenden Charakter.¹³⁶ In der Europäischen Union wurde Basel II mittels der EU-Richtlinien 2006/48/EG und 2006/49/EG vom Juni 2006, die eine ganze Reihe von europäischen Besonderheiten z.B. bei Krediten an mittelständische Unternehmen berücksichtigen, bis Ende 2006 umgesetzt.¹³⁷ Während sich die Baseler Regeln selbst nur an international tätige Kreditinstitute richten,¹³⁸ erlangen die durch die EU-Richtlinien in nationales Recht umgesetzten Vorgaben für alle in der Bundesrepublik Deutschland tätigen Institute Geltung (im Gegen-

¹³² Der Baseler Ausschuss setzt sich zusammen aus Vertretern von Zentralbanken und Bankenaufsichtsbehörden der Länder Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Luxemburg, Niederlande, Schweden, Schweiz, Spanien und den USA. Der Ausschuss entwickelt u.a. Aufsichtsstandards und Empfehlungen für die Bankenaufsicht, wie bspw. die Eigenkapitalvorschriften Basel II. Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 1 und BaFin (2008). Die Empfehlungen des Ausschusses werden jedoch häufig auch von anderen Ländern in deren nationales Recht umgesetzt. So wurden z.B. die Empfehlungen des Baseler Akkords von 1988 in mittlerweile über 100 Ländern umgesetzt. Außerdem will der Ausschuss die Zusammenarbeit zwischen den national zuständigen Aufsichtsbehörden verbessern. Vgl. Söhlke (2002), S. 38.

¹³³ Vgl. hier und im Folgenden Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 37.

¹³⁴ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2006), S. 5.

¹³⁵ Vgl. Müller et al. (2006), S. 5.

¹³⁶ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 37.

¹³⁷ Vgl. Suyter (2006), S. 1328.

¹³⁸ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 7.

satz zu der nur partiellen Umsetzung von Basel II in den USA).¹³⁹ In Deutschland werden diese Regeln durch Änderungen des Kreditwesengesetzes (KWG) sowie der Solvabilitätsverordnung (SolvV) beziehungsweise die Großkredit- und Millionenkreditverordnung (GroMiKV)¹⁴⁰ umgesetzt.¹⁴¹ Die Regelungen traten in Deutschland offiziell zum 1. Januar 2007 in Kraft und damit hat auch die Phase der Anwendung der neuen Basel II-Eigenkapitalregeln in Deutschland begonnen. Vorhandene Wahlrechte bzgl. der im Folgenden vorgestellten Ansätze ermöglichten allerdings die Anwendung ab 1. Januar 2008.¹⁴² Aufgrund der notwendigen vorlaufenden Tätigkeiten besaßen die Auswirkungen von Basel II aber auch schon vor der vorgeschriebenen Einführung Relevanz.¹⁴³

3.1.2 Die drei Säulen von Basel II

Nach der Fokussierung der bisherigen Regeln auf quantitative Mindestkapitalstandards werden mit der Basel II-Umsetzung zwei zusätzliche Aspekte eingeführt: der bankgeschäftliche Überprüfungsprozess und die Offenlegungsstandards.¹⁴⁴ Diese Aspekte spiegeln sich in den drei Säulen von Basel II wider.

3.1.2.1 Säule I

Die erste Säule beschreibt Mindeststandards sowohl quantitativer als auch qualitativer Art für die Eigenkapitalausstattung der Institute zur Deckung der Kreditrisiken und der operationellen Risiken. Mit diesen Vorgaben verfolgt der Baseler Ausschuss das Ziel, durch die Berücksichtigung interner und externer Bonitätsbeurteilungen ein flexibleres System zur Erfassung und Unterlegung von Kreditrisiken zu schaffen.¹⁴⁵

Die Mindestkapitalanforderungen für das Kreditrisiko, Marktrisiko und das operationelle Risiko schreiben vor, dass das Verhältnis von anrechenbarem Eigenkapital zu gewichteten Risikoaktiva nicht geringer als 8% sein darf.¹⁴⁶ Zur Ermittlung der gewichteten Risikoaktiva aus dem Kreditgeschäft beschränkten sich die bisherigen Ei-

¹³⁹ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 38.

¹⁴⁰ Die Verordnung über die angemessene Eigenkapitalausstattung von Instituten, Institutsgruppen und Finanzholding-Gruppen (Solvabilitätsverordnung - SolvV) dient der weiteren Umsetzung der Richtlinie 2006/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2006 über die Aufnahme und Ausübung der Tätigkeit der Kreditinstitute (Neufassung) (ABl. EU Nr. L 177 S. 1) und der Richtlinie 2006/49/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2006 über die angemessene Eigenkapitalausstattung von Wertpapierfirmen und Kreditinstituten (Neufassung) (ABl. EU Nr. L 177 S. 201). Vgl. SolvV (2006), S. 1.

¹⁴¹ Vgl. Bundesbank (2006), S. 72.

¹⁴² Vgl. Grüntker/Kühn (2007), S. 716.

¹⁴³ Vgl. Segbers (2007), S. 105. Die Banken haben bspw. bereits vor der vorgeschriebenen Einführung ein Rating des Kunden durchgeführt. Ferner war für die Entwicklung eines geeigneten Rating-Systems die Sammlung einer umfangreichen Datenbasis erforderlich. Eine faktische Umsetzung der Vorgaben war bei allen untersuchten Kreditinstituten gegeben.

¹⁴⁴ Vgl. hier und im Folgenden Bundesbank (2006), S. 70.

¹⁴⁵ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 38.

¹⁴⁶ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 12.

genkapitalanforderungen des Baseler Akkords (Basel I) auf eine einfache, aufsichtsrechtlich vorgegebene Klassifizierung von Forderungen mit lediglich fünf verschiedenen Risikogewichten (0%, 10%, 20%, 50% und 100%) ohne Berücksichtigung des Ausfallrisikos des einzelnen Kreditnehmers.¹⁴⁷ Dies führt im Beispiel dazu, dass die bankaufsichtlich geforderte Eigenkapitalunterlegung für einen Kredit nicht das tatsächliche Ausfallrisiko des einzelnen Kreditnehmers reflektiert, da alle gleichartigen Kreditnehmer (z.B. gewerbliche Unternehmen) unabhängig von ihrer Bonität einem bestimmten Risikogewicht zugeordnet werden.¹⁴⁸ In Konsequenz entstanden dem Kreditinstitut die gleichen Eigenkapitalkosten unabhängig von der Bonität.

Basel II stellt die Ermittlung eines bonitätsabhängigen Risikogewichts für eine Forderung oder eine Geschäftsart in den Mittelpunkt der Kreditrisikoquantifizierung.¹⁴⁹ Die Ermittlung des Risikogewichts für die Forderung eines Schuldners erfolgt durch eine der nachstehenden Methoden:

- Standardansatz
- IRB-Basisansatz
- IRB fortgeschrittener Ansatz.¹⁵⁰

Bei dem Standardansatz greifen die Banken auf Ratingbeurteilungen von externen Ratingagenturen zurück, wobei die Verwendung externer Ratings die Zustimmung der Bankenaufsichtsbehörde erfordert.¹⁵¹ In Abhängigkeit von der externen Bonitätsbeurteilung werden den Risikopositionen, die bestimmten Forderungsklassen zugeordnet werden müssen, einzelne Risikogewichte beigemessen.¹⁵² Der Standardansatz findet ferner auch für ungeratete Positionen bzw. für bestimmte Kredite, wie zum Beispiel im Rahmen des Mengengeschäfts oder im Hypothekengeschäft, Anwendung. In diesem Fall hat die feste Zuordnung eines einheitlichen Risikogewichts weiterhin, d.h. wie bereits bei Basel I, Bestand. Besondere Vorteile ergeben sich dabei für die Positionen des Mengengeschäfts, da diese nach den neuen Vorschriften nur noch mit einem Bonitätsgewicht von 75% statt wie bisher mit 100% zu gewichten sind. Dies ist vor allem für die mittelständische Wirtschaft vorteilhaft, da grundsätzlich auch kleine und mittelgroße Unternehmen bis zu einer Gesamtverschuldung bei dem jeweiligen Institut von insgesamt 1 Mio. EUR der Forderungsklasse Mengengeschäft zugeordnet werden. Diese geänderten Regelungen dürften insbesondere kleinere und mittelgroße Banken begünstigen, die ihren Schwerpunkt im Mengengeschäft haben.¹⁵³

Sowohl bei dem IRB-Basisansatz als auch bei dem IRB fortgeschrittenen Ansatz bildet ein internes Rating des Kreditnehmers die Grundlage für die Ermittlung der Bonitätsgewichtungsfaktoren. Letztere werden anhand einer Formel ermittelt, welche die Ausfallwahrscheinlichkeit des Kreditnehmers, die Verlustausfallquote, die ausstehenden

¹⁴⁷ Vgl. Bundesbank (2006), S. 71.

¹⁴⁸ Vgl. Bundesbank (2006), S. 69.

¹⁴⁹ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 377.

¹⁵⁰ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 14 ff.

¹⁵¹ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 38.

¹⁵² Vgl. Bundesbank (2006), S. 79.

¹⁵³ Vgl. hier und im Folgenden Bundesbank (2006), S. 79.

Forderungen bei Ausfall und die effektive Restlaufzeit berücksichtigt. Wie in Abb. A-2 dargestellt, müssen die Banken bei dem IRB-Basisansatz die Ausfallwahrscheinlichkeit für jede ihrer Risikoklassen selbst schätzen und für die anderen relevanten Risikokomponenten (Verlustrisikofaktor, ausstehende Forderungen bei Ausfall und effektive Restlaufzeit) von der Bankenaufsicht vorgegebene Schätzungen verwenden.¹⁵⁴

Im fortgeschrittenen Ansatz müssen die Banken die effektive Restlaufzeit selbst berechnen und ihre eigenen Schätzungen der Parameter Ausfallwahrscheinlichkeit, Verlustrisikofaktor und ausstehende Forderungen vorlegen. Die Risikogewichte werden für einzelne Risikopositionen auf Grundlage der individuell geschätzten Parameter aufgeteilt nach bestimmten Forderungsklassen mittels Risikogewichtungsformeln errechnet.¹⁵⁵ Vor dem Hintergrund, dass bei den IRB-Ansätzen die Risikoparameter durch die Institute selbst geschätzt werden, erfordert deren Verwendung die Zulassung durch die Aufsicht.

Bei den Kreditgenossenschaften wenden ca. 60% den Standard- und 40% den IRB-Basisansatz an.¹⁵⁶

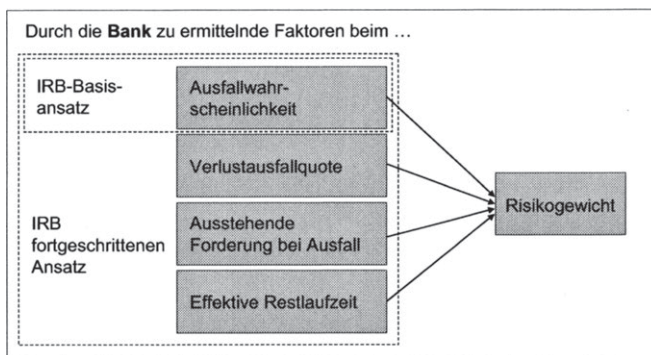


Abb. A-2: Berechnung des Risikogewichtes im IRB-Ansatz¹⁵⁷

Neben den bisher angesprochenen Kreditrisiken sind auch die operationellen Risiken mit Eigenkapital zu hinterlegen, wobei das operationelle Risiko definiert wird als die Gefahr von Verlusten, die infolge der Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder infolge externer Ereignisse eintreten.¹⁵⁸ Analog zu den Kreditrisiken lassen sich hier wieder verschiedene Ansätze zur Risikoquantifizierung finden. Aufgrund der fehlenden Relevanz für die Arbeit sollen diese aber nicht weiter behandelt werden.¹⁵⁹

¹⁵⁴ Vgl. hier und im Folgenden Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 52.

¹⁵⁵ Vgl. Bundesbank (2006), S. 80.

¹⁵⁶ Vgl. BVR (2005), S. 1.

¹⁵⁷ Eigene Darstellung.

¹⁵⁸ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 38.

¹⁵⁹ Vgl. zu den Ansätzen Bundesbank (2006), S. 84.

3.1.2.2 Säule II

Der bankenaufsichtliche Überprüfungsprozess (Supervisory Review Process) betont die Notwendigkeit einer qualitativen Bankenaufsicht. Der Aufbau einer funktionstüchtigen Gesamtbanksteuerung und eines internen Eigenkapitalmanagements sowie das institutsspezifische Risikoprofil werden künftig verstärkt den Maßstab für die Festlegung von Zielgrößen für die Kapitalausstattung darstellen.¹⁶⁰

Deswegen fordert die zweite Säule, dass die einzelnen Institute einen Prozess zur Festsetzung des Kapitalbedarfs vor dem Hintergrund ihres Risikoprofils zu definieren haben.¹⁶¹ Somit wird es zur Aufgabe der Institute, die wesentlichen Risiken selbst zu erkennen, deren Höhe angemessen zu steuern und mit Eigenkapital zu unterlegen.¹⁶² Die Bankenaufsicht flankiert die Regelungen zur Risikoerfassung und Eigenkapitalunterlegung eines Institutes durch einen laufenden Überprüfungsprozess.¹⁶³ Die Aufsichtsinstanzen erwarten von den Banken, dass sie aus einem Vorsichtsprinzip heraus eine höhere Eigenkapitalausstattung als das aufsichtsrechtlich geforderte Mindesteigenkapital vorhalten. Über diese reine Erwartungshaltung hinaus haben die Aufsichtsinstanzen die rechtliche Möglichkeit, von den Banken eine höhere Mindesteigenkapitalausstattung zu fordern.¹⁶⁴ Der Überprüfungsprozess soll ein frühes Eingreifen der Aufsicht bei Gefahr der Nichteinhaltung der geforderten Mindestausstattung erlauben.

3.1.2.3 Säule III

Abschließend legt die dritte Säule die Leitlinien für Offenlegungspraktiken zur Stärkung der Marktdisziplin durch erweiterte Transparenzvorschriften fest. Mit den erweiterten Offenlegungsanforderungen (Market Discipline) wird das Ziel verfolgt, durch eine verbesserte Eigenkapitalpublizität zu einer adäquaten Eigenkapitalunterlegung beizutragen.¹⁶⁵ Dazu ist es nach Ansicht des Baseler Ausschusses erforderlich, den Marktteilnehmern die notwendigen Einblicke in die Geschäftsstrukturen und Risiken eines Institutes zu vermitteln.¹⁶⁶ Gut geführte Institute sollten vom Markt belohnt und schlecht geführte Institute, d.h. Institute mit unzureichender Offenlegung, z.B. durch erhöhte Risikoprämien bei der Kapitalbeschaffung belastet werden. Die Form der Offenlegung ist flexibel; so kann diese im Rahmen des Jahresabschlusses, der Zwischenberichte oder über moderne Medien, wie z.B. Internet, erfolgen.

¹⁶⁰ Vgl. Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 39.

¹⁶¹ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 147.

¹⁶² Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 146.

¹⁶³ Vgl. Bundesbank (2006), S. 69.

¹⁶⁴ Vgl. hier und im Folgenden Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 39.

¹⁶⁵ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 163.

¹⁶⁶ Vgl. hier und im Folgenden Schulte-Mattler/Kenne von (2004), S. 40.

3.2 Mindestanforderungen an das Risikomanagement

3.2.1 Hintergrund und Zielsetzung

Am 20. Dezember 2005 wurde die endgültige Fassung der „Mindestanforderungen an das Risikomanagement“ (MaRisk) durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) veröffentlicht.¹⁶⁷ Diese neuen Mindestanforderungen setzen nunmehr für die Institute in Deutschland zeitlich gestaffelt ab dem 1. Januar 2007 einheitliche Standards für Verfahren zur Aufbau- und Ablauforganisation sowie zur Risikosteuerung und zum Risikocontrolling.¹⁶⁸ Die MaRisk stellen einen Vorgriff auf die nationale Umsetzung des bankenaufsichtlichen Überprüfungsprozesses (SRP), der zweiten Säule von Basel II, und hierbei speziell des Prozesses zur Bestimmung des Eigenkapitalbedarfs (Internal Capital Adequacy Assessment Process; ICAAP) dar.¹⁶⁹

Auf Basis des § 25a KWG geben die MaRisk einen praxisnahen Rahmen für die Ausgestaltung des Risikomanagements in Kreditinstituten vor.¹⁷⁰ Entsprechend der aktuellen nationalen und internationalen aufsichtsrechtlichen Grundhaltung einer qualitativen Aufsicht wird hier ein flexibler Rahmen mit zusätzlichen, explizit genannten Öffnungsklauseln geschaffen.¹⁷¹ Die offene Formulierung der MaRisk und die dadurch entstehenden Ermessensspielräume für Institute bei der Umsetzung der aus Säule II resultierenden Anforderungen sowie der vorgesehene aufsichtsrechtliche Grundsatz der doppelten Proportionalität fordern ein hohes Maß an Sachverstand bei der Interpretation und Kreativität bei der konkreten Umsetzung in den Instituten.¹⁷² Der Grundsatz der doppelten Proportionalität besagt, dass einerseits der bankinterne Prozess proportional zur Größe, zum Geschäftsvolumen und der Risikostruktur sein muss. Andererseits muss die Prüfung durch die Aufsicht hinsichtlich der Häufigkeit und der Intensität der Prüfung proportional zur Ausgestaltung der bankinternen Prozesse sein.¹⁷³ Der Grundsatz trägt der heterogenen Ausgestaltung des Finanzsektors in Deutschland Rechnung, indem die Besonderheiten der jeweiligen Institute Berücksichtigung finden.

3.2.2 Zentrale Inhalte der Mindestanforderungen an das Risikomanagement

Zentrales Element der MaRisk ist der Begriff des Risikomanagements.¹⁷⁴ Basis eines jeden Risikomanagements ist zunächst die Bestandsaufnahme der bestehenden Risiken (Gesamtrisikoprofil) auf der einen und des bestehenden Risikodeckungspotenzials¹⁷⁵

¹⁶⁷ Vgl. DSGVO (2006b), S. 3.

¹⁶⁸ Vgl. Stütze (2006), S. 10.

¹⁶⁹ Vgl. Mantzel/Ramke/Schöning (2007), S. 88. Die MaRisk setzen die Artikel 22 und 123 der Capital Requirement Directive (CRD) in nationales Aufsichtsrecht um. Vgl. Theileis/Althoff/Hörlin (2006), S. 8, AT 1 – Tz. 2.

¹⁷⁰ Vgl. MaRisk (2007), AT 1 – Tz. 1.

¹⁷¹ Vgl. Theileis/Althoff/Hörlin (2006), S. 7.

¹⁷² Vgl. DSGVO (2006b), S. 6.

¹⁷³ Vgl. DSGVO (2006b), S. 17.

¹⁷⁴ Vgl. DSGVO (2006b), S. 15.

¹⁷⁵ Vgl. MaRisk (2007), AT 4.1.

auf der anderen Seite. Auf dieser Basis sind die Geschäftsstrategie und daraus ableitbare Teilstrategien zu definieren, deren Detaillierungsgrad von Art, Umfang, Komplexität und Risikogehalt der betriebenen Geschäfte abhängt.¹⁷⁶ Ebenso wichtig für mittelständische Unternehmen ist jedoch die Kreditrisikostrategie einer Bank.¹⁷⁷ Gemäß MaRisk muss der Vorstand einer jeden Bank eine solche Kreditrisikostrategie entwerfen, an die sich die Bank unbedingt halten muss. Inhalt dieser Strategie ist das Kreditvergabeverhalten hinsichtlich Branchenschwerpunkten, geografischer Streuung, Kreditarten und Verteilung der Engagements in Risiko- und Größenklassen. Die Geschäftsleitung gibt somit genau Branche, Größe und Risiko der Schuldner vor, an welche die Bank Kredite vergeben möchte. Unternehmen, die nicht in die von der Geschäftsleitung beschlossene Kreditrisikostrategie passen, sind im Regelfall von der Kreditvergabe ausgeschlossen.

Weitere Kernelemente sind die funktionale und organisatorische Abtrennung des Marktbereichs von der Marktfolge, die Votierungsanforderungen bei der Kreditvergabe, die Verankerung von Organisationsrichtlinien sowie die Festlegung einer Kreditrisikostrategie und Etablierung eines Risikoklassifizierungs- und -frühwarnsystems.¹⁷⁸ Der sachgerechten Organisation des Kreditgeschäfts wird deswegen so viel Aufmerksamkeit geschenkt, da selbige, bspw. durch geeignete Risikoklassifizierungs- und -frühwarnsysteme, dazu beiträgt, den Wertberichtigungsbedarf mittel- und langfristig zu reduzieren.¹⁷⁹

Nach § 25a KWG muss ein Institut über eine ordnungsgemäße Geschäftsorganisation verfügen, welche die Einhaltung der von den Instituten zu beachtenden gesetzlichen Bestimmungen gewährleistet. Alle Geschäftsleiter sind für die ordnungsgemäße Geschäftsorganisation des Instituts verantwortlich.¹⁸⁰ Eine ordnungsgemäße Geschäftsorganisation umfasst dabei insbesondere eine angemessene Strategie, die auch die Risiken und Eigenmittel des Instituts berücksichtigt. Die MaRisk konkretisieren diesen Paragraphen und fordern in AT 1 – Tz. 1 – Satz 2: „Das Risikomanagement im Sinne dieses Rundschreibens umfasst die Festlegung angemessener Strategien sowie die Einrichtung angemessener interner Kontrollverfahren.“¹⁸¹

Ein zentrales Prinzip bzgl. der Anforderungen an die Aufbauorganisation ist die Funktionstrennung, wobei in diesem Kontext unter dem Begriff der Funktionstrennung eine Verteilung von nicht zu vereinbarenden Aufgaben (Funktionen) und Tätigkeiten auf verschiedene Personen, Stellen oder Bereiche unter Beachtung des Vier-Augen-Prinzips verstanden wird.¹⁸² Das geforderte Vier-Augen-Prinzip entspricht der Forderung nach einer Aufteilung von Funktionen auf mindestens zwei Personen.

¹⁷⁶ Vgl. MaRisk (2007), AT 4.2.

¹⁷⁷ Vgl. hier und im Folgenden Müller et al. (2006), S. 7.

¹⁷⁸ Vgl. Eller/Gruber/Reif (2003), S. V. Eller/Gruber/Reif beziehen sich zwar auf die MaK, selbige wurden allerdings in die MaRisk integriert.

¹⁷⁹ Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. V.

¹⁸⁰ Vgl. hier und im Folgenden DSGVO (2006b), S. 30.

¹⁸¹ MaRisk (2007), AT 1 – Tz. 1 – Satz 2.

¹⁸² Vgl. DSGVO (2006b), S. 43, AT 4.3 – Tz. 1.

Neben diesem Grundprinzip der Funktionstrennung gibt es spezielle Anforderungen an selbige. So muss die Funktion Markt bis in die Ebene der Geschäftsleitung von Marktfolge, Risikocontrolling, Abwicklung und Kontrolle getrennt sein.¹⁸³ Unter dem Marktbereich werden die Bereiche subsumiert, die Geschäfte initiieren und die bei den Kreditentscheidungen über ein Votum verfügen.¹⁸⁴ Als Marktfolge wird der Bereich definiert, der bei den Kreditentscheidungen über ein zweites Votum verfügt.¹⁸⁵ Gemäß AT 2.3 – Tz. 2 wird unter dem Begriff Kreditentscheidung jegliche Entscheidung über

- Neukredite,
- Krediterhöhungen,
- Beteiligungen,
- Limitüberschreitungen,
- die Festlegung von kreditnehmerbezogenen Limiten sowie von Kontrahenten- und Emittentenlimiten,
- Prolongationen und
- Änderungen risikorelevanter Sachverhalte, die dem Kreditbeschluss zugrunde liegen (z.B. Sicherheiten, Verwendungszweck)

subsumiert.¹⁸⁶ Diese aufbauorganisatorische Trennung zwischen Markt und Marktfolge ist jedoch nur für solche Kreditgeschäfte maßgeblich, die unter Risikogesichtspunkten zwei Voten erfordern.¹⁸⁷

Hintergrund dieser Funktionstrennung ist die Gefahr von unter Risikogesichtspunkten unausgewogenen Kreditentscheidungen, die in diesem Zusammenhang insbesondere dann zu beobachten sind, wenn die Entscheidungskompetenzen bei den Vertriebseinheiten konzentriert sind.¹⁸⁸ Ziel ist es, durch die Separierung der Funktionen Interessenkollisionen zu vermeiden. Jede Bank unterliegt im Hinblick auf die Akquisitionstätigkeit des Vertriebes einem mehr oder minder ausgeprägten systemimmanenten Gegensatz: Auf der einen Seite ist der Vertrieb ein unverzichtbares Akquisitionsinstrument, ohne das die Geschäftsstrategie einer Bank nicht umgesetzt werden kann. Häufig wird die Akquisitionstätigkeit des Vertriebs über erfolgsabhängige Vergütungs- und Anreizsysteme gesteuert. Auf der anderen Seite führen Entscheidungsmonopole im Vertrieb häufig zu unter Risikogesichtspunkten nicht angemessenen Ausdehnungen des Kreditportfolios, da den Kompetenzträgern mitunter in erster Linie an der Erhöhung ihrer Provisionen oder anderer subjektiver Vorteile gelegen ist.

¹⁸³ Vgl. MaRisk (2007), BTO – Tz. 3.

¹⁸⁴ Vgl. MaRisk (2007), BTO – Tz. 1.

¹⁸⁵ Vgl. MaRisk (2007), BTO – Tz. 1.

¹⁸⁶ Vgl. MaRisk (2007), AT 2.3 – Tz. 2.

¹⁸⁷ Vgl. MaRisk (2007), BTO 1.1 – Tz. 1. In den MaRisk wird zwischen risikorelevanten und nicht risikorelevanten Geschäften unterschieden, wobei die Unterscheidung Auswirkungen sowohl auf die Ablauf- als auch die Aufbauorganisation (Funktionstrennung und Votierung) hat. Allerdings erfolgt in den MaRisk keine Vorgabe bzgl. der konkreten Abgrenzung; die Abgrenzung zwischen risikorelevantem und nicht risikorelevantem Kreditgeschäft liegt im Ermessen des Kreditinstituts. Vgl. DSGVO (2006b), S. 78.

¹⁸⁸ Vgl. hier und im Folgenden Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 86.

Verschärft wird dieser Konflikt zusätzlich dadurch, dass sich zwischen Vertriebsmitarbeitern und Kunden bei einer langjährigen Geschäftsbeziehung häufig eine enge persönliche Bindung entwickelt, die ggf. dazu beitragen kann, dass die Risiken der einzelnen Kreditvergabe nicht mit der notwendigen Objektivität beurteilt werden. Diese ambivalente Rolle des Vertriebes, zum einen als geschäftspolitisch absolut notwendiges Akquisitionsinstrument und zum anderen als Risikotreiber, macht die Separierung der Funktionen absolut erforderlich.¹⁸⁹ Der Einfluss der persönlichen Bindung auf die Geschäftsbeziehung zwischen Kunde und Bank, insbesondere auf den Zinssatz, die Kreditvergabe und die Sicherheitenstellung ist zentraler Gegenstand der Untersuchung. In diesem Kontext wird auch untersucht, inwiefern die zuvor erwähnten Vergütungs- und Anreizsysteme Auswirkungen auf das Verhalten der Marktmitarbeiter haben.

Die Anforderungen an die Votierung in den MaRisk wurden inhaltlich identisch aus den zuvor gültigen Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft (MaK) übernommen. Wie bisher erfordert jede Kreditentscheidung im risikorelevanten Geschäft zwei zustimmende Voten, die aus den Bereichen Markt und Marktfolge kommen, ohne dass davon weitergehende Beschlussfassungen beeinflusst werden.¹⁹⁰ Für den Fall voneinander abweichender Voten sind in der Kompetenzzuordnung Entscheidungsregeln derart zu treffen, dass der Kredit entweder abzulehnen oder zur Entscheidung auf eine höhere Kompetenzstufe zu verlagern ist (Eskalationsverfahren).¹⁹¹ In der Praxis ist es nicht unüblich, dass zwischen den Votierenden im Vorfeld der Votierung Gespräche über die Engagements geführt werden und die Kreditvorlage auf Grundlage der Ergebnisse dieser Gespräche entsprechend ergänzt und angepasst wird. So kann es z.B. vorkommen, dass die positive Votierung der Marktfolge an weitere Bedingungen geknüpft wird (z.B. Anhebung der Konditionen oder Bestellung zusätzlicher Sicherheiten).¹⁹² Eine derartige Vorgehensweise trägt dazu bei, sich im Dialog über mögliche Schwachstellen auszutauschen und die Qualität der Kreditvorlage bzw. die Basis für die Kreditentscheidung nachhaltig zu verbessern.

Des Weiteren schreiben die MaRisk vor, dass die Bewertung von Sicherheiten außerhalb des Bereichs Markt zu erfolgen hat.¹⁹³ Soweit Zweifel an der Bonität des Kreditnehmers bestehen, lässt sich das Ausfallrisiko durch die Hereinnahme von Sicherheiten begrenzen.¹⁹⁴ Aber selbst bei einwandfreier Bonität des Kreditnehmers besteht aus Sicht des Kreditinstituts häufig das Bedürfnis nach einer zusätzlichen Besicherung, da unvorhergesehene Entwicklungen die Bonität des Kreditnehmers trüben können.¹⁹⁵ Der Sicherheitenwert kann insoweit von ganz erheblicher Bedeutung für die konkrete

¹⁸⁹ Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 86.

¹⁹⁰ Vgl. DSGVO (2006b), S. 81.

¹⁹¹ Vgl. MaRisk (2007), BTO 1.1 – Tz. 6.

¹⁹² Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 92.

¹⁹³ Vgl. DSGVO (2006b), S. 97.

¹⁹⁴ Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 142.

¹⁹⁵ Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 142. Eine Möglichkeit besteht bspw. in der Stellung einer Bürgschaft durch einen beschränkt haftenden Gesellschafter, da dieser dadurch ein persönliches Risiko eingeht.

Kreditentscheidung sein. In der Vergangenheit hat sich dabei gezeigt, dass Sicherheitenwerte oft zu unkritisch oder zu optimistisch eingeschätzt wurden, wenn die Überprüfung in Vertriebsbereichen durchgeführt wurde und dort gleichzeitig alle Kreditkompetenzen konzentriert waren. Aufgrund dieser Erfahrung hält die BaFin auch im Bereich der Sicherheiten eine konsequente Trennung des Prozesses der Überprüfung vom Vertriebsbereich für erforderlich. Aus den MaRisk kann allerdings kein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der Bonität und der Höhe der Sicherheitenstellung hergeleitet werden. Es gibt keine Vorschriften derart, dass bspw. bonitätsmäßig schlechtere Kunden mehr Sicherheiten stellen müssen als bonitätsmäßig einwandfreie Kunden.

3.3 Implikationen der gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Gestaltungsspielraum der Banken bei der Konditionengestaltung

Nach der Vorstellung der wesentlichen Inhalte von Basel II und den MaRisk wird im Folgenden geprüft, welche Implikationen sich aus diesen Vorschriften in Bezug auf die Kreditkonditionengestaltung ergeben. Die aus Kundensicht zentralen Elemente des Kreditvertrags sind der Kreditzins, die zu stellenden Sicherheiten und das Kreditvolumen. In diesem Kontext werden in Bezug auf den Kreditzins die verschiedenen Kostenbestandteile untersucht. Das Kreditvolumen ist Ausdruck der Kreditverfügbarkeit, denn während selbiges bei einer unbeschränkten Kreditverfügbarkeit den Bedürfnissen des Kunden und somit seinem beantragten Volumen entspricht, führt eine eingeschränkte Kreditverfügbarkeit dazu, dass der Kredit nicht in voller Höhe oder gar nicht bewilligt wird.

Die Auswirkungen auf den Zinssatz stellen sich wie folgt dar. Während Basel II ausschließlich Vorgaben hinsichtlich der Risikermittlung und der Eigenkapitalhinterlegung macht, wird in den MaRisk die Weitergabe der Risikobeurteilung an den Kunden in Form einer „Sollte-Anforderung“¹⁹⁶ thematisiert. Bezüglich der Konditionengestaltung sehen die MaRisk vor, dass ein sachlich nachvollziehbarer Zusammenhang zur Einstufung im Risikoklassifizierungsverfahren bestehen sollte.¹⁹⁷ Angesichts des verschärften Wettbewerbs zwischen den Kreditinstituten, der zunehmenden Mobilität der Kunden und auch den technischen Weiterentwicklungen, die zu einer immer größeren Transparenz auf den Märkten führen, wird kaum noch eine Bank daran vorbeikommen, das jeweilige Risiko mit in die Preisgestaltung einfließen zu lassen.¹⁹⁸ Kunden mit guter Bonität sind heutzutage nur noch selten bereit, nicht risikogerechte Preise für die Kapitalüberlassung zu zahlen. Bei den Banken, die im Rahmen der Kreditvergabe weiterhin keine risikogerechte Preisfindung durchführen, werden sich zwangsläufig die schlechten Bonitäten ansammeln. Um risikoorientiert Kredite vergeben zu können, müssen die Banken zunächst mit Hilfe von Ratingsystemen das Risiko des Kreditnehmers bestimmen. Basel II macht bei Instituten, die einen auf internen Ratings basie-

¹⁹⁶ Vgl. DSGVO (2006b), S. 1.

¹⁹⁷ Vgl. MaRisk (2007), BTO 1.2 – Tz. 6.

¹⁹⁸ Vgl. Hannemann/Schneider/Hanenberg (2003), S. 134.

renden Ansatz anwenden, die Erstellung eines Ratings für alle Unternehmen, die bereits Bankkredite nutzen oder solche beantragen, zur Pflicht. Aus dem Ratingergebnis resultieren für kreditstuchende Unternehmen Implikationen in Bezug auf die Höhe der Kreditzinsen.¹⁹⁹ Während bei der bisherigen Kreditvergabepraxis deutscher Banken die quantitativen Beurteilungskriterien, insbesondere Bilanzkennzahlen, ein deutliches Übergewicht besaßen, wird mit der Umsetzung von Basel II das Gewicht der weichen Beurteilungskriterien, wie bspw. Qualität des Managements, Abhängigkeiten von Lieferanten und Abnehmern, Ausgestaltung des Controllingssystems, deutlich erhöht.²⁰⁰ Die Gewichtung der beiden Bereiche schwankt zwischen den Ratingsystemen der verschiedenen Institute.²⁰¹ In der Regel wird aus den beiden Teilratings für beide Bereiche, deren Ergebnisse in dem Teilscore qualitative Daten und Teilscore Jahresabschluss ihren Niederschlag finden, ein Gesamtrating für das Unternehmen gebildet.

Die Stärke des potenziellen Einflusses auf den Kreditzins soll im Folgenden kurz skizziert werden. Dazu werden die verschiedenen Bestandteile des Kreditzinses beschrieben, wobei die Größenordnung der Anteile unterschiedlich ist und vom Schuldnerartyp sowie der Geschäftsart abhängt.²⁰² Grundlage bildet der (risikolose) Fremdkapitalmarktzins für die Laufzeit der Forderung. Der Geld- und Kapitalmarktzins entschädigt die Bank für die Kosten der Geldbeschaffung entweder bei den Anlegern der Bank oder auf dem Kapitalmarkt.²⁰³

Als zusätzliche Komponente sind die prozentualen Standardrisikokosten für die erwarteten Verluste in Abhängigkeit von der Bonität und den gestellten Sicherheiten des einzelnen Kunden zu berücksichtigen.²⁰⁴ Diese entsprechen im weitesten Sinne einer Versicherungsprämie, um die für diesen Forderungstyp oder Risikotyp im Durchschnitt zu erwartenden Verluste abzudecken. Die Standardrisikokosten sollen den erwarteten Verlust aus einem Kreditengagement abdecken.²⁰⁵ Der erwartete Verlust in Prozent der Inanspruchnahme ergibt sich aus der Multiplikation der Ausfallwahrscheinlichkeit und der Verlustquote bei Ausfall.

Des Weiteren ist eine Kostenprämie für das zu hinterlegende Eigenkapital mit einzu beziehen, welches für die unerwarteten Verluste vorgehalten werden muss.²⁰⁶ Die Höhe des vorzuhaltenden Eigenkapitals für diese Risikoklasse wird durch Basel II bestimmt. Auch diese Kosten für die aufsichtsrechtliche Unterlegung von Risiken mit Eigenkapital werden den Unternehmen als Zinsbestandteil in Form des Eigenkapitalkostensatzes angelastet.²⁰⁷ Da Eigenkapital einen höheren Verzinsungsanspruch hat als eine Refinanzierung mit Fremdkapital, sind die Kreditzinsen für Kredite mit hohem Unterle-

¹⁹⁹ Vgl. Müller et al. (2006), S. 7 f.

²⁰⁰ Vgl. Flacke/Siemes (2005), S. 252 ff.

²⁰¹ Für das Gesamturteil werden je nach Institut die qualitativen Faktoren mit 40 % bis 70 % und die quantitativen Faktoren mit 60 % bis 30 % berücksichtigt. Vgl. Pointl (2003), S. 38 f.

²⁰² Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 378.

²⁰³ Vgl. Müller et al. (2006), S. 8.

²⁰⁴ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 378.

²⁰⁵ Vgl. hier und im Folgenden Müller et al. (2006), S. 8.

²⁰⁶ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 378.

²⁰⁷ Vgl. Müller et al. (2006), S. 9.

gungsfaktor allein aus diesem Grund teurer als Kredite mit geringerem Unterlegungsfaktor.²⁰⁸

Als abschließende Komponente kommen noch die Kosten der Kreditbearbeitung (Betriebskostensatz) und der Margensatz (Gewinnbeitrag) des Instituts hinzu. Der Betriebskostensatz deckt die Kosten der Kreditbearbeitung in der Bank,²⁰⁹ hat aber im Vergleich zu den Risiko- und Eigenkapitalkosten geringere Dimensionen.²¹⁰ Eine Zusammenfassung der Kostenkomponenten unter Vernachlässigung der jeweiligen Gewichtung kann Abb. A-3 entnommen werden.



Abb. A-3: Kostenkomponenten des Kreditzinses²¹¹

²⁰⁸ Vgl. Müller et al. (2006), S. 4. Die zuvor aufgeworfene Frage, inwiefern ein einzelner Kredit dem Mengengeschäft zugeordnet werden darf, hat Bedeutung für die Frage, welches Risikogewicht heranzuziehen ist und welche spezifische Eigenmittelunterlegung das Kreditinstitut für das Engagement vorzuhalten hat. Aber auch Kredite des Mengengeschäfts werden häufig, allerdings unabhängig von der Ermittlung des zu hinterlegenden Eigenkapitals, einem internen Rating unterzogen, um u.a. auf dieser Basis die Standardrisikokosten ermitteln zu können und Anhaltspunkte für die Gesamtbanksteuerung zu gewinnen. Somit sind die beiden zuletzt genannten Kostenkomponenten auch für das Mengengeschäft von Relevanz. Vgl. zum Kreditprozess Berens et al. (2005), S. 785. In der Untersuchung wurden ausschließlich Unternehmen mit internen Ratings berücksichtigt.

²⁰⁹ Vgl. Müller et al. (2006), S. 8. Der Betriebskostensatz ist im genossenschaftlichen Sektor in aller Regel fix, d.h. unabhängig vom Kreditvolumen oder sonstigen kreditrelevanten Parametern, so dass Fixkostendegressionseffekte keine Berücksichtigung finden.

²¹⁰ Vgl. Börner/Maser/Schulz (2005), S. 20.

²¹¹ Eigene Darstellung.

Zusammengefasst stellen sich die Auswirkungen wie folgt dar. Da die Eigenkapitalkosten aufgrund der Bestimmung von Basel II auf dem Risiko des Unternehmens aufbauen und die Standardrisikokosten sich anhand des Risikos eines Kreditnehmers kalkulieren, ergibt sich eine Abhängigkeit der Kreditzinsen vom Ratingergebnis.²¹² Sowohl gemäß den Vorstellungen des Baseler Ausschusses²¹³ als auch gemäß den Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft²¹⁴ soll zukünftig ein funktionaler Zusammenhang zwischen dem Rating eines Kunden, also seiner Ausfallwahrscheinlichkeit, und dem verlangten Kreditzinssatz bestehen. Gibt der Firmenkundenbetreuer nun günstigere Zinskonditionen als ermittelt, so kann dies auf Einzelgeschäftsebene zu negativen Deckungsbeiträgen oder zumindest zu Deckungsbeiträgen, die unterhalb der Zielvorgabe liegen, führen. Die im Basel-I-System noch übliche Durchschnittsbetrachtung und somit die Quersubventionierung schlechter Bonitäten mit zu niedrigen Zinssätzen soll durch eine risikoadäquate Festlegung der Kreditzinssätze beseitigt werden.²¹⁵ Da sich viele Banken erst in der Einführungsphase befinden, gibt es bisher noch keine umfassenden Studien, die den tatsächlichen Einfluss von Basel II auf die Kreditvergabepraxis quantifizieren können. Bei Banken, die allerdings den einfachen Standardansatz anwenden, wird es weiterhin ein Bonitätsgewicht für alle Schuldner in der Retail-Klasse, d.h. im Bereich des Mengengeschäfts, geben, so dass sich daraus keine erhöhten Zinsen aufgrund einer veränderten Eigenkapitalhinterlegung ergeben.²¹⁶ Da das Bonitätsgewicht für die Positionen des Mengengeschäfts auf 75% abgesenkt wurde, reduziert sich die Eigenkapitalanforderung gegenüber dem Status Quo sogar von 8% auf 6%, so dass die Kreditinstitute für die kleinen und mittleren Firmenkunden ab 2007 deutlich weniger Eigenkapital unterhalten müssen.²¹⁷

Es ist davon auszugehen, dass die Banken unter anderem aufgrund des intensiven Wettbewerbs eine exakte Orientierung der Zinsen am Risiko noch nicht voll durchsetzen können.²¹⁸ Im Wettbewerb zwischen den Banken muss jedes Institut seine Position im Hinblick auf das Verhältnis zwischen der Einforderung expliziter (Risikoprämie im Zins) und impliziter Preise (zugesagte Mehrgeschäfte, Einflussnahme, Sicherheiten) finden. Auch zukünftig wird es demnach eine Flexibilität für individuelle Preisver-

²¹² Vgl. Müller et al. (2006), S. 9.

²¹³ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 378.

²¹⁴ Vgl. DSGVO (2006b), S. 1.

²¹⁵ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 376.

²¹⁶ In die Retail-Klasse, d.h. in die Gruppe der Kreditnehmer mit einem Exposure unter 1 Mio. EUR, fallen nach Schätzungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht weit über 90% aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Deutschland. In einer Studie des ifk Institut für Kredit- und Finanzwirtschaft, die gemeinsam mit der IHK im Herbst 2002 zum Thema Basel II, Mittelstand und Kreditvergabe durchgeführt wurde und bei der 2.596 Unternehmen mit einem Umsatz kleiner 50 Mio. EUR im mittleren Ruhrgebiet befragt wurden, konnte gezeigt werden, dass für einen Großteil der Unternehmen die Retail-Portfolio-Regelung zutrifft. Von den Unternehmen, die sich über Bankkredite finanzieren, greift die Retail-Portfolio-Regelung für 93% der Unternehmen mit einem Umsatz kleiner 5 Mio. EUR, für 54% der Unternehmen mit einem Umsatz größer 5 und kleiner 50 Mio. EUR und für 80% der Unternehmen mit einem Umsatz kleiner 50 Mio. EUR. Vgl. Paul/Stein (2003), S. 421 f.

²¹⁷ Vgl. Paul/Stein (2003), S. 422.

²¹⁸ Vgl. Müller et al. (2006), S. 9.

handlungen mit mittelständischen Unternehmen geben. Nach wie vor werden verhandlungsstarke Unternehmer, die bspw. aufgrund von Mehrfachbankverbindungen über eine hohe Preistransparenz verfügen und die bspw. aufgrund von Zusatzgeschäften mit der Bank in der privaten Vermögensverwaltung eine hohe wirtschaftliche Stärke haben, erfolgreich um Vorzugszinssätze verhandeln können.²¹⁹ So lassen auch die neuen Vorschriften Handlungsspielräume für die Bank sowohl bei der Ausgestaltung der Ratingsysteme als auch bei den auf deren Basis abgeleiteten Konsequenzen zu. Während wie zuvor beschrieben die Quersubventionierung schlechter Bonitäten mit zu niedrigen Zinssätzen durch eine risikoadäquate Festlegung der Kreditzinssätze beseitigt werden soll,²²⁰ hat das einzelne Institut grundsätzlich die Möglichkeit, eine Risiko-prämie im Zins zu substituieren durch:

- Anschlussgeschäfte (und die aus ihnen resultierenden Erträge) mit dem betreffenden Kreditschuldner,
- Zusatzgeschäfte (und die aus ihnen resultierenden Erträge) mit dem betreffenden Kreditschuldner, z.B. Provisionserträge aus der Vermittlung von Versicherungen,
- die Einräumung von Einflussnahme (z.B. in Form eines Beiratsmandats und die dadurch anfallenden „Einblicke“ in die Unternehmung) oder aber
- Kreditsicherheiten, die materieller Art (z.B. Verpfändung beweglicher Gegenstände) sowie immaterieller Natur (exklusive Informationen über die Unternehmensplanung) sein können.

Als weitere aus Kundensicht relevante Komponente der Vertragsgestaltung ist der Umfang der zu stellenden Sicherheiten zu nennen. Hinsichtlich der Sicherheitenstellung haben sich durch die neuen Regeln keine unmittelbaren Implikationen ergeben, so schreiben die MaRisk lediglich eine konsequente Trennung des Prozesses der Überprüfung der Sicherheiten vom Vertriebsbereich vor. Die Höhe der gestellten Sicherheiten wird bei der Ermittlung des Risikogewichts für die jeweilige Forderung berücksichtigt²²¹ und beeinflusst somit das für den jeweiligen Kredit vorzuhaltende Eigenkapital der Bank und dadurch die Eigenkapitalkosten des Kredits. Ferner werden die gestellten Sicherheiten je Kredit bei der Ermittlung des erwarteten Verlusts, d.h. der Standardrisikokosten, des Kredits berücksichtigt.²²²

Als dritte zentrale Komponente wurde die Kreditverfügbarkeit genannt. Unter Basel II ersetzt das Rating die bisher von den Banken größtenteils frei gestaltbare Kreditwürdigkeitsprüfung bei der Entscheidungsfindung über die Annahme oder Ablehnung eines Kreditantrags eines Unternehmens.²²³ Wie auch bisher werden Banken den Unternehmen mit einer schlechten Ratingeinstufung nur zögerlich oder unter Auflagen Kredit gewähren. War dies bislang häufig Verhandlungssache zwischen Unternehmen

²¹⁹ Vgl. Paul/Stein (2003), S. 427.

²²⁰ Vgl. Schulte-Mattler/Manns (2004), S. 376.

²²¹ Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 26 ff.

²²² Vgl. Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004), S. 74.

²²³ Vgl. Müller et al. (2006), S. 8.

und Bank, entsteht durch die MaRisk das Erfordernis, das Rating des Unternehmens mit der Kreditrisikostategie der Bank abzugleichen. Dasselbe gilt für die Größe und Region des Unternehmens. Gehen diese nicht mit der Kreditrisikostategie der Bank konform, werden Unternehmen nur noch in besonderen Ausnahmefällen mit spezieller Genehmigung der Geschäftsleitung der Bank Kredite erhalten können. Eine Studie der KPMG zeigt, dass sich eine häufigere Kreditverweigerung empirisch bislang nicht nachweisen lässt.²²⁴ Nur 4% der befragten Unternehmen haben nachhaltig einen beantragten Kredit nicht erhalten. Dagegen stellen zwei Drittel der befragten Banken und die Hälfte der Unternehmen fest, dass die Kreditentscheidung länger dauert als in der Vergangenheit, was u.a. auf die intensiveren Abstimmungsprozesse in der Bank zurückzuführen ist. Allerdings ist zu erwähnen, dass die Basel II-Regeln erst seit 2007 in Deutschland verbindlich sind und die Studie bereits in den Jahren 2004 bis 2005 erschienen ist.²²⁵ Infolgedessen konnten in dieser Studie nur die Auswirkungen der vorlaufenden Tätigkeiten berücksichtigt werden.

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass in Zukunft aufgrund von Basel II und der MaRisk zwar ein verstärkter Zusammenhang zwischen der Bonität des Kunden und dessen Kreditzins bestehen wird und die Zinsfestsetzung verstärkt durch die ermittelte Ratingklasse beeinflusst wird. In welchem Umfang die Banken allerdings eine vollständig risikoorientierte Bepreisung auf Einzelgeschäftsebene durchführen bzw. durchführen werden, kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht hinreichend beurteilt werden. Im Rahmen der vorliegenden Studie wird dies derart berücksichtigt, dass bei der Analyse der Einflussgrößen des Zinssatzes die Bonität des Unternehmens besonders ausführlich betrachtet wird. Hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit und der Sicherheitenstellung lässt sich kein unmittelbarer Einfluss der gesetzlichen Rahmenbedingungen auf den Verhaltensspielraum der Banken identifizieren. Bereits an dieser Stelle lässt sich konstatieren, dass auch im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung ein ausgewogenes Verhältnis von Preis und Leistung gepaart mit wechselseitigem Vertrauen und Kontinuität der Geschäftsbeziehungen ein Garant einer langfristigen Bindung des Unternehmens an seine Bank ist. Zwar werden Preise auf Einzelgeschäftsebene ausgehandelt, die Beurteilung des Engagements einer Bank erfolgt jedoch grundsätzlich nur im Gesamtpaket.²²⁶ Daraus ergibt sich die Notwendigkeit der Analyse der Geschäftsbeziehung über die Einzelgeschäftsebene hinaus.

²²⁴ Vgl. Müller/KPMG (2004), S. 2 ff.

²²⁵ Vgl. Müller et al. (2006), S. 7.

²²⁶ Vgl. Hornung (2002), S. 69.

4 Relationship Banking

Im Folgenden werden zunächst die verschiedenen Definitionen des Relationship Banking vorgestellt sowie seine wesentlichen Merkmale herausgearbeitet. In diesem Kontext erfolgt eine Abgrenzung des Relationship Banking-Ansatzes vom Hausbankbegriff. Darauf aufbauend werden die für die Analyse der Geschäftsbeziehung wesentlichen Merkmale der Prinzipal-Agenten-Theorie kurz präsentiert, um anschließend die informationsökonomischen Modelle aus der Relationship Banking-Theorie darzustellen und zu analysieren. Dem sich daran anschließenden Überblick über die empirischen Untersuchungen im Bereich Relationship Banking folgt eine kritische Würdigung sowie die Herausarbeitung von weiterem Forschungsbedarf, insbesondere im empirischen Bereich.

4.1 Definition von Relationship Banking

MAIN erläutert – wie in Kapitel A.1.1 erwähnt – den Begriff der Bankbeziehung wie folgt: “Perhaps the most competitive service a bank can offer is what bankers call a relationship, which means the customer gets to deal with a real human being, preferably one who is knowledgeable and courteous and who is get to know his name. What the bank customer seems to want more than anything that is a sense of importance, like being recognized by a head waiter.”²²⁷ Für MAIN spielt die persönliche Beziehung zwischen dem Kunden und dem Firmenkundenbetreuer eine zentrale Rolle für die Kunde-Bank-Beziehung.

MORIARTY/KIMBALL/GAY postulieren, dass sich im Zeitablauf einer Bankbeziehung die Anzahl der Produktbeziehungen vervielfältigen und in Konsequenz die Bank und der Kunde an Bedeutung füreinander gewinnen. Ausgehend von diesen Produktbeziehungen entwickeln sich persönliche Beziehungen, welche einen intangiblen, aber wesentlichen Nutzen für beide Seiten generieren.²²⁸ Neben der rein persönlichen Komponente wird bei MORIARTY/KIMBALL/GAY somit explizit der Nutzenaspekt integriert. Denn durch diese enge Beziehung wird dem Kunden implizit eine verbesserte Kreditverfügbarkeit zugesichert und gleichzeitig sinkt die wahrgenommene Gefahr, die aufgrund des in der Regel bei dem Firmenkunden nicht vorhandenen Expertenwissens mit dem Kauf von komplexen Bankprodukten verbunden ist.²²⁹ Der Kunde auf der einen Seite ist aufgrund der persönlichen Beziehung eher bereit auch komplexe Produkte, wie z.B. Zins- und Währungssicherungsgeschäfte oder strukturierte Finanzierungen, mit der Bank abzuschließen. Die Bank auf der anderen Seite erhält Zugang zu Informationen über die Businesspläne des Kunden und über Produktbedarfe des Kunden, woraus ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil für die Bank im Verkauf von weiteren Bankprodukten an diesen Kunden resultiert.²³⁰ So wird der Kunde der Bank einen bestehenden Produktbedarf frühzeitiger und offener kommunizieren, zusätzlich erhält

²²⁷ Main (1982), S. 64.

²²⁸ Vgl. Moriarty/Kimball/Gay (1983), S. 4.

²²⁹ Vgl. Moriarty/Kimball/Gay (1983), S. 4.

²³⁰ Vgl. Moriarty/Kimball/Gay (1983), S. 4.

die Bank aber auch schneller Informationen über einen latenten Bedarf, wie bspw. die Information, dass der Kunde in das Exportgeschäft einsteigen will und somit einen Bedarf an Beratung im Auslandsgeschäft hat. Vor diesem Hintergrund definieren ONGENA/SMITH die Bankbeziehung als „connection between a bank and a customer that goes beyond the execution of simple, anonymous, financial transactions“.²³¹ Zusammengefasst besteht der Nutzen der Bankbeziehung im Transfer von proprietären Informationen und dem impliziten Versprechen der Bank, auch in schweren Zeiten die Geschäftsbeziehung aufrecht zu erhalten und liquide Mittel bereitzustellen.²³²

„When financial economists speak of relationship lendings ...[t]hey mean a close relationship between a firm and its banker, in which a single banker has intimate knowledge about the firm's affairs, built up over years of lending.“²³³ Während der Zeitfaktor bisher nur implizit berücksichtigt wurde, betont BERLINS Aussage die fundamentale Bedeutung der Langfristigkeit bei der Definition von Relationship Lending.²³⁴ Langfristigkeit bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Bank und Kunde im Zeitablauf immer wieder Kontakt haben und (evtl.) neue Verträge miteinander abschließen. Im Hinblick auf die zentralen Aspekte der Informationssammlung im Zeitablauf steht hinter der Betonung des Langfristcharakters immer auch, dass beide Parteien eine gemeinsame Historie der Beziehung aufbauen und daraus Informationen ziehen und somit ein Lerneffekt hinzukommt. Die Informationen werden unter anderem durch Screening und/oder Monitoring-Tätigkeiten der Bank erlangt.²³⁵ Der Langfristcharakter ist aber nicht nur für die Informationssammlung, sondern auch für die Informationsverwendung essenziell. Die Informationen können in einer Vielzahl von Interaktionen mit dem gleichen Kunden verwendet werden, so dass die Möglichkeit einer intertemporalen Wiederverwertbarkeit der Informationen geschaffen wird.²³⁶

Der zuvor bereits auch von MORIARTY/KIMBALL/GAY angesprochene Kundennutzen wird in der Definition von Relationship Lending gemäß PETERSEN/RAJAN explizit integriert und weiter konkretisiert: „by close and continued interaction, a firm may provide a lender with sufficient information about, and a voice in, a firm's affairs so as to lower the cost of and increase the availability of credit.“²³⁷ Der Nutzen des Kunden besteht in dieser Definition somit in niedrigeren Zinsen und einer größeren Kreditverfügbarkeit, resultierend aus den privaten Informationen, die der Bank im Rahmen der Geschäftsbeziehung zukommen. Gleichzeitig wird aber auch ein Mitspracherecht der Bank in Bezug auf die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens angenommen. Gemäß AOKI/DINÇ ist Relational Financing eine Form der Finanzierung, bei der vom Financier erwartet wird, dass er „[...] additional financing in a class of uncontractible states

²³¹ Ongena/Smith (2000a), S. 224.

²³² Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 224.

²³³ Berlin (1996), S. 1.

²³⁴ Aufgrund der in Kapitel A.2.2.3 beschriebenen zentralen Bedeutung des Kreditgeschäfts im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung werden die Begriffe Relationship Banking, Relational Financing und Relationship Lending synonym verwendet.

²³⁵ Vgl. Boot (2000), S. 10.

²³⁶ Vgl. Boot (2000), S. 10.

²³⁷ Petersen/Rajan (1995), S. 5.

in the expectation of future rents over time²³⁸ bereitstellt. Analog zu PETERSEN/RAJAN wird der Aspekt der Finanzierungsmittelverfügbarkeit (additional financing) sowie der langfristige Beziehungscharakter (over time) angesprochen. Durch den Hinweis auf nicht kontrahierbare Umweltzustände kommt allerdings ein neuer Aspekt hinzu. Da der Abschluss vollständiger und zustandsabhängiger Verträge in einer Welt mit Informationsasymmetrien nicht möglich ist, versuchen Finanzintermediäre, Effizienz durch die Verwendung von Relationship Lending herzustellen.²³⁹ Aufgrund des Commitments der Kunden auch in Zukunft Anschlussfinanzierungen bei der Bank durchzuführen, wird die Bank auch bei Eintreten negativer Umweltzustände den Kunden unterstützen, um Erträge aus zukünftigen Geschäften zu generieren.

Den bereits von AOKI/DINÇ angesprochenen Aspekt zukünftiger Renten formulieren MORIARTY/KIMBALL/GAY als Gewinnmaximierungsaspekt der Bank. Sie definieren Relationship Banking wie folgt: "in its simplest form, relationship banking is a recognition that a bank can increase its earning by maximizing the profitability of the total customer relationship over time, rather than seeking to extract the most profit from any one individual or transaction."²⁴⁰ Auch wenn in den bisher angeführten Definitionen primär der Finanzierungsaspekt der Bankbeziehung beleuchtet wurde und häufig Begriffe wie Kreditnehmer und Kreditgeber Verwendung finden, beschränkt sich Relationship Banking – wie es auch in der Definition von MORIARTY/KIMBALL/GAY zum Ausdruck kommt – nicht ausschließlich auf die Finanzierung, sondern umfasst auch zahlreiche andere Finanzdienstleistungen, z.B. Wechselgeschäft, Einlagen, Zahlungsverkehr und Cash Management Services.²⁴¹ Da die meisten Kunden mehrere Bankprodukte erwerben und als Wiederholungskäufer auftreten, muss eine Bank mehrere Produktbeziehungen aufbauen und aufrechterhalten, um das volle Potenzial des Firmenkunden ausschöpfen zu können.²⁴² Die Verschiebung von Gewinnen in die Zukunft setzt eine glaubhafte Bindung des Kunden an die Bank voraus.

Der monetäre Aspekt innerhalb der Bankbeziehung findet sich auch bei BOOT wieder. Zunächst investiert die Bank in die Gewinnung von Informationen über den Kreditnehmer, welche oftmals vertraulich sind und nur durch eine feste Kunde-Bank-Beziehung gewonnen werden können, und anschließend evaluiert sie die Profitabilität der festen Kunde-Bank-Beziehung nicht durch die Betrachtung einer einzelnen Interaktion mit dem Kreditnehmer, sondern unter Berücksichtigung der mehrfachen Interaktion mit dem Kreditnehmer sowohl in zeitlicher Hinsicht als auch in Bezug auf mehrere Produkte oder Dienstleistungen.²⁴³

²³⁸ Aoki/Dinç (1997), S. 5.

²³⁹ Vgl. Elsas/Krahen (1998), S. 1286.

²⁴⁰ Moriarty/Kimball/Gay (1983), S. 4.

²⁴¹ Vgl. Boot (2000), S. 11.

²⁴² Vgl. Turnbull/Gibbs (1987), S. 362.

²⁴³ Vgl. Boot (2000), S. 10. Eine derartige Beurteilung der Beziehung erfordert jedoch die Ermittlung eines Customer-Lifetime-Value, was nach Kenntnis des Autors bei keiner der im Fokus der Analyse stehenden Genossenschaftsbanken erfolgt. Unter dem Customer-Lifetime-Value wird der Deckungsbeitrag verstanden, der mit einem Kunden während seines gesamten Kundenle-

Die Definition von Relationship Banking und das mehrfach erwähnte Commitment der Bank schließen allerdings nicht aus, dass die Bank auch mal entgegen den Interessen des Kreditnehmers handelt, z.B. im Falle der Liquidation finanziell in Schieflage geratener Unternehmen durch verschiedene Banken. Auch kundenseitig handelt es sich bei dem Konzept des Relationship Banking nicht zwangsläufig um ein durchgängiges Beziehungsmuster, so kann der Kreditnehmer von einigen Kreditgebern ‚at arm’s length‘ und von anderen ‚relational‘ finanziert werden. ‚Arm’s Length Financing‘²⁴⁴, welches sich auf eine einzelne Transaktion mit einem Kunden oder auf mehrere identische Transaktionen mit verschiedenen Kunden fokussiert, kann hier als Gegenstück zum Relational Financing betrachtet werden.²⁴⁵ Ferner ist eine Relationship Banking-Beziehung nicht auf eine Bank beschränkt, so kann ein Kreditnehmer gleichzeitig in mehreren Relationship Banking-Beziehungen stehen.²⁴⁶

Im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehungen spielen beiderseitige Erwartungen eine zentrale Rolle. Der Unternehmer erwartet bspw. Hilfe für den Fall von temporären, überwindbaren finanziellen Schwierigkeiten und unternimmt deswegen im Laufe der Beziehung Investitionen in firmen-spezifische Assets (human oder non-human assets), wie bspw. den Aufbau eines bankspezifischen Reportingsystems. Die Bank auf der anderen Seite erwartet zukünftige Renten und Anschlussfinanzierungen.²⁴⁷ Als zusätzliche Ertragsquelle ist aber auch die Vermittlung von neuen Kundenkontakten denkbar. Es stellt sich die Frage, wie die Erwartung generiert und aufrechterhalten werden kann. Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um ein Commitment-Problem, welches in der Definition von Relational Financing inhärent ist.²⁴⁸ Gründe für die Bank, sich gemäß ihrem Commitment zu verhalten, könnten bspw. darin liegen, dass sich die Reputation verschlechtern würde, wenn implizit zugesagte Hilfe später nicht geleistet wird oder darin, dass das Informationsmonopol und daraus resultierende Konditionen- und Verhaltensspielräume und somit Ertragspotenzial nicht aufrecht erhalten werden kann, wenn der Kunde zu einer andern Bank wechselt.²⁴⁹ In diesem impliziten Commitment der Bank, auch zukünftig Kredite bereitzustellen und in Krisensituationen Hilfe zu leisten, besteht möglicherweise der wichtigste Nutzen der Beziehung.²⁵⁰ Dieses Commitment kommt einer Versicherungspolice gleich, die dem Kunden in Zeiten von beschränkter Kreditverfügbarkeit oder finanzieller Schwierigkeiten Zugang zu Krediten zusichert. Der Wert einer Bankbeziehung wird aber häufig erst dann evident für den Kunden, wenn fundamentale Ereignisse den Fortbestand des Unternehmens gefährden. Eine Bank, die bereit ist, dem Kunden in einer Krise beizustehen, entwickelt häufig eine sehr starke und lang andauernde Beziehung, denn gerade in diesen

bens bzw. der Dauer der Geschäftsbeziehung realisiert wird, diskontiert auf den heutigen Tag. Vgl. Hempelmann/Lürwer (2003), S. 336 ff.

²⁴⁴ Die Begriffe Arm’s Length Financing, Transaktions-Banking, Transaction-Banking oder Deal-Based Banking werden synonym verwendet.

²⁴⁵ Vgl. Boot (2000), S. 10.

²⁴⁶ Vgl. Aoki/Dinç (1997), S. 6.

²⁴⁷ Vgl. Aoki/Dinç (1997), S. 6.

²⁴⁸ Vgl. Aoki/Dinç (1997), S. 9, Mayer (1988), S. 1177 ff., Hellwig (1991), S. 35.

²⁴⁹ Vgl. Aoki/Dinç (1997), S. 6.

²⁵⁰ Vgl. hier und im Folgenden Turnbull/Gibbs (1987), S. 363.

Zeiten kommt es zu intensiven und häufigen Kontakten, so dass sich hieraus Unterschiede zwischen Kunden, die in der Vergangenheit eine Intensivbetreuung erfordert haben, sowie zwischen Kunden, die noch keine Intensivbetreuung in Anspruch nehmen mussten, ergeben. Häufig beschränkt sich die Rolle der Bank bei Firmenkunden, die sich in wirtschaftlichen und/oder finanziellen Schwierigkeiten befinden, stark auf die kurzfristig umsetzbare Reduzierung des Risikos.²⁵¹ Im Falle eines erfolgreichen Workouts kann die intensive Sanierungsbegleitung zu einer nachhaltigen Festigung einer ertragreichen Geschäftsbeziehung führen. Gleichzeitig kann die enge Zusammenarbeit eine positive Wahrnehmung der Bank als Partner auch in der Krise durch den Markt beziehungsweise der Gruppe potenzieller Kunden bewirken.²⁵²

Für das deutsche Bankensystem ist das Hausbankprinzip,²⁵³ welches eng mit dem Konzept des Relationship Lendings verbunden ist, typisch. Mittelständische Unternehmen und Banken unterhalten in Deutschland i.d.R. langjährige Geschäftsbeziehungen, in deren Verlauf mehrere Transaktionen abgewickelt und vertrauliche Firmeninformationen an die betreuende Bank weitergeleitet bzw. von dieser aufbereitet werden. Liegt ein solches Verhältnis vor, wird von einer Hausbankbeziehung gesprochen.²⁵⁴ Charakteristische und wesentliche Merkmale der Hausbankbeziehung sind die folgenden:²⁵⁵

- Eine Hausbank hat den größten, in aller Regel sogar den dominanten Anteil am Kredit- bzw. allgemeiner am Finanzdienstleistungsgeschäft mit dem betreffenden Unternehmen. Als Universalbank ist sie der erste Ansprechpartner des Unternehmens für alle Fragestellungen bzw. Transaktionen, die die Finanzierung des Unternehmens betreffen.
- Hausbankbeziehungen sind langfristige Beziehungen zwischen Banken und Unternehmen. Die Dauer der Beziehung führt ggf. zu persönlichen Kontakten zwischen den Entscheidungsträgern beider Seiten, in jedem Fall begründet sie aber ein besonderes Vertrauensverhältnis sowie einen besonders guten Informationsstand der Bank hinsichtlich der Entwicklung des Unternehmens.
- Ihre Rolle als Financier und ihr hoher Informationsstand verschaffen der Hausbank eine einflussreiche Position bei dem betreffenden Unternehmen.
- Die Hausbank trägt in finanziellen Krisensituationen des Unternehmens eine besondere Verantwortung für den Erhalt bzw. die Sanierung des Unternehmens. Die Stellung als Hausbank führt zu einer größeren Bereitschaft der Bank zur Beteiligung an Sanierungsaktionen.

Da die Hausbank gemäß obiger Definition eine Universalbank ist, erklärt sich der Umstand, warum dieser Begriff in Ländern mit Trennbank- bzw. Spezialbank-

²⁵¹ Vgl. Quitzau (2007), S. 15.

²⁵² Vgl. Quitzau (2007), S. 15.

²⁵³ Vgl. Fischer (1990), S. 4.

²⁵⁴ Vgl. Boot (2000), S. 10-12. Eine einheitliche Definition fehlt allerdings in der Literatur. Bspw. sehen einige Autoren in der Langfristigkeit der Beziehung kein notwendiges Kriterium. Vgl. Elsas/Krahen (1998), S. 1288 oder Hommel/ Schneider (2004), S. 578.

²⁵⁵ Vgl. Fischer (1990), S. 3.

Systemen nicht existiert.²⁵⁶ Für die meisten Banken ist es das langfristige Ziel in einer Bankbeziehung, die Haupt- und Hausbank des Kunden zu werden.²⁵⁷ Da viele Kunden mehrere Bankbeziehungen unterhalten und somit ein intensiver Wettbewerb zwischen den Banken besteht, ist es das Ziel einer Bank, die Hauptbank zu werden und schließlich einen größeren Anteil an der Bankfinanzierung des Kunden zu bekommen. Hauptbankbeziehungen sind auch deshalb so bedeutsam, da gezeigt werden kann, dass auch der Marktanteil einer Bank an Non-Credit-Services eng mit dem Anteil an Hauptbankverbindungen zusammenhängt.²⁵⁸ So wird in aller Regel auch der Zahlungsverkehr über die Hauptbank abgewickelt. Darüber hinaus ist eine Hauptbank in der Lage größere Margen zu erwirtschaften. Die größere Kundendurchdringung durch die Hauptbank ermöglicht es ihr, sowohl in der Produktion als auch im Vertrieb von Bankdienstleistungen Skaleneffekte zu realisieren. Ferner ist der Kunde in seiner Hauptbankbeziehung potenziell weniger preissensibel, da er einen signifikanten intangiblen Nutzen aus der Beziehung zieht. In welcher Form die Bank die realisierten Skaleneffekte sowie die geringere Preissensibilität bei der Konditionengestaltung berücksichtigt, kann nicht allgemeingültig beantwortet werden. Wichtig für die Kunde-Bank-Beziehung ist aber in jedem Fall, dass die partnerschaftliche Ausrichtung der Geschäftsbeziehung als bankpolitischer Grundsatz in den täglichen Geschäftskontakten und im dauernden Umgang mit dem Kunden seine Umsetzung erfährt.²⁵⁹ Ein auf den Einzelabschluss bezogenes Provisionssystem der Bank kommt deshalb bei Hausbankbeziehungen nicht in Betracht.²⁶⁰ Im Gegensatz zum Deal-Based-Banking ist die Langfristigkeit ein charakteristisches Merkmal der Hausbankbeziehung.²⁶¹ Die Bank wird über einen längeren Zeitraum zum bevorzugten Ansprechpartner für die Unternehmensleitung und erhält vielfach im Vorfeld von Entscheidungen wichtige Informationen über Veränderungen im Unternehmen.²⁶² Die Langfristigkeit der Geschäftsbeziehung zwischen Bank und Kunde verändert dann den Handlungsspielraum auf beiden Seiten und eröffnet den Vertragspartnern die Möglichkeit, positive Erfahrungen aus vergangenen Kontrakten in die Zukunft zu extrapolieren und dadurch auf Stabilität in der Geschäftsentwicklung zu bauen. Aufgrund der Dauerhaftigkeit der Bankverbindung sowie des umfassenden Leistungsangebots kommt es zu einer partnerschaftlichen Ausrichtung der Geschäftsbeziehung. Die Bank verfolgt dann nicht mehr nur eigene – kurzfristige – Zielsetzungen, sondern trägt in finanziellen Krisensituationen des Unternehmens eine besondere Verantwortung. Wichtige Voraussetzung für die Entstehung

²⁵⁶ Vgl. Arbeitskreis (1988), S. 742.

²⁵⁷ Vgl. Turnbull/Gibbs (1987), S. 363. Der Begriff Hauptbank wird durch den Arbeitskreis Finanzierung wie folgt definiert: „Eine Hauptbankverbindung ist eine Bank, mit der ständig mehrere Arten von Bankgeschäften abgewickelt werden, deren Volumina aus Sicht der Unternehmung bedeutend sind. Es wird auf eine ungefähr gleichgewichtige Verteilung solcher Geschäfte auf eine ggf. bestehende Mehrzahl von Hauptbankverbindungen geachtet, es sei denn, es besteht eine Hausbank als dominierende Hauptbankverbindung.“ Arbeitskreis (1988), S. 740.

²⁵⁸ Vgl. hier und im Folgenden Turnbull/Gibbs (1987), S. 363.

²⁵⁹ Vgl. hier und im Folgenden Doberanzke (1993), S. 23.

²⁶⁰ Vgl. Doberanzke (1993), S. 23.

²⁶¹ Vgl. Doberanzke (1993), S. 20. Zum Begriff des Deal-Based-Banking vgl. FN 244.

²⁶² Vgl. hier und im Folgenden Doberanzke (1993), S. 20 f.

einer durch Verträge konkretisierten Partnerschaft ist das Vertrauen in die Loyalität des jeweils anderen.

Das Hausbankprinzip beinhaltet – wie auch eine Relationship Banking-Beziehung gemäß BOOT – finanzierungstheoretisch das Arrangement einer intertemporalen Ertragsmaximierung. Sowohl Bank als auch Kreditnehmer maximieren nicht den Ertrag in jeder einzelnen Periode, stattdessen findet vielmehr eine Glättung des Nutzenstroms über verschiedene Umweltzustände statt: Die Bank hält die Kreditbeziehung auch in Zeiten geringer Erträge aufrecht, erhält dafür aber in Zeiten höherer Profitabilität einen Anteil am Mehrgewinn.²⁶³ Daraus lässt sich keine Aussage über das Zinsniveau einer Hausbank im Vergleich zu selbigem bei einer Nicht-Hausbank ableiten. Das Hausbankprinzip beruht implizit auf der Annahme einer mehrperiodigen Beziehung. Diese kann jedoch nur aufrechterhalten werden, wenn ein Unternehmen den Kreditgeber nach Beendigung der Phase geringer Erträge seitens der Bank nicht wechseln kann, da die Bank anderenfalls keine Möglichkeit zu einer intertemporalen Maximierung des Ertragsstroms hat. Eine derartige Bindung resultiert im Wesentlichen aus den Konstrukten wie Commitment und Vertrauen; vertraglich lässt sich diese Bindung nicht abbilden. Selbst bei einem Darlehensvertrag hat der Kunde nach Ende der Zinsbindungsfrist beliebige Wechselmöglichkeiten und viel entscheidender ist der Umstand, dass der Kunde während der Vertragslaufzeit seine zusätzlichen Produktbedarfe bei einer anderen Bank befriedigen könnte. Je intensiver der Wettbewerb um den Schuldner, desto einfacher ist es für ein Unternehmen, zu anderen Banken zu wechseln. Folgerichtig gerät das Hausbankprinzip in Zeiten intensiven Wettbewerbs unter Druck.²⁶⁴ In einer derartigen kompetitiven Situation ist vermutlich auch nicht mehr die negative Signalwirkung resultierend aus einem Wechsel der Hausbank gegeben. In einer Phase geringen Wettbewerbs würde die neue Bank durchaus erst mal kritisch hinterfragen, welche Gründe es für den Wechsel gibt und inwiefern diese Gründe in dem Unternehmen selbst liegen. Bankbedingte Gründe für den Wechsel der Hausbankbeziehung könnten bspw. Unzufriedenheit mit dem Firmenkundenbetreuer, ein erfolgter Wechsel des Firmenkundenbetreuers und damit resultierend ggf. der Verlust der Bindung an die Bank oder eine geänderte Geschäftspolitik sein. Allerdings ist fraglich, inwiefern wirklich die komplette Hausbankbeziehung in einer sehr kompetitiven Umweltsituation auf den Prüfstand gestellt wird oder inwiefern nur vereinzelte Verträge mit einer anderen Bank abgeschlossen werden.

Vorteilhaft an einer Hausbankbeziehung ist aus Kundensicht die Ermöglichung von vorteilhafteren Kreditkonditionen und einer besseren Unterstützung in Krisenzeiten.²⁶⁵ Gleichzeitig beschränkt sich die Weitergabe von Firmeninterna auf die Hausbank und eine anderenfalls notwendige Publizität gegenüber dem Kapitalmarkt bzw. der Öffentlichkeit wird vermieden.²⁶⁶ Jungen Unternehmen erleichtert das mögliche Zustande-

²⁶³ Vgl. Fischer (1990), S. 46 f.

²⁶⁴ Vgl. Speyer (2002), S. 206.

²⁶⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 5, Boot/Thakor (1994), S. 899-920 oder Hommel/Schneider (2004), S. 578.

²⁶⁶ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 578.

kommen einer Hausbankbeziehung zudem den Zugang zu Kapital, welches bei einer Nicht-Hausbank ggf. gar nicht erst bereitgestellt worden wäre. Bei jungen Unternehmen ist zu beachten, dass die Hausbankbeziehung per definitionem anstelle einer gemeinsamen langen Historie auf der Perspektive einer langfristigen Beziehung basiert. Sofern Aussicht auf Anschlussgeschäfte besteht, sind Banken eher gewillt, in eine solche Geschäftsbeziehung zu investieren und sich zur Hausbank des Unternehmens zu entwickeln.

Nachteilig wirkt sich allerdings die mit der Intensität der Bankbeziehung steigende Abhängigkeit von der Hausbank aus. Je enger diese Beziehung ist, desto schwieriger wird es für den Kunden, eine gleichartige Beziehung zu einer anderen Bank aufzubauen bzw. den Wechsel der Bankverbindung glaubhaft anzudrohen bzw. der neuen Bank in Aussicht zu stellen. Für eine neue Bank ist es nicht ohne weiteres nachvollziehbar, warum ein Kunde eine etablierte Bankbeziehung aufgibt oder sie nicht über die gesamte Produktpalette ausnutzt.²⁶⁷

Die zuvor bereits erwähnte zentrale Bedeutung der Hausbankbeziehung für die Mittelstandsfinanzierung in Deutschland wird durch eine Studie von KPMG unterstützt. So gaben etwa 94% der befragten Unternehmen an, eine Hausbankbeziehung zu unterhalten.²⁶⁸ Durch die sich mit Basel II einstellende Risikoorientierung bei der Kreditvergabe²⁶⁹ ist fraglich, ob die Hausbankbeziehung auch in Zukunft aufrechterhalten werden kann. Geht ein Unternehmen nicht mit der Kreditrisikostategie seiner Hausbank konform, kann diese gezwungen sein, trotz langjähriger Geschäftsbeziehung Kredite zu verweigern.²⁷⁰ Dies kann auch nachträglich geschehen, wenn die Branche des Unternehmens in eine Krise gerät, die Bank Bereinigungen des Kreditportfolios vornimmt oder aus anderen Gründen ihre Kreditrisikostategie ändert. Eine solche Kreditverweigerung würde jedoch der Funktion einer Hausbank – Kreditversorgung auch in Krisenzeiten des Unternehmens – zuwiderlaufen und damit die Hausbankbeziehung zerstören.²⁷¹ In der Folge kann es zu Kündigungen der Geschäftsbeziehung zwischen einer Hausbank und ihren Geschäftskunden kommen, wenn die Branche des Unternehmens nicht in die Kreditrisikostategie passt. Unternehmen, die dies betrifft, sehen sich gezwungen, alternative Kapitalquellen aufzutun. Gegebenenfalls werden Unternehmen auch von sich aus verstärkt andere Quellen in Anspruch nehmen können und sich vermehrt von der Hausbank abwenden. Ferner würde obiger Aspekt dem Auftrag der Genossenschaftsbanken der Mitgliederförderung zuwider laufen, so dass die negative Wirkung bei dem betroffenen Unternehmen, aber auch bei anderen Unternehmen umso stärker ist.

²⁶⁷ Vgl. Farinha/Santos (2002), S. 124 ff.

²⁶⁸ Vgl. Müller et al. (2006), S. 10.

²⁶⁹ Vgl. zu den Implikationen aus Basel II Kapitel A.3.3.

²⁷⁰ Vgl. zur Kreditrisikostategie einer Bank Kapitel A.3.2.2.

²⁷¹ Vgl. Müller et al. (2006), S. 10.

Bei einem Vergleich der Definitionen des Relationship Banking und den Hausbankdefinitionen lässt sich abschließend konstatieren, dass die Analogien offensichtlich sind:²⁷²

- Sowohl Relationship Lending als auch Hausbankbeziehungen werden als langfristige Beziehungen charakterisiert (close and continued interaction),
- (private) Informationen spielen eine wesentliche Rolle (sufficient information)
- und die Bank hat einen gewissen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit des finanzierten Unternehmens bzw. des Kreditnehmers (a voice in a firm's affairs).

Hinsichtlich der Wirkungen werden allerdings unterschiedliche Aspekte angesprochen bzw. akzentuiert:

- Während bei dem Relationship Banking-Ansatz nach PETERSEN/RAJAN die Senkung der Finanzierungskosten des Unternehmens sowie die Erhöhung der Finanzierungsmittelverfügbarkeit zentraler Bestandteil ist,
- wird im Rahmen der Hausbankbeziehung der Aspekt der „besonderen Verantwortung“ der Hausbank in Krisensituationen des Kreditnehmers betont, wobei selbiger natürlich mit der Finanzierungsmittelverfügbarkeit verbunden ist.

Auf Basis der bisherigen Analysen erfolgt in der weiteren Arbeit eine synonyme Verwendung des Konzeptes des Relationship Banking und des Konstruktes der Hausbank.²⁷³ Die bisher nur kurz angesprochenen Effekte im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung werden im Folgenden auf Grundlage der Neuen Institutionenökonomie detaillierter untersucht. Als zentraler Aspekt bei den angeführten Definitionen konnte der Informationsvorsprung der Hausbank herausgearbeitet werden, wobei die Dauer der Beziehung, die wiederholten Interaktionen und/oder die Breite der Produktpalette häufig als dessen Ursache genannt wurde. Bevor in Kapitel A.4.3 der Stand der theoretischen und empirischen Forschung dargestellt wird, erfolgt in Kapitel A.4.2 die Erläuterung der für die weitere Untersuchung zentralen Begriffe der Neuen Institutionenökonomie.

4.2 Die Neue Institutionenökonomie mit dem Fokus auf der Prinzipal-Agenten-Theorie

Die Neue Institutionenökonomie analysiert die Entstehung, Struktur und Effizienz von so genannten Institutionen, in deren Rahmen wirtschaftliche Aktivitäten durchgeführt werden.²⁷⁴ Durch die Aufgabe der noch in der neoklassischen Theorie vorherrschenden Grundannahme eines vollkommenen Wettbewerbs und insbesondere einer vollständi-

²⁷² Grundlage des folgenden Vergleichs ist die Definition von Relationship Banking gemäß Petersen/Rajan. Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 5. Vgl. hierzu und im Folgenden Elsas (2001), S. 14 und Segbers (2007), S. 122.

²⁷³ Die synonyme Verwendung der Begriffe findet sich auch bei Segbers (2007), S. 118 und Elsas (2001), S. 14.

²⁷⁴ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 199.

gen Information aller Marktteilnehmer²⁷⁵ ergeben sich nunmehr für die im Markt agierenden Wirtschaftseinheiten Koordinationsaufgaben hinsichtlich der wirtschaftlichen Aktivitäten, was wiederum Transaktionskosten verursacht.²⁷⁶ Die Institutionenanalyse geht der Frage nach, welche Form der Koordination sich in einer speziellen Situation als die nach Kosten- und Effizienzgesichtspunkten günstigste erweist.²⁷⁷ Darüber hinaus beschäftigt sich die Neue Institutionenökonomie mit den Auswirkungen von Institutionen (z.B. Verträge, Organisationsstrukturen) auf menschliches Verhalten²⁷⁸ und untersucht in diesem Kontext insbesondere Möglichkeiten des effizienten Designs derselbigen.²⁷⁹ Im Folgenden wird davon ausgegangen, dass es sich bei der Geschäftsbeziehung zwischen Bank und Kunde um eine effiziente Organisationsform handelt,²⁸⁰ so dass der Fokus auf der Analyse möglicher Motivationsprobleme sowie auf der Ausgestaltung von Verträgen innerhalb der bestehenden Geschäftsbeziehung liegt.

4.2.1 Einordnung und Annahmen der Prinzipal-Agenten-Theorie

Der Prinzipal-Agenten-Ansatz beschäftigt sich insbesondere mit Motivationsproblemen bei vertraglichen Schuldverhältnissen.²⁸¹ Gegenstand der Prinzipal-Agenten-Theorie sind Vertragsbeziehungen zwischen Individuen oder Gruppen von Individuen, die sich durch Unsicherheit und ein Informationsdefizit des Auftraggebers (Prinzipal) gegenüber seinem Auftragsempfänger (Agent) auszeichnen.²⁸² Die Problematik einer Prinzipal-Agenten-Beziehung, die sich durch die Abhängigkeit einer Person von der Handlung einer anderen Person kennzeichnet,²⁸³ äußert sich darin, ein Individuum oder eine Gruppe von Individuen zu motivieren, im Interesse eines anderen Individuums oder einer Gruppe von Individuen zu handeln.²⁸⁴ Da das Verhalten des Auftragnehmers das Nutzenniveau des Auftraggebers beeinflusst, gilt es diejenige Form der Vertragsgestaltung zu wählen, bei der die Gefahr, dass der Agent nicht im Sinne des Prinzipals handelt, minimiert wird.²⁸⁵ Die Lösung der Motivationsprobleme liegt vor allem in der geschickten Gestaltung der Verträge, seien es nun Kauf-, Darlehens-, Miet-, Dienst- oder Werkverträge.²⁸⁶

²⁷⁵ Coase wird im Allgemeinen als einer der ersten Ökonomen angesehen, der die Grundannahmen der neoklassischen Theorie in Frage stellte. Vgl. hierzu stellvertretend Rotering (1993), S. 95. Zu den Aussagen von Coase vgl. Coase (1963), S. 331 ff.

²⁷⁶ Vgl. Büchs (1991), S. 6.

²⁷⁷ Vgl. Schmidt (1992), Sp. 1854.

²⁷⁸ Vgl. Picot/Dietl/Franck (2005), S. 45 f.

²⁷⁹ Vgl. Picot/Dietl/Franck (2005), S. 46.

²⁸⁰ Zur Analyse der Existenz von Finanzintermediären auf der Grundlage der Transaktionskosten vgl. bspw. Diamond (1984), S. 393 ff.

²⁸¹ Vgl. Göbel (2002), S. 60.

²⁸² Vgl. Akerlof (1970), S. 488 ff., Arrow (1985), S. 37 ff., Jensen/Meckling (1976), S. 305 ff. oder Fama (1980), S. 39 ff.

²⁸³ Vgl. Macharzina (1999), S. 52.

²⁸⁴ Vgl. Klaus (2002), S. 121 f.

²⁸⁵ Vgl. Macharzina (1999), S. 52.

²⁸⁶ Vgl. Göbel (2002), S. 62. Für weitere Beispiele vgl. Arrow (1985), S. 38 ff.

Wie auch die anderen institutionenökonomischen Ansätze ist die Prinzipal-Agenten-Theorie durch folgende Annahmen bezüglich des menschlichen Verhaltens gekennzeichnet: Individuelle Nutzenmaximierung und begrenzte Rationalität beschreiben und leiten das Handeln der Akteure.²⁸⁷ Zudem stützen sich alle neoinstitutionalistischen Ansätze auf das Forschungskonzept des methodologischen Individualismus. Diese Theoriekonstruktion geht grundsätzlich vom individuellen Akteur aus. Institutionen (Organisationsstrukturen) werden als das Ergebnis der Handlungen und Entscheidungen individueller Akteure verstanden und nicht – wie z.B. in soziologischen Ansätzen – als emergente Phänomene sozialer Systeme.²⁸⁸

Neben diesen für alle institutionenökonomischen Ansätze übereinstimmenden Annahmen ist die Informationsasymmetrie die zentrale Annahme der Prinzipal-Agenten-Theorie, derzufolge der Agent einen Informationsvorsprung vor dem Prinzipal hat.²⁸⁹ Diese Annahme impliziert, dass die Erlangung von Informationen etwas kostet und dass prohibitive Kosten der Informationsbeschaffung zu unvollständigem Wissen der Akteure sowie zu seiner Ungleichverteilung führen. Da eine vollständige Kontrolle des Agenten nicht möglich ist, besteht die Gefahr, dass der Agent nicht immer im Sinne des Prinzipals handelt, sondern in der Verfolgung seiner eigenen Interessen versteckte Handlungen zum Schaden des Prinzipals vornimmt.²⁹⁰ Dieses aus Sicht des Prinzipals zum Teil suboptimale Handeln des Agenten ist möglich, da der zwischen Prinzipal und Agent geschlossene Vertrag mehr oder weniger unvollständig bleiben muss und in der Vertragsbeziehung nicht alle zukünftigen Unsicherheitsfaktoren geregelt sind. Die opportunistischen Spielräume können so groß sein, dass Verträge erst gar nicht oder nicht im gewünschten Umfang zustande kommen.²⁹¹ Für Agenten und Prinzipal ist es vorteilhaft, nach Möglichkeiten zu suchen, um die Kooperationsschwierigkeiten zu verringern oder zu beseitigen.

Ausgehend von diesen Annahmen kann auch die Finanzierungsbeziehung als Agency-Beziehung betrachtet werden, in der der Kapitalgeber als Prinzipal den Kapitalnehmer als Agenten mit der Durchführung eines renditetragenden Projektes beauftragt.²⁹² Asymmetrische Information eröffnet dem Kapitalnehmer einen Handlungsspielraum, den er opportunistisch nutzen kann, z.B. durch eine Änderung der geplanten Mittelverwendung.

4.2.2 Kosten

Aufgrund der Informationsasymmetrie und der daraus resultierenden opportunistischen Verhaltensspielräume entstehen Kosten, die den individuellen Zielen der beiden Parteien widersprechen.²⁹³ Insgesamt werden unter den Agency-Kosten solche Kosten

²⁸⁷ Vgl. hier und im Folgenden Picot/Dietl/Franck (2005), S. 46.

²⁸⁸ Vgl. Picot/Dietl/Franck (2005), S. 31.

²⁸⁹ Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 196.

²⁹⁰ Vgl. hier und im Folgenden Ebers/Gotsch (2006), S. 210 f.

²⁹¹ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 8.

²⁹² Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 7.

²⁹³ Vgl. Klaus (2002), S. 123.

subsumiert, die sich bei der Verringerung dieses Handlungsspielraums ergeben, wobei auch die durch den Handlungsspielraum verbleibende Wohlfahrtsdifferenz im Vergleich zur First-Best-Lösung zu den Agency-Kosten zählt.²⁹⁴ Das Kriterium zur effizienten Gestaltung der Vertragsbeziehung zwischen Prinzipal und Agenten bildet die Minimierung dieser Kosten, die sowohl beim Prinzipal als auch beim Agenten anfallen und sich aus drei Komponenten zusammensetzen.²⁹⁵ Nach JENSEN/MECKLING lassen sich die Kosten der Kooperation bei asymmetrischer Information in Monitoring Costs, Bonding Costs und Residual Costs unterteilen.²⁹⁶

Unter *Monitoring Costs* werden alle im Rahmen der Überwachung des Agenten anfallenden Kosten für den Prinzipal verstanden, d.h. Kosten zum Abbau der Ex-Ante-, Ex-Interim und Ex-Post-Unsicherheit.²⁹⁷ So fallen beim Prinzipal Überwachungs- und Monitoring-Kosten an, indem er das Handeln des Agenten kontrollieren oder selbigem entsprechende Anreize in Aussicht stellen muss, um dessen Verhalten nicht zu stark von seinen eigenen Vorstellungen abweichen zu lassen.²⁹⁸

Unter *Bonding Costs* werden die Kosten subsumiert, die beim Kontraktpartner (Agent) anfallen, z.B. Kosten für Signalling²⁹⁹, Reporting, Commitment.³⁰⁰ Durch Eingehen bindender Verpflichtungen kann ein Agent seinen Handlungsspielraum glaubhaft einschränken.³⁰¹ Die Bindungskraft dieser Verpflichtung liegt darin, dass sie dem Agenten Kosten verursacht. Die Investition, welche verschiedene Formen annehmen kann, wie z.B. der Erwerb von Zertifikaten, lohnt sich für den Agenten nur bei ordnungsgemäßer Vertragserfüllung. Dem Agenten entstehen Gewährleistungs- und Bonding-Kosten, indem er entweder zu seinen eigenen Ungunsten auf ein Verhalten verzichtet, das dem Prinzipal schadet, oder indem er bei der Durchführung derartiger Handlungen den Prinzipal entschädigt.³⁰²

Alle übrigen Kosten werden den *Residual Costs* zugeordnet. Die Differenz zwischen dem optimalen Nutzen des Prinzipals und dem Nutzen, der sich aufgrund nicht vollständiger Kontrolle ergibt, wird als Residualverlust bezeichnet.³⁰³ Solche Vertrags- oder Kontrolllücken entstehen, weil vollständige Verträge, die jeden potenziellen Umstand definieren, nicht geschrieben werden können. Trotz des Einsatzes von Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen ist eine Optimierung der Handlungen des Agenten aus Sicht des Prinzipals somit nicht möglich, so dass ein Verlust in Form so genannter Wohlfahrts- oder Residualkosten in Kauf genommen werden muss.³⁰⁴

²⁹⁴ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 8.

²⁹⁵ Vgl. Klaus (2002), S. 123.

²⁹⁶ Vgl. Jensen/Meckling (1976), S. 305.

²⁹⁷ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 97.

²⁹⁸ Vgl. Klaus (2002), S. 123.

²⁹⁹ Vgl. hierzu ausführlicher Kapitel A.4.2.3.1.

³⁰⁰ Vgl. Göbel (2002), S. 125.

³⁰¹ Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 8.

³⁰² Vgl. Klaus (2002), S. 123.

³⁰³ Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 8.

³⁰⁴ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 212.

4.2.3 Problemfelder innerhalb der Prinzipal-Agenten-Beziehung

Innerhalb der Prinzipal-Agenten-Beziehung entstehen bedingt durch Interessensunterschiede und asymmetrischer Informationsverteilung opportunistische Verhaltensspielräume. Im Hinblick auf derartige Verhaltensrisiken differenziert man die Problemfelder Adverse Selection, Moral Hazard sowie Hold Up.³⁰⁵ Je nach zeitlichem Bezug zum Abschluss des Vertragsverhältnisses lassen sich die Informationsasymmetrien und die daraus resultierenden opportunistischen Verhaltensspielräume in Ex-Ante- und Ex-Post-Risiken (vgl. Tab. A-6) unterteilen.

Typ Kriterium	Hidden Characteristics bzw. Hidden Information	Hidden Action	Hidden Intention
Entstehungszeitpunkt	ex ante	ex post	ex ante und ex post
Ursache der Asymmetrie	nicht beobachtbare/ beurteilbare Eigenschaften	nicht beobachtbare/ beurteilbare Handlungen	nicht beobachtbare/ beurteilbare Absichten
Problemfeld	Adverse Selection	Moral Hazard	Hold Up

Tab. A-6: Systematisierung der Problemfelder bei Informationsasymmetrie³⁰⁶

4.2.3.1 Adverse Selektion

Das Problem der adversen Selektion besteht als Risiko der Auswahl unerwünschter Vertragspartner und beruht auf Informationsasymmetrien, die vor Vertragsabschluss zwischen Prinzipal und Agenten auftreten.³⁰⁷ Dem Prinzipal bleiben wesentliche Eigenschaften des Agenten bzw. der von ihm angebotenen Produkte und Dienstleistungen vor Aufnahme der Vertragsbeziehung verborgen.³⁰⁸ Ein typisches Beispiel ist die Vergabe eines Kredits, bei dem ein in diesem Bereich tätiger Kreditnehmer üblicherweise besser als die Bank über die speziellen Risiken des zu finanzierenden Projekts oder seine finanzielle Situation informiert ist.³⁰⁹ Die Qualitätsunsicherheit kann sich auf Eigenschaften des Projektes (hidden characteristic) oder auf Informationen beziehen, die das Risiko und die Rentabilität des Projektes betreffen (hidden information).³¹⁰

Nicht jede bestehende Informationsasymmetrie ist jedoch per se mit opportunistischem Verhalten gleichzusetzen. Der Aspekt, der Informationsasymmetrien und Qualitätsunsicherheit erst zu opportunistischem Verhalten werden lässt, stellt die wissentliche

³⁰⁵ Vgl. Klaus (2002), S. 123.

³⁰⁶ Eigene Darstellung in Anlehnung an Picot/Dietl/Franck (1999), S. 91.

³⁰⁷ Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 165, Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

³⁰⁸ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

³⁰⁹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 98.

³¹⁰ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 15.

Zurückhaltung von Informationen und die opportunistische Ausnutzung des Informationsvorsprungs durch den Agenten dar.³¹¹

Mit der *adversen Selektion* wird ein Phänomen bezeichnet, bei dem die Unbeobachtbarkeit der Qualität der Leistung oder des Agenten *ex ante* zu einem Marktzusammenbruch führt.³¹² Im Bankkontext wäre dieser Fall denkbar, wenn Banken keine Möglichkeit zur Identifizierung der Qualität der Kreditnehmer hätten.³¹³ In diesem Fall kann es zu einer Kreditrationierung kommen, bei der die Banken keine weiteren Kredite vergeben, obwohl die Kreditnehmer zur Zahlung von höheren Zinsen bereit wären.³¹⁴

Zur Begrenzung des *Adverse Selection-Risikos* existieren Maßnahmen, die im Rahmen der Institutionenökonomie als *Signalling* und *Screening* bezeichnet werden.³¹⁵ Das Ziel dieser beiden informationsökonomischen Kategorien besteht im Ausgleich des zwischen Prinzipal und Agenten bestehenden vorvertraglichen Informationsunterschiedes.

Im Rahmen des *Signalling* gehen die Aktivitäten zur Reduzierung der vorvertraglichen Informationsasymmetrien vom Agenten als der besser informierten Partei aus.³¹⁶ Dementsprechend wird *Signalling* als der aktive Versuch interpretiert, entscheidungsrelevante Informationen zu übermitteln, was sich beispielsweise in Zeugnissen über die Leistungsfähigkeit des Agenten, von Gütesiegeln oder von Garantien manifestiert.³¹⁷ Für die Glaubwürdigkeit und somit die Wirksamkeit von entsprechenden *Signalling*-Aktivitäten ist es elementar, dass ein Signal nur von solchen Agenten angeboten werden kann, die die signalisierte Eigenschaft tatsächlich besitzen und dass das Fehlen eines solchen Signals auch das Fehlen der entsprechenden Eigenschaft bedeutet.³¹⁸ Ferner hängt auch die Qualität des Signals von den darauf aufzuwendenden Ressourcen ab.³¹⁹ Übertragen auf den Kreditmarkt bedeutet *Signalling*, dass der Kreditnehmer der Bank bspw. anbietet, eigenes Kapital zu investieren oder Sicherheiten zu stellen,³²⁰ und infolgedessen auf die Möglichkeit verzichtet, das Kapital anderweitig zu verwenden bzw. die Sicherheit ein zweites Mal einer anderen Bank zu stellen.

Während das *Signalling* vom Agenten betrieben wird, gehen die Aktivitäten im Rahmen des *Screening* vom Prinzipal als der schlechter informierten Partei aus. Die Zielsetzung von *Screening*-Maßnahmen ist die Differenzierung von Agenten anhand bestimmter Merkmale, die entweder bei Vorgabe diverser Auswahlkriterien als *Self*

³¹¹ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

³¹² Zum Marktversagen bei Qualitätsunsicherheit vgl. Akerlof (1970), S. 488 ff. Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.3.1.1.

³¹³ Vgl. Segbers (2007), S. 28.

³¹⁴ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 99 f.

³¹⁵ Vgl. Klaus (2002), S. 127 f.

³¹⁶ Vgl. Spence (1973), S. 355 ff. zum *Signalling* im Allgemeinen.

³¹⁷ Vgl. Vogt (1997), S. 110.

³¹⁸ Vgl. Klaus (2002), S. 128.

³¹⁹ Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 240.

³²⁰ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 18.

Selection oder im Rahmen von Prüfungsaktivitäten erfolgt.³²¹ Bei der *Self Selection*³²² konstruiert der Prinzipal den Vertrag derart, dass er nur von solchen Agenten akzeptiert wird, die die von ihm gewünschte Qualität aufweisen.³²³ Die Forderung von Sicherheiten bei der Kreditvergabe dient unter diesem Gesichtspunkt nicht allein der Beschränkung von Verlusten bei einem Ausfall des Kredites, sondern kann auch als Selbstselektionsmechanismus verstanden werden. Ein Kreditnehmer wird eher bereit sein, viele Sicherheiten zu stellen, wenn er selbst die Ausfallwahrscheinlichkeit seines Projektes als gering einstuft.³²⁴ Eine Bank kann zwei Alternativverträge anbieten, von denen der eine einen niedrigeren Zins, aber eine hohe Sicherheit verlangt und der andere einen hohen Zins bei niedrigeren Sicherheiten.³²⁵ Auch die Vereinbarung von Covenants, d.h. die Vereinbarung über einzuhaltende Bilanzrelationen o.ä., kann als Selbstselektionsmechanismus herangezogen werden, denn die Nichteinhaltung der Covenants³²⁶ gibt der Bank die Möglichkeit von Neuverhandlungen und ggf. auch von Vertragskündigungen. Ein Unternehmen, welches beabsichtigt in riskante Objekte zu investieren, wird somit nicht bereit sein, Vereinbarungen hinsichtlich der Entwicklung der Eigenkapitalquote oder der Rentabilität zu treffen, sofern es die Gefahr sieht, dass diese Schwellenwerte unterschritten werden, denn es würde dadurch die Vertragskündigung riskieren.

Vor der Kreditvergabe werden des Weiteren *Prüfungsaktivitäten* durchgeführt, so dass die Unsicherheit bezüglich der Qualität des Unternehmers durch die Überprüfung von Zeugnissen und eine intensive Analyse der Unterlagen früherer Projekte verringert werden.³²⁷ Zum einen kann die Unsicherheit bezüglich der Qualität des Unternehmens reduziert werden durch die Prüfung von Unterlagen wie bspw. Jahresabschlüssen, betriebswirtschaftlichen Auswertungen, Businessplänen, Presseartikeln, Kostenplänen oder Investitionsplänen. Zum anderen kann die Unsicherheit hinsichtlich der Qualität des Unternehmers durch Zeugnisse oder Lebensläufe reduziert werden. Insbesondere aufgrund der in Kapitel A.2.1.1.2 betonten Einheit von Eigentum und Leitung bei mittelständischen Unternehmen sind hier allerdings die Übergänge zwischen Qualität des Unternehmens sowie der Qualität des Unternehmers fließend. Derartige Maßnahmen, ebenso wie Screening-Aktivitäten, verursachen jedoch Kosten, die von den Vertragspartnern getragen werden müssen und als Kosten der asymmetrischen Information (dead weight loss) bezeichnet werden.³²⁸

³²¹ Vgl. Klaus (2002), S. 123, Spence (1976), S. 591 ff.

³²² Vgl. Arrow (1985), S. 37 ff.

³²³ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 99.

³²⁴ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 99.

³²⁵ Vgl. Jaffee/Stiglitz (1990), S. 866 f.

³²⁶ Zu Covenants vgl. ausführlich Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 177.

³²⁷ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 95.

³²⁸ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 95.

4.2.3.2 Moral Hazard

Während das Adverse Selection-Problem vor Vertragsschluss relevant ist, tritt das Moral Hazard-Problem erst während der Leistungsbeziehung und somit auch nach Vertragsabschluss zwischen Prinzipal und Agent auf.³²⁹ Das Risiko des Moral Hazard wird dadurch begründet, dass der Prinzipal im Rahmen der Vertragsbeziehung das Anstrengungsniveau des Agenten nicht zweifelsfrei beurteilen kann (hidden action).³³⁰ Letzterer kann möglicherweise eine bewusste Leistungszurückhaltung betreiben. Es wird dann zum Problem, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Das vom Agenten bevorzugte Verhalten hat negative Auswirkungen für den Prinzipal.
- Die Auswirkungen des Verhaltens mischen sich mit den ebenfalls nicht beobachtbaren Folgen eines exogenen Risikos.³³¹

Zwischen dem Anstrengungsniveau des Agenten und der Wahrscheinlichkeit von für den Prinzipal vorteilhaften Handlungsergebnissen besteht prinzipiell ein positives Verhältnis.³³² Das Handlungsergebnis ist jedoch nicht nur vom Anstrengungsniveau des Agenten, sondern auch von vertragsexogenen Faktoren, z.B. der wirtschaftlichen Lage, abhängig.³³³ Des Weiteren ist der Prinzipal, obwohl er zwar das Ergebnis der Handlungen des Agenten ex post feststellen kann, nicht in der Lage, dessen Handlungen an sich zu beobachten.³³⁴ Daraus folgt, dass er nicht eindeutig beurteilen kann, welchen Anteil die Anstrengungen des Agenten und welchen Anteil äußere Einflüsse an dem zustande gekommenen Ergebnis haben.³³⁵ Im Rahmen einer Projektfinanzierung beeinflusst die unbeobachtbare Anstrengung des Unternehmers zwar seine Rückzahlungsfähigkeit und somit die Erlöse der Bank, die Bank ist jedoch nicht in der Lage das Anstrengungsniveau an sich zu beurteilen.³³⁶

Bei der Kreditvergabe tritt noch ein weiteres Moral Hazard-Problem auf, das in der Banktheorie große Beachtung gefunden hat. Nach Vertragsabschluss mit fester Rückzahlungsverpflichtung kann ein Unternehmer seinen erwarteten Gewinn steigern, indem er das Projektrisiko erhöht (Projektrisikoerhöhung) oder ein riskanteres als das vereinbarte Projekt durchführt (asset substitution).³³⁷ Modifiziert er das Projekt so, dass extreme Projektausgänge wahrscheinlicher werden, kann er im Falle eines erfolgreichen Verlaufs, den gesamten Überschuss, d.h. den Projektgewinn nach Rückzahlung des Kredites und der Zinsen, verbuchen.³³⁸ Das erhöhte Ausfallrisiko muss die Bank

³²⁹ Vgl. Klaus (2002), S. 132.

³³⁰ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

³³¹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 100.

³³² Vgl. Klaus (2002), S. 133.

³³³ Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 163.

³³⁴ Vgl. Klaus (2002), S. 133.

³³⁵ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

³³⁶ Vgl. Greenbaum/Thakor (1995), S. 236-238.

³³⁷ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 18.

³³⁸ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 100 f.

tragen.³³⁹ Annahmegemäß werden hier zunächst weder Sicherheiten gestellt noch Covenants vereinbart.

Der Einsatz von *Monitoring*-Tätigkeiten stellt eine Möglichkeit zur Begrenzung des Moral Hazard-Problems dar. Im Mittelpunkt des Monitoring stehen Maßnahmen, deren Zweck es ist, festzustellen, ob der Agent seinen vertraglichen Verpflichtungen nachgekommen ist bzw. diese erfüllt hat. Ferner versucht die Bank mittels Monitoring-Tätigkeiten herauszufinden, inwiefern der Kunde das Projektrisiko erhöht hat. Beispielsweise könnte die Bank regelmäßige Betriebsbesichtigungen oder Besichtigungen der Projektstätte vornehmen. Nachteilig ist allerdings, dass für die Beurteilung des Projektverlaufs bzw. des Verhaltens des Unternehmers u.U. ein derart spezifisches Fachwissen erforderlich ist, dass die Beurteilung durch den Firmenkundenbetreuer gar nicht gewährleistet werden kann. Darüber hinaus könnte anhand von Zahlungsstromanalysen identifiziert werden, wohin die ausgezahlten Mittel fließen und ob bspw. die geplanten Umsätze tatsächlich erwirtschaftet werden. In beiden Fällen entstehen jedoch durch den Arbeitseinsatz des Firmenkundenbetreuers und typischerweise auch der Marktfolge Kosten. Durch diese Monitoring-Tätigkeiten erlangt die Bank allerdings Informationen, welche sie bei zukünftigen Vertragsabschlüssen nutzen kann.

Von besonderem Interesse ist eine zweite Möglichkeit, mit dem Problem der asymmetrischen Informationen umzugehen. In Bereichen, in denen Monitoring aufgrund situativer Gegebenheiten kein geeignetes Kontrollinstrument darstellen, werden Moral Hazard-Risiken durch explizite vertragliche Regelungen teilweise begrenzt.³⁴⁰ Das Ziel derartiger Vereinbarungen ist es, die Entlohnung des Agenten derart mit dem Ergebnis seiner Handlungen zu verknüpfen, dass eine möglichst weitgehende Zielkongruenz zwischen Agent und Prinzipal erreicht wird. Durch geschickte Vertragsgestaltung wird der Agent schon aus Eigeninteresse davon abgehalten, Informationen fehlerhaft zu übermitteln oder für den Prinzipal unerwünschtes Verhalten zu zeigen. Im Rahmen eines Kreditvertrages könnte die Ausgestaltung von diesen *anreizkompatiblen Verträgen*³⁴¹ derart erfolgen, dass die Bank eine Haftungsbeteiligung des Kreditnehmers in Form von Sicherheiten oder Eigenkapital verlangt. Die Einbeziehung des Kreditnehmers in die Haftung schwächt zwar dessen Anreiz zur Risikoerhöhung ab, weil der erwartete Verlust bei einem Scheitern des Projektes steigt. Da aber die Haftung begrenzt ist, wird die Neigung zur Risikoerhöhung nicht gänzlich verdrängt.³⁴² Dieser Aspekt ist allerdings bei Personengesellschaften nur von nachrangiger Relevanz, denn hier haften ohnehin die Gesellschafter mit ihrem Vermögen. Bei Kapitalgesellschaften wird zu diesem Zweck häufig eine Bürgschaft der Gesellschafter gefordert. Eine weitere Möglichkeit besteht in der Berücksichtigung von anreizkompatiblen Entlohnungsschemata.³⁴³ Diese sind insbesondere bei Mezzanine-Finanzierung von Relevanz; so

³³⁹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 101. Hier wird auch ein Beispiel gegeben.

³⁴⁰ Vgl. hier und im Folgenden Klaus (2002), S. 133 f.

³⁴¹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 96.

³⁴² Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 14.

³⁴³ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 103. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007) erläutern ferner die Möglichkeiten und Schwierigkeiten der Ausgestaltung. Vgl. ebenda.

enthalten die Konditionen bei Mezzanine-Finanzierung häufig eine fixe und eine erfolgsabhängige Komponente.³⁴⁴

4.2.3.3 Hold Up

GOLDBERG bezeichnet mit Hold Up das opportunistische Ausnutzen von Vertragslücken.³⁴⁵ Das Risiko des Hold Up als Gefahr opportunistischen Verhaltens nach Vertragsabschluss entsteht durch spezifische Investitionen bzw. Vorleistungen des Prinzipals.³⁴⁶ Die Transaktionskosten bei Unsicherheit verhindern das Schreiben vollständiger Verträge. Die Ursache ist die Komplexität der Umwelt oder die mangelnde objektive Bewertbarkeit einer Situation.³⁴⁷ In diesen Fällen können beide Vertragspartner eine nach Vertragsabschluss eingetretene Umweltsituation beobachten und bewerten, ihre Erkenntnisse Dritten gegenüber, z.B. vor Gericht, aber nicht als Anspruch verifizieren und durchsetzen. Aufgrund der durch die spezifischen Investitionen bedingten Einschränkung bei der Auswahl zukünftiger Beziehungspartner entsteht eine Abhängigkeit vom aktuellen Beziehungspartner, die dieser nach Vertragsabschluss zum Schaden des anderen ausnutzen kann. Je höher die Spezifität einer Investition ist, desto größer ist die Abhängigkeit vom Partner.³⁴⁸

Das Hold Up-Problem manifestiert sich im Rahmen der Unsicherheit des Prinzipals über die wahren Absichten des Agenten (hidden intention).³⁴⁹ Im Gegensatz zur Informationsasymmetrie im Rahmen der adversen Selektion oder des Moral Hazard, die nach Vertragsabschluss weitgehend unentdeckt bleiben, werden für den Prinzipal diese zunächst verborgenen Absichten des Agenten im Verlauf der Vertragsbeziehungen sichtbar. Die Problematik von spezifischen Investitionen, die den Kern des Hold Up-Problems bilden, und die Angst vor ihrer opportunistischen Ausnutzung können gegenseitige vorteilhafte Kooperationen bereits im Keim ersticken.³⁵⁰ Beim Hold Up wird ein gewisses Verhalten vom Vertragspartner erwartet, wenngleich dieses erwartete Verhalten nicht explizit vereinbart, vielleicht nicht einmal vom Prinzipal ausgedrückt wurde. Der Prinzipal erhebt implizite Ansprüche (implicit claims).³⁵¹

Besonders anfällig für diese so genannten räuberischen Überfälle sind Vertragsbeziehungen, in denen ein Vertragspartner ex ante partnerspezifische Investitionen getätigt

³⁴⁴ Vgl. hierzu bspw. die Möglichkeiten der Konditionengestaltung der WGZ Initiativkapital. Vgl. WGZ Initiativkapital (2008). Mezzanine-Finanzierung wird im genossenschaftlichen Sektor primär von der VR Mittelstandskapital Unternehmensbeteiligungs AG, der WGZ Initiativkapital, der WGZ Corporate Finance Beratung GmbH und der DZ Equity Partner GmbH und nicht durch die jeweilige Hausbank durchgeführt. Vgl. VR Mittelstandskapital (2008), WGZ Initiativkapital (2008), WGZ Corporate Finance (2008) und DZ Equity Partner (2008).

³⁴⁵ Vgl. Goldberg (1976), S. 426 ff.

³⁴⁶ Vgl. Klaus (2002), S. 134.

³⁴⁷ Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 20.

³⁴⁸ Vgl. Vogt (1997), S. 30.

³⁴⁹ Vgl. Klaus (2002), S. 135.

³⁵⁰ Vgl. Vogt (1997), S. 30.

³⁵¹ Vgl. Spreemann (1990), S. 568.

hat.³⁵² Spezifische Investitionen auf der Bankseite sind bspw. in den Beratungsgesprächen mit dem Kunden oder dem kurzfristigen Verzicht auf einen risikoadäquaten Zins zu sehen. Die Bank betrachtet ihre Informationsgewinne als Erfolgspotenzial, das sie im Laufe der Geschäftsbeziehung ausbeuten will, damit sich die Investition amortisiert. Auf der Unternehmensseite resultiert die Gefahr des Hold Up aus spezifischen Investitionen, wie z.B. durch das Wohlverhalten in der Geschäftsbeziehung, den Verzicht auf Ertragspotenziale, den Verzicht auf riskante Geschäfte oder eine geordnete Kontoführung.³⁵³ Diese partnerspezifischen Investitionen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie im Rahmen der Vertragsbeziehung mehr wert sind als außerhalb derselben.³⁵⁴

Eine Möglichkeit, spezifische Investitionen zu schützen, bietet die Verfügungsgewalt über ein so genanntes Sicherungsgut, das der Vertragspartner als Folge des opportunistischen Handelns verlieren würde. Das Ziel dieser Absicherung besteht darin, ein Gleichgewicht der Verhandlungspositionen herzustellen bzw. der investierenden Partei die Möglichkeit von Gegenmaßnahmen zu geben und dadurch das einseitige Abhängigkeitsverhältnis in ein beidseitiges umzuwandeln.³⁵⁵

4.2.4 Wiederholte und langfristige Vertragsbeziehungen

Kritisch für die Stabilität der bisherigen Ergebnisse ist die Annahme einer einmaligen Kooperation.³⁵⁶ In der Realität kommt es üblicherweise zu einer Folge von Interaktionen. Diese Mehrperiodigkeit der meisten Kooperationen wirkt sich im Allgemeinen positiv auf die Lösung der Probleme durch asymmetrische Information aus. Dabei kommt der Reputation eine zentrale Rolle zu. Reputationseffekte können dazu führen, dass der Agent die Qualitätsunsicherheit und die Vertragslücken nicht egoistisch ausnutzt, sondern sich stattdessen im Sinne des Prinzipals anstrengt. Die Stabilität vieler real existierender Verträge lässt sich durch Reputationseffekte erklären. Bisher wurde unterstellt, dass die Kooperationspartner jede sich bietende Chance zur eigenen Nutzenerhöhung ergreifen. Die Einbeziehung von Reputation bedeutet für diese Denkweise kein Problem; so wird unter Reputation hier keine moralisch-ethische Überlegung, sondern ein reines Kosten-Nutzen-Kalkül verstanden.³⁵⁷ Ein Kooperationspartner verhält sich demnach anständig, um damit ein Reputationskapital aufzubauen, das ihm in späteren Kooperationen Vorteile bringen kann.

Die Drohung mit Liquidation, die Androhung zukünftig ungünstiger Kreditkonditionen oder die Verweigerung einer Anschlussfinanzierung wirkt in dynamischen Betrachtungen einem opportunistischen Verhalten entgegen.³⁵⁸ Bei wiederholten Kreditbeziehungen können Situationen entstehen, in denen der Kreditvertrag nicht mehr zeitkonsistent ist, d.h. ein ex ante vertraglich vereinbartes Verhalten ex post ineffizient

³⁵² Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 20.

³⁵³ Vgl. Segbers (2007), S. 118.

³⁵⁴ Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 247.

³⁵⁵ Vgl. Vogt (1997), S. 230.

³⁵⁶ Vgl. hier und im Folgenden Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 108 f.

³⁵⁷ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 108.

³⁵⁸ Vgl. hier und im Folgenden Lindner-Lehmann (2001), S. 21 f.

wird. Die deterministische Liquidation bei Meldung eines Projektfehlschlags verursacht allerdings Konkurskosten und die Durchführung der Liquidation kann für den Kreditgeber suboptimal werden. Unter Umständen kann eine Neuverhandlung über einen Vergleich beide Parteien besser stellen. Antizipiert der Schuldner, dass die Liquidationsandrohung der Bank bei Erklärung der Zahlungsunfähigkeit nicht mehr glaubwürdig ist, besitzt der Schuldner erneut den Anreiz nicht in allen Fällen den wahren Projekterfolg bekanntzugeben.

Aus Kundensicht ist eine Langfristbeziehung insbesondere dann vorteilhaft, wenn langfristig profitable Projekte mit vorübergehend geringeren Projekterträgen verbunden sind,³⁵⁹ oder wenn bei einer Unternehmenskrise die Sanierung mit Forderungsverzicht sinnvoller ist als die sofortige Liquidation. In beiden Fällen müsste der Financier vertraglich festlegen können, dass der betroffene Kreditnehmer nach erfolgreichem Projekt oder erfolgreicher Sanierung die Geschäftsbeziehung aufrechterhält.³⁶⁰ Hier sind aber im Wesentlichen implizite Verträge³⁶¹ von Relevanz, da eine Bindung über rechtliche Verträge an dieser Stelle nicht praktikabel ist. Dieser Zusammenhang gilt auch für die Finanzierung kleinerer Firmen, wenn die kreditgebende Bank hofft, durch die Kreditvergabe einen Anspruch auf die Wachstumserträge in Form einer aufrechterhaltenen Geschäftsbeziehung zu bekommen.³⁶²

Auch innerhalb der Laufzeit eines einzelnen, langfristigen Vertrages kann sich der Agent Vorteile durch nicht-opportunistisches Verhalten verschaffen. Immer dann, wenn er befürchten muss, eine gute Geschäftsbeziehung durch die Aufdeckung seines Opportunismus zu verlieren, wird er Kosten und Nutzen seines opportunistischen Verhaltens abschätzen. Die Langfristigkeit bzw. die Häufigkeit der Wiederholungen gehen in das Kalkül des Agenten ein und führen zu einer stärkeren Harmonisierung der Ziele von Prinzipal und Agent.³⁶³

Abschließend kann resümiert werden, dass durch die explizite Einbeziehung des Zeitfaktors in die Prinzipal-Agenten-Beziehung die Agency-Problematik entschärft wird.³⁶⁴

³⁵⁹ Vgl. von Thadden (1995), S. 557 ff.

³⁶⁰ Vgl. Lindner-Lehmann (2001), S. 32. Im Kapitel A.4.3.1.2.1 wird die Langfristigerspektive im Rahmen der Bankbeziehung noch ausführlich behandelt.

³⁶¹ Implizite Verträge sind ungeschriebene, nicht explizit artikuliert Erwartungen über die Rechte und Pflichten der Transaktionspartner. Vor Gericht sind sie nicht durchsetzbar. Vgl. Richter/Furubotn (1999), S. 242. Die Theorie impliziter Verträge behandelt unter anderem auch das Phänomen starrer Löhne. Die Theorie modelliert „den Arbeitsmarkt nicht wie eine Kassa-Auktion, sondern wie eine, auf der Arbeitgeber und Arbeiter wechselseitig vorteilhafte, ungeschriebene, langfristige Verträge eingehen“. Taylor (1987), S. 126.

³⁶² Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 24.

³⁶³ Vgl. Göbel (2002), S. 108.

³⁶⁴ Vgl. Göbel (2002), S. 108.

4.2.5 Fazit der Neuen Institutionenökonomie in Bezug auf die Kunde-Bank-Beziehung

Basis der Prinzipal-Agenten-Theorie ist die Interaktion zwischen einem Prinzipal und einem Agenten. Diese Interaktion ist zunächst vor dem Hintergrund von Unsicherheit zu betrachten, die ihren Ursprung in verschiedenen Formen der Informationsasymmetrie hat. Unsicherheit kann in den verschiedenen Formen auftreten und sowohl hinsichtlich der Qualität des Agenten (hidden characteristics) als auch in Bezug auf dessen Verhalten nach Vertragsabschluss (hidden action und hidden intention) bestehen. Die Interaktion wird damit auf der einen Seite durch die Unsicherheit behindert, auf der anderen Seite führt die Interaktion selbst aber erst zu dieser Unsicherheit. Die Prinzipal-Agenten-Theorie versucht, ex ante geeignete Anreiz- und Kontrollmechanismen zu schaffen, die die aus der Informationsasymmetrie resultierenden Probleme vollständig lösen. Maßnahmen hierzu sind bspw. anreizkompatible Verträge oder die Überwachung des Agenten durch den Prinzipal. Sinnvolle Begründungen für das Eingehen bzw. das Aufrechterhalten von Geschäftsbeziehungen werden durch den Abbau von Informationsasymmetrien und aus den daraus resultierenden Verhaltensunsicherheiten sowie durch die Übertragung impliziten Wissens gegeben. Diese Sachverhalte sind auch im Rahmen einer Hausbankbeziehung von zentraler Bedeutung, weil gerade der spezifische Informationsvorteil ein charakteristisches Merkmal einer Hausbank ist.³⁶⁵ Insofern bildet die Neue Institutionenökonomie zumindest in Teilen eine geeignete Grundlage um einzelne Charakteristika der Hausbankbeziehung zu analysieren. Eine kritische Würdigung der Eignung der Neuen Institutionenökonomie im Allgemeinen erfolgt an dieser Stelle nicht. In den folgenden Kapiteln wird der aktuelle Stand der Relationship Banking-Forschung auf Basis der Neuen Institutionenökonomie dargestellt, so dass erst nach erfolgter Übertragung auf diesen Kontext eine kritische Würdigung stattfindet.

4.3 Stand der theoretischen und empirischen Forschung im Bereich des Relationship Banking

4.3.1 Überblick über die theoretischen Modelle im Bereich des Relationship Banking

In diesem Kapitel werden die zentralen Modelle aus dem Bereich des Relationship Banking beschrieben. Diese Modelle bilden die Grundlage sowohl der bereits bestehenden Studien³⁶⁶ als auch der vorliegenden Studie. Paradigmatischer Kern aller Modelle ist die bestehende Informationsasymmetrie zwischen der Bank bzw. dem Kundenbetreuer auf der einen Seite und dem Unternehmen bzw. dem Ansprechpartner desselben auf der anderen Seite. Bezüglich der unterschiedlichen Forschungsstränge

³⁶⁵ Siehe hierzu Kapitel A.4.3.1.

³⁶⁶ Vgl. Kapitel A.4.3.2.

im Bereich des Relationship Banking gibt es unterschiedliche Systematisierungen.³⁶⁷ Bei den Modellen lassen sich zum einen die verschiedenen grundlegenden Modelle der Finanzintermediation und zum anderen Modelle, die konkret die Auswirkungen des Relationship Banking auf Zinsen, Sicherheitenstellung oder Kreditverfügbarkeit analysieren, differenzieren.³⁶⁸ Im Folgenden werden die verschiedenen existierenden Modelle kurz beschrieben.

4.3.1.1 Grundlegende Modelle der Finanzintermediation

Die Motivation für die weiterführenden Analysen sind die wesentlichen Theorien der Finanzintermediation, z.B. von DIAMOND, RAMAKRISHNAN/THAKOR³⁶⁹, BOYD/PRESCOTT, LELAND/ PYLE³⁷⁰ oder FAMA.³⁷¹ Zentraler Gegenstand dieser Theorien ist der Informationsvorteil der Bank. LELAND/PYLE, DIAMOND, RAMAKRISHNAN/THAKOR, FAMA und BOYD/PRESCOTT argumentieren, dass die Fähigkeit der Bank, Informationsasymmetrien zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber abzubauen, die Bank einzigartig im Vergleich zu anderen Finanzinstitutionen macht.³⁷² Finanzintermediäre existieren deshalb, weil sie von economies of scale und/oder komparativen Vorteilen in der Produktion von Informationen über die Kreditgeber profitieren.³⁷³

Das wohl bekannteste informationsökonomische Modell zur Erklärung der Vorteilhaftigkeit der Intermediärsfinanzierung stammt von DIAMOND und beruht auf der Annahme, dass Banken Informationsasymmetrien zwischen Kapitalgebern und -nehmern besser reduzieren können als alternative Finanzinstitutionen.³⁷⁴ Grundlage des Modells von DIAMOND sind die Ex-Post-Informationsasymmetrien zwischen den potenziellen Kreditgebern auf der einen und dem Unternehmer, der Kapital für sein risikobehaftetes Projekt beschaffen muss, auf der anderen Seite.³⁷⁵ Es wird angenommen, dass die Informationen, die von einem Kreditgeber generiert und wahrgenommen werden, nicht

³⁶⁷ Ongena/Smith (2000a), S. 221 ff., Bhattacharya/Thakor (1993), S. 2 ff., Freixas/Rochet (1997), S. 2 ff. oder Segbers (2007), S. 121 ff. geben einen Überblick über die verschiedenen Forschungsansätze im Bereich des Relationship Banking.

³⁶⁸ Die Unterscheidung der Modelle dahingehend, welche Auswirkungen, d.h. Auswirkungen auf den Zinssatz, die Sicherheitenstellung oder die Kreditverfügbarkeit, in den Modellen thematisiert werden, ist allerdings nicht ganz trennscharf. Viele Modelle kombinieren mehrere Effekte.

³⁶⁹ Bei Ramakrishnan/Thakor (1984) übernimmt der Finanzintermediär die Rolle eines reinen Finanzgutachters. Vgl. Ramakrishnan/Thakor (1984), S. 415 ff.

³⁷⁰ Zwar haben sich Leland/Pyle (1977) nicht explizit mit der Suche nach Erklärungen für die Existenz von Finanzintermediären auseinandergesetzt, jedoch haben sie die wesentlichen Aspekte einer informationsökonomischen Betrachtung der zweistufigen Anreizprobleme diskutiert. Vgl. Leland/Pyle (1977), S. 371 ff. Eine Diskussion nehmen Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber vor. Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 145.

³⁷¹ Für einen Überblick vgl. Berger/Udell (1995), S. 352. Zu den Modellen vgl. Diamond (1984), S. 393 ff., Ramakrishnan/Thakor (1984), S. 415 ff., Boyd/Prescott (1986), S. 211 ff., Leland/Pyle (1977), S. 371 ff. oder Fama (1985), S. 33 ff.

³⁷² Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 226.

³⁷³ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 354.

³⁷⁴ Vgl. Elsas (2001), S. 17. Zu dem Modell vgl. Diamond (1984), S. 393 ff.

³⁷⁵ Vgl. Diamond (1984), S. 394.

direkt von den anderen Kreditgebern ohne Kosten beobachtet werden können.³⁷⁶ Die Bank agiert als „delegated monitor“ für ihre Einleger, indem sie für diese das Verhalten der Kreditnehmer überwacht. Wenn jeder Kreditgeber für sich Informationen über die finanzielle Situation und die Perspektiven eines Unternehmens sammeln würde, um auf Basis dieser Beurteilung einen Kredit zu vergeben, und alle Kreditgeber simultan die Handlungen des Kreditnehmers überwachen würden, nachdem selbiger die Investition getätigt hat, wäre dies mit einer Vielzahl von Doppeltätigkeiten verbunden. Für die Investoren ist es effizienter, diese Aufgabe an eine Bank zu delegieren und durch die Intermediation der Bank die Geldanlagen in das Unternehmen zu bringen.³⁷⁷ Darüber hinaus generieren Banken im Laufe der Beziehung Informationen über die Kreditnehmer, indem sie das Verhalten des Kreditnehmers in Bezug auf bestehende Kredite, Einlagen und/oder sonstige Dienstleistungen wie Vermögensberatung beobachten.³⁷⁸ Das Pooling der Monitoring-Tätigkeiten bei der Bank bewirkt einen großen Kostenvorteil bei der Informationssammlung, da die Alternativen entweder darin bestehen, dass der Prozess der Informationssammlung dupliziert wird, wenn jeder Kreditgeber die Überwachung selbst durchführt, oder dass ein Free-Rider-Problem resultiert, wenn kein Kreditgeber ein Monitoring vollzieht.³⁷⁹ Im Vergleich zum Monitoring durch jeden einzelnen Kreditgeber müssen bei der Durchführung desselbigen durch die Bank die (Fix-)Kosten der Überwachung nicht mehrfach aufgebracht werden, d.h. es werden Skaleneffekte realisiert.

Wenn die Bank allerdings nur in einen Unternehmer investiert, so stehen die Kapitalgeber vor dem gleichen Anreizproblem, vor dem sie auch bei einer direkten Finanzbeziehung mit dem Unternehmer stehen würden.³⁸⁰ Das Monitoring wird in diesem Fall nur auf den Finanzintermediär verlagert und das Anreizproblem auf die Beziehung zwischen Kapitalgeber und Finanzintermediär verschoben. Wenn der Finanzintermediär aber gleichzeitig in die Projekte mehrerer Unternehmer investiert, wirken Diversifikationseffekte. Die Bank muss durch ihre Einleger nicht überwacht werden, da die Ausfallrisiken der Kapitalnehmer annahmegemäß unkorreliert sind und die Bank selbst aus Sicht der Einleger aufgrund der perfekten Diversifikation keinem Ausfallrisiko unterliegt.³⁸¹

In seiner Analyse legt DIAMOND den Fokus auf einen Finanzintermediär, der Kapital in Form von Geldeinlagen der Kapitalgeber beschafft, selbigen einen bestimmten Finanzstrom verspricht, das Geld wiederum an den Unternehmer verleiht und dann Ressourcen darauf verwendet, den Kredit zu überwachen, d.h. ein Monitoring durchzuführen und die Kreditverträge mit Kreditnehmern durchzusetzen, die weniger kost-

³⁷⁶ Vgl. Diamond (1984), S. 394.

³⁷⁷ Vgl. Longhofer/Santos (2000), S. 58.

³⁷⁸ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 354. Eine ausführlichere Darstellung nehmen Allen/Saunders/Udell oder Nakamura vor. Vgl. Allen/Saunders/Udell (1991), S. 335 ff. oder Nakamura (1994), S. 3 ff.

³⁷⁹ Vgl. Diamond (1984), S. 393.

³⁸⁰ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 122 ff.

³⁸¹ Vgl. Elsas (1991), S. 17. Für eine Diskussion vgl. hierzu auch Freixas/Rochet (1997), S. 29-32.

spiegelig sind als Kreditverträge ohne Monitoring.³⁸² Die Kapitalgeber können zwar die Zahlungen beobachten, die sie vom Intermediär erhalten, sie können aber nicht die Zahlungsströme des Projektes, die Zahlungen des Unternehmers an den Intermediär oder die eingebrachten Ressourcen des Intermediärs im Rahmen des Monitoring beobachten.³⁸³ Das Modell von DIAMOND ist der Prototyp einer Vielzahl statischer Modelle zur Finanzintermediation, die auf informationsökonomischen Argumenten basieren.

Auch FAMA analysiert den Aspekt der Informationssammlung bei der Bank und beobachtet, dass Firmen bereit sind, von Banken Geld zu leihen, obwohl diese im Vergleich zur Finanzierung über den öffentlichen Markt zusätzliche Kosten, wie z.B. die Opportunitätskosten für die nichtzinsbringenden, gesetzlich vorgeschriebenen Reserven, zu tragen haben.³⁸⁴ Ebenso wie KANE/MALKIEL argumentiert FAMA, dass Banken vor allem durch das Einlagengeschäft proprietäres Wissen über den Firmenkunden erlangen.³⁸⁵ Ferner weist FAMA darauf hin, dass eine Bank zunächst durch das Screening des potenziellen Kreditnehmers vor Vertragsabschluss umfangreiche Informationen gewinnt, und dass sie darüber hinaus während der Kreditlaufzeit die Möglichkeit hat, das Verhalten des Managements zu überwachen.³⁸⁶ Aufgrund dieses umfangreichen Zugangs zu privaten Informationen über den Kreditnehmer differenziert FAMA zwischen „inside debtholder“ und „outside debtholder“.³⁸⁷ Unter einem „inside debtholder“ wird in diesem Kontext ein Kreditgeber verstanden, der Zugang zu Informationen erhält, die ansonsten nicht öffentlich verfügbar sind, wie z.B. das Rückzahlungsverhalten bei Darlehen oder die Einhaltung von Absprachen mit der Bank. „Inside debtholder“ partizipieren u.U., wenn sie z.B. im Beirat oder Aufsichtsrat des Unternehmens vertreten sind, unmittelbar am betrieblichen Entscheidungsprozess. Unter „outside debt“ werden öffentlich gehandelte Kredite subsumiert, wobei der Kreditgeber hier auf öffentlich verfügbare Informationen, z.B. Ratingveröffentlichungen oder Geschäftsberichte, angewiesen ist. Für kleine Unternehmen ist es in der Regel günstiger, einem einzelnen Agenten wie der Bank Zugang zu den Informationen zu verschaffen als der Öffentlichkeit die Informationen, die bei der Finanzierung über den Anleihenmarkt erforderlich sind, bereitzustellen. Positive Signale einer Bank, bspw. über die Verlängerung einer Kreditlinie, erlauben es dann den im Rang vor der Bank stehenden Anspruchsinhabern, auf eine kostspielige Bewertung ihrer Ansprüche zu verzichten, da die Bank das Monitoring übernimmt. Dieser Aspekt der Minimierung von Informationsasymmetrien zwischen Kapitalgeber und -nehmer stellt das Grundprinzip der modernen Theorie der Finanzintermediation dar.³⁸⁸

Diese Ansätze betrachten den Bankkredit allgemein als eine Lösungsmöglichkeit für Informationsprobleme in Finanzierungsbeziehungen. Die private Bereitstellung der

³⁸² Vgl. Diamond (1984), S. 394.

³⁸³ Vgl. Diamond (1984), S. 399.

³⁸⁴ Vgl. Fama (1985), S. 33 ff.

³⁸⁵ Vgl. Fama (1985), S. 37 f.

³⁸⁶ Vgl. hier und im Folgenden Fama (1985), S. 36 f.

³⁸⁷ Vgl. Fama (1985), S. 36.

³⁸⁸ Vgl. Elsas (2001), S. 17.

Finanzierung, bei der der Kreditnehmer nur einem oder wenigen Gläubigern gegenüber steht, ist in Verbindung mit dem intertemporalen Aspekt der Informationssammlung ein zentrales Element zur ökonomischen Analyse von Bankbeziehungen.³⁸⁹ Die Ex-Ante-Screening-Aktivität und das Ex-Post-Monitoring der Bank sind im Rahmen statischer Modelle als Erklärungsansatz jedoch insofern unbefriedigend, als dass sie bestimmte empirische Beobachtungen, wie bspw. in einem Fall steigende und in einem anderen Fall sinkende Zinsen im Zeitablauf der Kundenbeziehung, nicht erklären können und darüber hinaus eine Verbindung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber während der Vertragslaufzeit nicht explizit abbilden und analysieren können.³⁹⁰ Vor allem die schon von DIAMOND, FAMA und ALLEN betonte Fähigkeit der Bank, im Zeitablauf der Kundenbeziehung Informationen über den Kreditnehmer zu sammeln, kann erst durch die explizite Abbildung dynamischer Aspekte adäquat analysiert werden.³⁹¹

4.3.1.2 Zinsmodelle

4.3.1.2.1 Beschreibung der Zinsmodelle

In den bisher beschriebenen informationsökonomischen Modellen zur Intermediärsfinanzierung wurde der Aspekt der Informationsgenerierung im Kontext der Bankbeziehung zwar untersucht, allerdings primär als Erklärung für die Existenz von Banken. Im Folgenden soll analysiert werden, welche Implikationen sich daraus für das Zinssetzungsverhalten im Rahmen der Bankbeziehung ergeben. Die theoretischen Modelle, die diese intertemporale Konditionengestaltung von Kreditverträgen beschreiben, lassen sich im Wesentlichen nach den zugrunde liegenden Problemen, d.h. adverse Selektion, Moral Hazard und Hold Up, unterteilen.³⁹² Diese Differenzierung ist jedoch nicht immer trennscharf. Beispielsweise werden in dem Modell von PETERSEN/RAJAN das Adverse Selection-Problem mit dem Moral Hazard-Problem kombiniert abgebildet.³⁹³ Ferner wird hinsichtlich der Auswirkungen auf den Kreditzins differenziert zwischen Modellen, die von einem Zinsrückgang im Laufe der Bankbeziehung ausgehen (z.B. PETERSEN/RAJAN, BOOT/THAKOR), und zwischen Modellen, die von einem Zinsanstieg im Laufe der Zeit ausgehen (z.B. GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA, SHARPE, WILSON).³⁹⁴

Zentraler Ansatzpunkt aller Modelle sind weiterhin die vorherrschenden Informationsasymmetrien. Der Umfang der Informationsasymmetrien hängt bspw. von den Kreditnehmereigenschaften wie Unternehmensgröße, Unternehmensalter oder Rechtsform

³⁸⁹ Vgl. Elsas (2001), S. 19.

³⁹⁰ Vgl. Elsas (2001), S. 18.

³⁹¹ Vgl. Elsas (2001), S. 18. Zu den Modellen vgl. Diamond (1984), S. 393 ff., Fama (1985), S. 33 ff. und Allen (1990), S. 3 ff.

³⁹² Vgl. Elsas (2001), S. 57.

³⁹³ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff.

³⁹⁴ Für einen Überblick vgl. Berger/Udell (1995), S. 352. Zu den Modellen vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff., Boot/Thakor (1994), S. 899 ff., Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989), S. 221 ff., Sharpe (1990), S. 1069 ff., Wilson (1995), S. 335 ff.

ab. Typischerweise liefern kleine Firmen den Banken, mit denen sie noch nicht in einer Geschäftsbeziehung stehen, weniger Informationen als große Firmen. Kleine Firmen produzieren in der Regel weniger öffentlich verfügbare Informationen. Dies resultiert zum einen aus den für kleine Unternehmen verhältnismäßig hohen Kosten für die Informationsveröffentlichung und zum anderen aus den fehlenden Vorschriften bzgl. der Veröffentlichung von Unternehmensdaten.³⁹⁵ Banken versuchen bestehende Informationsasymmetrien abzubauen, indem sie Informationen beobachten und analysieren. Da die Informationssammlung durch die Bank kostspielig ist, wird selbige die Informationssuche nur so lange ausweiten, bis der erwartete marginale Nettonutzen daraus gleich Null ist.³⁹⁶ Ferner werden bspw. durch die Rechtsform die Anreize und Fähigkeiten der Manager bzw. der Ansprechpartner der Bank beeinflusst, das Risiko zur Bank zu transferieren. So führt die beschränkte Haftung eines Unternehmens dazu, dass das Risiko zunächst auf die Bank verlagert wird, da selbige im Falle eines finanziellen Problems keinen Zugriff auf die privaten Vermögensgegenstände hat. Eine Möglichkeit zur Überwindung der Informationsasymmetrie und zur Angleichung der Ziele zwischen Bank und Unternehmen besteht in der Erstellung anreizkompatibler Verträge, z.B. durch geeignete Sicherheitenforderungen in Form von Bürgschaften der Gesellschafter einer GmbH, um die Anreize für die vereinbarte Vertragserfüllung zu erhöhen.³⁹⁷

Den Modellen zur adversen Selektion liegt ein initiales Qualitätsauswahlproblem zugrunde. Wie in Kapitel A.4.2.3.1 dargestellt, kann die Bank vor erstmaligem Abschluss des Kreditvertrags nicht zwischen guten und schlechten Kreditnehmern unterscheiden und somit keinen risikoadäquaten Kreditzins vergeben.³⁹⁸ Firmenkunden erhalten zwar vor Kreditvergabe ein Rating,³⁹⁹ allerdings ist es denkbar, dass die Firmenkundenbetreuer vor der erstmaligen Kreditvergabe die Fragen im qualitativen Bereich des Ratings nicht mit Sicherheit beantworten können und nicht in der Lage sind, bspw. die Managementfähigkeiten der Geschäftsführung oder die Ausgestaltung der Kostenrechnungssysteme und der Planungsrechnungen des Unternehmens hinreichend präzise zu beurteilen. Infolgedessen resultiert eine Mischkalkulation auf der Basis der A-Priori-Erwartung über die Verteilung der Kreditnehmertypen in der Grundgesamtheit, was wiederum Effizienzstörungen im Vergleich zur First-Best-Welt, d.h. der Situation mit perfekten Informationen über die Kreditnehmerqualität, bewirkt. Der individuell nicht mehr risikoadäquate Preis der Kreditfinanzierung wird einen negativen Einfluss auf die Kapitalallokation haben. Unternehmen mit einer schlechten Qualität werden einen größeren Anteil am Kapital erhalten als dieses bei symmetrischer Information der Fall wäre, denn der über alle Kreditnehmer ermittelte Durchschnittspreis ist niedriger als der risikoadäquate Preis für diese schlechten Unternehmen. Die guten Kreditnehmer hingegen werden sich möglicherweise weniger Kapital

³⁹⁵ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 6.

³⁹⁶ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 6.

³⁹⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 351.

³⁹⁸ Vgl. Sharpe (1990), S. 1070.

³⁹⁹ Vgl. zum Kreditprozess Berens et al. (2005), S. 785.

über eine Bank beschaffen, da der Durchschnittspreis über ihrem risikoadäquaten Preis liegt.

Im Gegensatz zum Adverse Selection-Problem tritt das Moral Hazard-Problem, wie in Kapitel A.4.2.3.2 erläutert, erst während der Leistungsbeziehung und somit auch nach Vertragsabschluss zwischen Bank und Kreditnehmer auf.⁴⁰⁰ Die Bank kann das Anstrengungsniveau des Unternehmers nicht zweifelsfrei beurteilen und nicht erkennen, inwiefern dieser eine bewusste Leistungszurückhaltung (hidden action) betreibt.⁴⁰¹ Zwar kann die Bank das Ergebnis der Handlungen des Unternehmers ex post feststellen, sie ist aber nicht in der Lage, dessen Handlungen zu beobachten.⁴⁰² In Konsequenz kann sie nicht eindeutig beurteilen, welchen Anteil die Anstrengungen des Unternehmers und welchen Anteil äußere Einflüsse an dem zustande gekommenen Ergebnis haben.⁴⁰³ So beeinflusst die unbeobachtbare Anstrengung des Unternehmers zwar seine Rückzahlungsfähigkeit und somit die Erlöse der Bank, die Bank ist jedoch nicht in der Lage das Anstrengungsniveau zu beurteilen.⁴⁰⁴ Nach Vertragsabschluss mit fester Rückzahlungsverpflichtung kann ein Unternehmer ferner seinen erwarteten Gewinn steigern, indem er das Projektrisiko erhöht oder ein riskanteres als das vereinbarte Projekt durchführt (asset substitution).⁴⁰⁵ Ansätze, die das Moral Hazard-Problem zugrunde legen, modellieren die Gefahr der Risikoerhöhung durch den Kreditnehmer, z.B. durch die Wahl des risikoreicheren Projektes.⁴⁰⁶

PETERSEN/RAJAN haben ein grundlegendes Modell zur Demonstration des Effekts einer intertemporalen Ertragsverschiebung entwickelt, in welchem die Probleme der adversen Selektion und des Moral Hazard kombiniert Berücksichtigung finden.⁴⁰⁷ PETERSEN/RAJAN analysieren, inwiefern eine Bank in Abhängigkeit von ihrer Marktmacht die Zinsforderungen am Anfang einer Kreditbeziehung niedrig halten kann, um die Probleme asymmetrischer Informationen zu verhindern.⁴⁰⁸

In dem Modell wird der Kredit nicht als eine einmalige Transaktion betrachtet, sondern der Fokus wird auf eine intertemporale Betrachtung der Kreditbeziehung gelegt. Aus diesem Grund wird die Kreditbeziehung, wie in Abb. A-4 dargestellt, in zwei Phasen aufgeteilt.⁴⁰⁹ In dem Modell wird zwischen guten und schlechten Kreditnehmern unterschieden. Die guten Kreditnehmer können in t_0 einen Betrag I_0 entweder in ein sicheres oder in ein riskantes Projekt investieren. Bei der Investition in das sichere Projekt kann der gute Kreditnehmer in t_1 in ein weiteres sicheres Projekt den Betrag I_1^s investieren. Bei der Investition in das riskante Projekt hingegen ergibt sich mit einer

⁴⁰⁰ Vgl. Klaus (2002), S. 132.

⁴⁰¹ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

⁴⁰² Vgl. Klaus (2002), S. 133.

⁴⁰³ Vgl. Ebers/Gotsch (2006), S. 213.

⁴⁰⁴ Vgl. Greenbaum/Thakor (1995), S. 236 ff.

⁴⁰⁵ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 18.

⁴⁰⁶ Vgl. Kapitel A.4.2.3.2.

⁴⁰⁷ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff. Einen Überblick über das Modell geben Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber. Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 148 ff.

⁴⁰⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff.

⁴⁰⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 411.

Wahrscheinlichkeit p ein Rückfluss von Y_1^R , woraufhin der Unternehmer anschließend den Betrag I_1^R in ein sicheres Projekt investieren kann. Annahmegemäß stehen in der zweiten Periode nur sichere Projekte zur Auswahl. Mit einer Wahrscheinlichkeit von $(1-p)$ generiert die Investition keinen Rückfluss in t_1 , so dass der Unternehmer keine Anschlussinvestition durchführen kann. Die Investitionsprojekte des schlechten Unternehmers erwirtschaften grundsätzlich keine Rückflüsse. Wie in dem vergleichbaren Modell von FISCHER⁴¹⁰ wird hinsichtlich der Informationsstruktur angenommen, dass die in der ersten Periode finanzierende Bank den wahren Typ des Kreditnehmers erst nach Abschluss der ersten Periode erfährt.

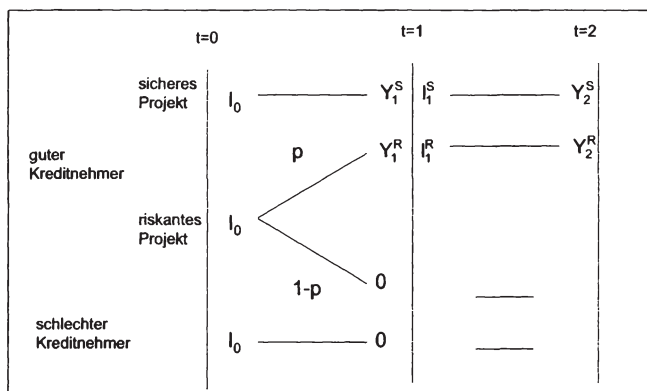


Abb. A-4: Pay-Off-Struktur der Investitionsalternativen im Modell von PETERSEN/RAJAN⁴¹¹

Wenn alle Kreditnehmer sich sofort für beide Perioden vollständig finanzieren und Nachverhandlungsmöglichkeiten ausgeschlossen sind, resultieren daraus folgende Probleme: Der Kreditgeber kann die Informationen, die er aus der ersten Periode erhält, nicht verwenden. Somit muss er bei Vertragsabschluss in t_0 einen Risikozuschlag verlangen, der die durchschnittliche Ausfallwahrscheinlichkeit der schlechten Kreditnehmer kompensiert. Infolgedessen wird die Bank für den gesamten Zeitraum von allen Kreditnehmern einen durchschnittlichen Zins verlangen. Das Problem der adversen Selektion entsteht, weil Kreditsicherheiten annahmegemäß in dem Modell nicht zugelassen sind und somit ein Signalling durch die Auswahl geeigneter Zins-Sicherheiten-Kombinationen nicht möglich ist. Gute Kreditnehmer haben nun die Möglichkeit, auf das Projekt zu verzichten und den Markt zu verlassen, so dass die durchschnittliche Kreditnehmerqualität sinkt. Stattdessen können die guten Kreditnehmer, um ihren eigenen erwarteten Ertrag zu erhöhen und die höheren Zinsen aus-

⁴¹⁰ Vgl. Fischer (1990), S. 2 ff.

⁴¹¹ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 150.

zugleichen, nun auch das Projektrisiko erhöhen, so dass es nunmehr zu einem kombinierten Problem der adversen Selektion und des Moral Hazard kommt.

Um den Gewinn zu optimieren, nimmt ein guter Kreditnehmer einen möglichst geringen Kreditbetrag für die erste Periode auf, allerdings zu den höheren, durchschnittlichen Zinsen. Den restlichen Kreditbetrag für die Finanzierung des Anschlussprojektes wird er in der zweiten Periode aufnehmen, so dass die Bank die Möglichkeit erlangt, den Projekterfolg und somit die Qualität des Kreditnehmers zu beobachten. Die schlechten Kreditnehmer würden sofort den vollen Betrag aufnehmen, da sie nach dem Scheitern des Projektes keine weiteren Kredite mehr von ihrer Bank erhalten. Durch die Wahl der Kreditlaufzeit wäre somit ein Signalling denkbar. Da die schlechten Kreditnehmer dies wiederum antizipieren und schließlich auch eine kurze Kreditlaufzeit wählen, würde das Signalling nicht mehr funktionieren.

Diese Wahlmöglichkeit zwischen einem sicheren erfolgreichen Projekt und einem riskanten Projekt, verbunden mit einer mangelnden Beobachtbarkeit der Projektentscheidung, führt aufgrund der Mischkalkulation über beide Unternehmertypen zu einer ineffizienten Konditionengestaltung und zu einem Risk Shifting-Anreiz⁴¹² für den guten Unternehmer. Insofern kann in diesem Modell die Gefahr der adversen Selektion ein Moral Hazard-Problem bewirken, was wiederum zu Kreditrationierung führt.⁴¹³ Als Lösung bietet sich der Abschluss eines zustandsabhängigen Vertrags an, weil die Bank zu Beginn der zweiten Periode gute von schlechten Kreditnehmern unterscheiden kann.⁴¹⁴ Falls die Bank allerdings über eine noch zu spezifizierende Marktmacht verfügt, muss der zustandsabhängige Kreditvertrag nicht zwangsläufig komplett ex ante abgeschlossen werden, sondern kann aus zwei einzelnen Verträgen bestehen.⁴¹⁵ Je niedriger der in der ersten Periode zu fordernde Mindestzins, desto niedriger ist auch der Anreiz zu Moral Hazard, da dann bei Mischkalkulation über die Unternehmertypen die Differenz zwischen Mischzins und risikoadäquaten (First-best) Zins für den guten Typ kleiner werden.⁴¹⁶ Damit die Hausbank eine Finanzierung in beiden Perioden ermöglicht, muss sie in der Lage sein, Verluste aus einer Mischfinanzierung in der ersten Periode durch Gewinne in der zweiten Periode auszugleichen. Dazu muss der Zins über dem risikoadäquaten Zins liegen. Konkurrieren allerdings in der zweiten Periode Outside-Banken, d.h. Banken, die noch nicht in einer Kreditbeziehung mit den Unternehmern stehen, mit der Hausbank um die Finanzierung des zweiten Projektes, kann der Fall eintreten, dass dieser Wettbewerb die in der zweiten Periode maximal durchzusetzende Zinszahlung beschränkt. Die Hausbank kann möglicherweise die Verluste aus der ersten Finanzierung nicht ausgleichen. Da die Hausbank dies antizipiert, würden die Banken bei Wettbewerb in der zweiten Periode höhere Mischzinsen in der ersten Periode fordern, so dass keine Finanzierung der guten Unternehmen in der ersten Periode realisierbar wäre. Allerdings führt der Informationsvorsprung dazu,

⁴¹² Unter Risk Shifting wird in diesem Kontext verstanden, dass der Unternehmer eine riskantere Projektwahl als vereinbart vornimmt. Vgl. Segbers (2006), S. 149.

⁴¹³ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 411.

⁴¹⁴ Vgl. Segbers (2007) S. 132.

⁴¹⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 414.

⁴¹⁶ Vgl. Elsas (2001), S. 65.

dass die Hausbank in der zweiten Periode zwischen guten und schlechten Unternehmen unterscheiden kann und nur noch gute Unternehmen finanziert. Infolgedessen hat sie für diese Periode geringere Opportunitätskosten der Finanzierung einzukalkulieren als die konkurrierende Bank.

Auch SHARPE, KANE/MALKIEL und FAMA haben die Informationsasymmetrien, die zwischen den Agenten der gleichen Marktseite, d.h. den Banken bestehen, untersucht.⁴¹⁷ Die kreditgebende Bank generiert mehr Informationen über die Eigenschaften des Kreditnehmers, so dass diese asymmetrische Entwicklung der Informationen zu einem temporären Informationsmonopol führen kann.⁴¹⁸ So kann eine Bank die Anlage- und Zahlungsverkehrskonten eines Unternehmens führen und dadurch Informationen produzieren, was wiederum das Monitoring des Kunden in Bezug auf seine Kredite vereinfacht.⁴¹⁹ Je größer die Bandbreite der genutzten Produkte ist, desto größer ist der Umfang der produzierten Informationen. Hinsichtlich der Entwicklung der Informationsasymmetrien im Zeitablauf ist, wie in Abb. A-5 dargestellt, nach den verschiedenen Beziehungen zu differenzieren. Während die Informationsasymmetrie zwischen Kunde und Inside-Bank im Lauf der Beziehung kleiner wird, steigt die Informationsasymmetrie zwischen Inside- und Outside-Bank. Aus diesem Informationsmonopol resultiert eine Marktmacht, die es der Bank ermöglicht, auch einen höheren als den risikoadäquaten Zinssatz, aber einen niedrigeren als den Mischzinssatz durchzusetzen. Unter Vernachlässigung von Wechselkosten würde der Kunde die Bank wechseln, sobald der geforderte Zins über dem Mischzins liegt.

Mit zunehmender Marktmacht und somit größerem Spielraum für höhere Zinsen in späteren Perioden wird die erforderliche durchschnittliche Kreditnehmerqualität geringer. Wenn die Marktmacht steigt, dann erhalten auch Kreditnehmer mit geringerer erwarteter Qualität einen Kredit. Bei großer Marktmacht kann die Bank den geforderten Zins zunächst niedriger ansetzen als in einer kompetitiveren Situation mit einer geringeren Marktmacht, da sie in letzterem Fall die volle Entlohnung des eingegangenen Risikos sofort verlangen muss, weil der Kunde schneller wechseln kann.⁴²⁰ Auch in den folgenden Perioden kann die Inside-Bank ihre Konkurrenten bei den Zinsforderungen unterbieten, die Kreditnehmer an sich binden und trotzdem Gewinne machen, weil sie aufgrund des schon stattgefundenen Auswahlprozesses (nach der ersten Periode sind die schlechten Kreditnehmer ausgeschieden) nur noch Kreditnehmer mit guter Qualität bedient.⁴²¹ Die Konkurrenten könnten sich nun überlegen, die Inside-Bank wiederum zu unterbieten und die guten Kreditnehmer abzuwerben. Mit der Dauer der Kunde-Bank-Beziehung würden auch diese Banken höhere Zinsen als Ausgleich erhalten. Allerdings können die konkurrierenden Banken nicht unterscheiden, ob ein guter Kreditnehmer aufgrund der besseren Konditionen vom ursprünglichen Kreditnehmer abgewandert ist, oder ob ein schlechter Kreditnehmer nach Ablehnung seines

⁴¹⁷ Vgl. Sharpe (1990), S. 1069 ff., Kane/Malkiel (1965), S. 113 ff. und Fama (1985), S. 39 ff.

⁴¹⁸ Vgl. Sharpe (1990), S. 1069.

⁴¹⁹ Vgl. Fama (1985), S. 38, Black (1975), S. 326.

⁴²⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 134.

⁴²¹ Vgl. hier und im Folgenden Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 154.

Kreditansuchen nun bei anderen Kreditgebern versucht, einen Kredit zu bekommen. Für die Konkurrenten besteht die Gefahr des so genannten Fluch des Gewinners (Winner's Curse). Die Konkurrenten des Kreditgebers stehen vor der im Modell beschriebenen Situation zum Anfangszeitpunkt und müssten somit einen durchschnittlichen Kreditzins fordern. Ein Unterbieten des ursprünglichen Kreditgebers wird somit für die konkurrierenden Banken erschwert. Ein zusätzliches Hindernis beim Abwerben von Kreditnehmern stellt die Berücksichtigung von Suchkosten für den Kreditnehmer dar. Zudem muss nicht nur der Kreditgeber den Kreditnehmer, sondern auch der Kreditnehmer den Kreditgeber akzeptabel finden.

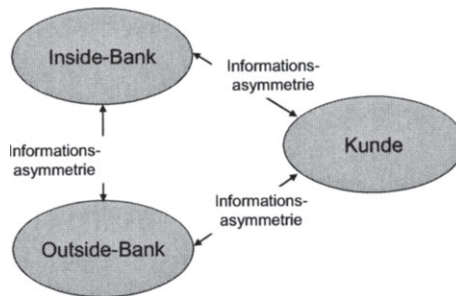


Abb. A-5: Informationsasymmetrien im Kommunikationsdreieck zwischen Kunde und Banken⁴²²

Selbst bei einer geringen Zahl guter Kreditnehmer wird in diesem Modell keine Kreditrationierung (auch der guten Kreditnehmer) stattfinden, solange eine entsprechende Machtkonzentration bei der Bank vorliegt. In diesem Modell wird, wie auch im Modell von FISCHER, die Kreditrationierung durch die mögliche intertemporale Gestaltung überwunden.⁴²³ Aus dem Modell von PETERSEN/RAJAN lässt sich ableiten, dass eine Beschränkung von Wettbewerb zugunsten einer Bank die Kapitalallokation verbessern kann.⁴²⁴

Voraussetzung für die Vermeidung der Probleme der adversen Selektion und des Moral Hazard ist eine mit zunehmender Dauer fester werdende Bindung der Kunden an die Bank und daraus resultierend eine Marktmacht, die es der Bank gestattet, den verbliebenen, qualitativ hochwertigen Kreditnehmern im Vergleich zum risikoadäquaten Zinssatz höhere Zinsen zu berechnen.⁴²⁵ Die Monopolstellung kann darauf beruhen, dass der Kreditgeber alleiniger Anbieter auf dem Kreditmarkt ist oder aber auch darauf, dass er gegenüber den Konkurrenten aufgrund einer längeren Beziehung zu den

⁴²² Eigene Darstellung.

⁴²³ Vgl. Elsas (2001), S. 56.

⁴²⁴ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 149.

⁴²⁵ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 149.

Kunden (hier in der zweiten Periode) einen Informationsvorsprung besitzt.⁴²⁶ LONGHOFER/SANTOS zeigen darüber hinaus, dass die Banken in der Lage sind, die Unternehmen über verschiedene Perioden der Entwicklung hinweg zu subventionieren. Das ist insofern von zentraler Bedeutung, da dieser Aspekt es der Bank ermöglicht, eine Beziehung mit dem Unternehmen aufzubauen.⁴²⁷ Die Überwachungsaktivitäten, die während des Aufbaus der Beziehung anfallen, sind sehr kostspielig. In Konsequenz ist es für eine Bank häufig unmöglich, mit dem ersten Kreditvertrag eine vollständige Kompensation dieser Kosten zu erlangen. In dem Modell von LONGHOFER/SANTOS kann die Bank in den zukünftigen Kreditverträgen Überrenditen erzielen und genau aus diesem Grund glaubhaft vermitteln, dass sie auch zukünftig mit dem Kunden Geschäft eingehen wird.⁴²⁸ Dies erfordert allerdings die Bindung des Kunden an die Bank.

Zusammengefasst stellen sich die Auswirkungen wie folgt dar. In Bezug auf die Entwicklung des Zinssatzes im Zeitablauf können zwei entgegengesetzte Einflüsse festgehalten werden. Zum einen kann der Zinssatz für einen Kreditnehmer im Zeitablauf sinken, weil die Bank ab der zweiten Periode über die (gute) Qualität des Kreditnehmers informiert ist. Andererseits gewinnt die Bank an Marktmacht, da sie ab der zweiten Periode einen Informationsvorteil gegenüber anderen Banken besitzt, so dass sie den Zinssatz möglicherweise infolgedessen nicht senkt. Durch Forderung eines höheren Zinssatzes in der zweiten Periode kann sie den Verlust der ersten Periode ausgleichen. Gute Kreditnehmer werden aufgrund niedrigerer Zinsen in der ersten Periode eher angeregt sein, das sichere Projekt zu wählen. Die erzielten Effizienzgewinne führen dann dazu, dass auch Kreditnehmer mit einer geringeren erwarteten Qualität finanziert werden. Wenn die Bank sich auf die Kunde-Bank-Beziehung verlassen kann, wird sie in der Anfangsperiode eine im Vergleich zur vollkommenen Konkurrenzsituation niedrigere Rückzahlung fordern, um eine adverse Selektion und eine Risikoerhöhung zu vermeiden. Aufgrund ihrer Marktmacht kann sie in der Folgezeit eine relativ hohe Rückzahlung von den verbleibenden guten Kreditnehmern fordern.

Die Modellüberlegungen haben gezeigt, dass mehrperiodige Kreditbeziehungen, bei denen Konditionen aufgrund von zwischenzeitlich auftretenden Informationen angepasst werden, Effizienzgewinne gegenüber den für den gesamten Zeitraum festgelegten Verträgen aufweisen können. Dabei wird von einer gewissen Monopolstellung der Bank ausgegangen, die den Kreditnehmer über aufeinanderfolgende, aber separate Verträge bindet und es ihr ermöglicht, einen Ausgleich für anfänglich zu niedrige Zinssätze zu schaffen. Die anfänglich niedrigen Zinsen verhindern dabei negative Effekte aus asymmetrischer Information (adverser Selektion) und somit wird Kreditrationierung reduziert. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch FISCHER. In seinem Modell wird gezeigt, dass Kreditrationierung durch eine Ex-Post-Monopolmacht aufgrund eines Informationsvorsprungs der Hausbank überwunden werden kann.⁴²⁹ Die im Anfangszeitpunkt finanzierende Bank kann durch die Finanzierung und die private Be-

⁴²⁶ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 154.

⁴²⁷ Vgl. Longhofer/Santos (2000), S. 59.

⁴²⁸ Vgl. Longhofer/Santos (2000), S. 59.

⁴²⁹ Vgl. Fischer (1990), S. 36 ff.

obachtung des Rückzahlungsverhaltens ihre A-Priori-Einschätzung bezüglich des Unternehmertyps anpassen. Es wird hier zur Vereinfachung unterstellt, dass die initial finanzierende (Haus-)Bank nach der ersten Periode den Unternehmenstyp mit Sicherheit kennt, während eine nicht finanzierende Outside-Bank im Zeitablauf keine neuen Informationen über den Kreditnehmer erhält.⁴³⁰

Ein geringer Wettbewerb hat gemäß PETERSEN/RAJAN somit einen positiven Einfluss auf das Relationship Banking. Je größer der monopolistische Preissetzungsspielraum der Bank ist, desto besser sind die Möglichkeiten der intertemporalen Konditionengestaltung und desto weniger Firmen werden kreditrationiert.⁴³¹ BOOT/THAKOR hingegen zeigen, dass ein größerer Wettbewerb auf dem Bankenmarkt zu mehr Relationship Lending führen kann, weil die Banken bei hohem Wettbewerbsdruck ihre Kunden durch enge Beziehungen langfristig binden wollen.⁴³²

Wesentliche Kritikpunkte an dem Modell von PETERSEN/RAJAN bestehen hinsichtlich der Modellannahmen zur Informationsasymmetrie und der Berücksichtigung der Unsicherheit.⁴³³ Es wird angenommen, dass die Bank keinerlei Vorstellung von der Qualität des einzelnen Kreditnehmers hat, was bei Existenzgründern plausibel erscheint, nicht hingegen bei bestehenden Unternehmen. Ferner wird vorausgesetzt, dass die Kreditnehmer vollständig über ihre eigene Qualität Bescheid wissen. Es ist aber zu hinterfragen, aus welchem Grund ein Kreditnehmer einen Kredit aufnehmen sollte, wenn selbiger nicht zurückgezahlt werden kann. Annahmegemäß wird zwar das Privatvermögen nicht zur Haftung herangezogen, jedoch kann bei einer Nicht-Rückzahlung auch von gravierenden Nachwirkungen im sozialen Leben ausgegangen werden, was im Modell keinerlei Beachtung findet. Allerdings ist es für das Modellergebnis unerheblich, ob der Kreditnehmer über seine Qualität Bescheid weiß. Denn halten sie sich für schlecht, so versuchen sie die guten zu imitieren, halten sie sich für gut, so werden sie in der ersten Periode den Investitionsbetrag I_0 nachfragen.

Auch die Annahmen bzgl. des Informationszugangs der Bank⁴³⁴ und die Bedingung, dass in der zweiten Periode nur sichere Projekte zugelassen sind, wirken nicht als Einschränkung.⁴³⁵ Zwar sind diese Prämissen in ihrer Strenge sicherlich nicht realitätskonform, eine Abschwächung ändert aber grundsätzlich nichts an den qualitativen Ergebnissen des Modells.⁴³⁶ Die Vereinfachung, dass die Banken außer über das Angebot unterschiedlicher Laufzeiten keine Mechanismen zur Selbstselektion besitzen, ist unrealistisch. So wird von Sicherheiten und Covenants abstrahiert, was die Realität stark vereinfacht bzw. verfälscht.

⁴³⁰ Die Outside-Bank kann also nicht einmal den Erfolg in der ersten Periode beobachten. Vgl. Elsas (2001), S. 61.

⁴³¹ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 413.

⁴³² Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899.

⁴³³ Eine ausführliche Modellkritik findet sich bei Segbers (2007), S. 135 f. oder Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 123 f.

⁴³⁴ Vgl. Elsas (2001), S. 65, FN 174 oder Segbers (2007), S. 136.

⁴³⁵ Vgl. Machauer (1999), S. 77, Segbers (2005), S. 136.

⁴³⁶ Vgl. hier und im Folgenden Segbers (2007), S. 136.

Hinsichtlich der Berücksichtigung von Unsicherheit ist zu kritisieren, dass die Bank alle Informationen, mit Ausnahme der Qualität der Kreditnehmer, mit Sicherheit kennt.⁴³⁷ Die Rückflüsse der Projekte in einzelnen Zuständen, die Wahrscheinlichkeit, mit denen riskante Projekte erfolgreich sind, sowie die Marktmacht in der zweiten Periode sind bekannt. All diese Informationen werden zu Beginn der ersten Periode von der Bank verarbeitet und auch vom Unternehmer wird das Verhalten der Bank antizipiert, so dass die Bank auf dieser Grundlage den optimalen Kontrakt anbieten kann. Auch diese Annahme erscheint unrealistisch, denn sie impliziert, dass Informationen kostenlos zur Verfügung stehen.

BOOT/THAKOR kommen in ihrem Modell zu ähnlichen Ergebnissen wie PETERSEN/RAJAN und zeigen, dass die Zinsen im Zeitablauf sinken.⁴³⁸ Während in dem Modell von PETERSEN/RAJAN das Zinssatzverhalten in der zweiten Periode von der Marktmacht abhängt,⁴³⁹ werden in dem Modell von BOOT/THAKOR die Monopolrenten an die Kunden weitergegeben. Das mögliche Informationsmonopol wird nicht ausgenutzt.⁴⁴⁰ Sie modellieren ein grenzenlos oft wiederholtes Spiel zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber in einem kompetitiven Bankenmarkt. Anders als bei PETERSEN/RAJAN wird die Sicherheitenstellung hier explizit modelliert.⁴⁴¹ Bevor die Unternehmen einen ersten Projekterfolg bewiesen haben, zahlen sie relativ hohe Zinsen und stellen Sicherheiten, wobei Letzteres zur Reduktion der Moral Hazard-Probleme führt.⁴⁴² Sobald jedoch die Kreditnehmer ein erfolgreiches Investitionsprojekt durchgeführt haben, werden sie keine Sicherheiten mehr stellen und von niedrigeren Zinsen aufgrund der weitergegebenen Monopolrenten profitieren.⁴⁴³ Das Zinssatzverhalten wird in ihrem Modell insbesondere vor dem Hintergrund der kostenverursachenden Stellung von Sicherheiten analysiert.

Neben den bereits genannten Gründen für das Absinken der Zinsen im Zeitablauf ist als weiterer Grund zum einen die Tatsache zu sehen, dass in jeder Periode diejenigen Kreditnehmer ausfallen, die risikoreiche Projekte ausgewählt haben und selbigen anschließend neue Kredite verwehrt werden, wodurch die durchschnittliche Qualität der Kreditnehmer steigt und weshalb die Banken die Zinsen senken.⁴⁴⁴ Zum anderen veranlasst das Streben nach Reputation die Kreditnehmer dazu, in sichere Projekte zu investieren. Die Kreditnehmer können die Kredite zurückzahlen und bauen sich dadurch eine Reputation auf. DIAMOND geht davon aus, dass wiederholte Kreditaufnahmen bei einer Inside-Bank die Reputation des Unternehmens erhöhen und somit ein besserer Zugang zum öffentlichen Markt ermöglicht wird.⁴⁴⁵ Durch den Aufbau von Reputation

⁴³⁷ Vgl. Segbers (2007), S. 136.

⁴³⁸ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899 ff.

⁴³⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff.

⁴⁴⁰ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 91.

⁴⁴¹ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899 und Kapitel A.4.3.1.3.1.

⁴⁴² Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 903.

⁴⁴³ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 900.

⁴⁴⁴ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 928.

⁴⁴⁵ Vgl. Diamond (1991), S. 716.

profitieren die Kreditnehmer von niedrigeren Zinsen.⁴⁴⁶ Da der Reputationseffekt aus dem Rückzahlungsverhalten in Bezug auf Kredite resultiert, ist die Dauer der Kreditgeschichte, nicht die Dauer der Kundenbeziehung für den Aufbau der Reputation von Relevanz.⁴⁴⁷

Der aus den proprietären Informationen resultierende Informationsvorsprung und die damit verbundene bessere Möglichkeit der Beurteilung der Kreditnehmerqualität kann zu niedrigeren Zinsen führen, unter der Annahme, dass die eingesparten Kosten an den Kunden weitergegeben werden.⁴⁴⁸ Dieses Informationsmonopol kann allerdings, wie bereits zuvor angedeutet, dazu führen, dass die Bank diese Machtstellung ausnutzen und (ex post) hohe Zinsen verlangen kann. SHARPE, VON THADDEN, RAJAN und WILSON zeigen, dass aus diesem Grund die Zinsen mit zunehmender Dauer der Bankbeziehung steigen,⁴⁴⁹ denn der Kunde kann nur unter Inkaufnahme von Suchkosten zu einer anderen Bank wechseln.⁴⁵⁰ Aufgrund von Wettbewerb werden in der Anfangsphase geringe Zinsen gefordert, wobei die Zinsen für alle Kunden gleich sind, da die Banken in dieser Phase noch keine Informationen haben.⁴⁵¹ In Konsequenz erhalten also Unternehmen mit einer schlechten Qualität einen größeren Anteil am Kapital als dieses bei symmetrischer Information der Fall wäre. Das Unternehmen bleibt bei der Bank, weil es durch das Informationsmonopol gefangen ist und weil es die Information über seine gute Qualität nicht an eine andere Bank übermitteln kann. Unter diesen Voraussetzungen macht die alte Bank das beste Angebot, denn die neue Bank kann die bestehenden Kunden nicht abwerben, ohne gleichzeitig auch die weniger guten Kunden zu attrahieren.⁴⁵² Die Tatsache, dass der Kunde Angebote einholt, kann beim Wettbewerber dahingehend den Verdacht wecken, dass die Angebotsannahme für ihn mit einem Winner's Curse verbunden ist. Unter dem Winner's Curse ist in diesem Fall zu verstehen, dass die neue Bank nur dann gewinnt, wenn sie den Wert des Kunden im Vergleich zu den anderen Banken am höchsten einstuft und gar überschätzt. Denn der Kunde wird das Angebot nur annehmen, wenn das Angebot besser ist als das Angebot der aktuellen Bank, welche allerdings bessere Informationen bei der Preisfindung zugrunde legen kann. Wenn schließlich beide Banken die marginalen Kosten der Informationsproduktion zugrunde legen und selbige bei beiden Banken gleich hoch sind, wird die Konkurrenzbank zwangsläufig einen Verlust machen, wenn der Kunde deren Angebot annimmt.⁴⁵³ Eine Möglichkeit für die Kunden, das Hold Up-Problem zu reduzieren, besteht darin, bei mehreren Banken Kredite aufzunehmen.⁴⁵⁴ Daraus resultiert allerdings die Gefahr, dass die Kreditverfügbarkeit reduziert wird, wenn der Wert der

⁴⁴⁶ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 928.

⁴⁴⁷ Vgl. Diamond (1991), S. 716.

⁴⁴⁸ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 93.

⁴⁴⁹ Vgl. Sharpe (1990), S. 1069 ff., von Thadden (2001), S. 2 ff., Rajan (1992), S. 1367 ff. und Wilson (1995), S. 335 ff.

⁴⁵⁰ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 93.

⁴⁵¹ Vgl. Sharpe (1990), S. 1070.

⁴⁵² Vgl. hier und im Folgenden Sharpe (1990), S. 1070.

⁴⁵³ Vgl. Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989), S. 227.

⁴⁵⁴ Vgl. Boot (2000), S. 17.

Informationsbeschaffung für die einzelne Bank sinkt und der Wettbewerb ex post zu groß wird, so dass keine Gewinne erzielt werden können.⁴⁵⁵

Eine Bank, die den Informationsvorsprung ausbeutet, wird voraussichtlich aber Marktanteile verlieren, da potenzielle Neukunden von diesem Verhalten erfahren werden. Absprachen der Vergangenheit, die nicht eingehalten werden, werden in der Zukunft durch einen Verlust an Glaubwürdigkeit bestraft.⁴⁵⁶ Die Glaubwürdigkeit dieser impliziten Verträge hängt davon ab, inwiefern die Bewertung der Bank hinsichtlich der zukünftigen Transaktionen korrekt ist und wie der Informationsmechanismus bezüglich des Verhaltens der Bank ausgestaltet ist. Implizite Verträge werden nur dann eingehalten und sind somit auch nur dann glaubwürdig, wenn die Bank positive Renten von den aktuellen und zukünftigen Kunden erhält.⁴⁵⁷ Vollständige, zeitkonsistente Verträge sind teuer und in einer komplexen Umwelt nur schwer zu realisieren.⁴⁵⁸ Deswegen wird somit durch den Aufbau der Reputation bei der Bank eine Möglichkeit zur Beseitigung der Ineffizienzen und für die Sicherstellung einer effizienteren Kapitalallokation geschaffen.⁴⁵⁹

Das Problem der Hold Up-Kosten wird ebenso von GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA modelliert.⁴⁶⁰ GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA vermuten, dass der Wert der Hold Up-Renten im Laufe der Beziehung sinkt.⁴⁶¹ Sie zeigen, dass es Bedingungen gibt, unter denen die Kreditgeber die Kreditnehmer anfänglich subventionieren und später zusätzliche Gewinne aus der Beziehung generieren. Im Zeitablauf der Beziehung kommt es hier zu steigenden Zinsen. In dem Modell von GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA emergieren die langfristigen Beziehungen zwischen der Bank und Kreditnehmer endogen. Die Banken entwickeln im Zeitablauf ein Informationsmonopol über die guten Unternehmen. Da Wettbewerb in diesen Modellen die Gesamtgewinne auf ein Nullniveau senkt, kann die Bank nur relativ niedrige Zinsen für Kreditnehmer mit unbekannter Qualität einfordern, um anschließend im Gegenzug das Informationsmonopol auszuhebeln.⁴⁶² Firmen mit guter Qualität erfahren somit keine Verbesserung der Finanzierungsbedingungen, da sie die Informationen über ihre Qualität nicht auf eine andere Bank übertragen können. Ihr geringes Ausfallrisiko spiegelt sich somit nicht in einem niedrigeren Zinssatz oder sonstigen Parametern (other non-price terms) wider.

4.3.1.2.2 Fazit zu den Zinsmodellen

Eine wesentliche Besonderheit der Zinsgestaltung im Rahmen einer Hausbankbeziehung besteht darin, dass diese nicht transaktions-, sondern beziehungsbezogen unter Berücksichtigung des Marktumfeldes erfolgt. Aufgrund dessen kann eine intertempo-

⁴⁵⁵ Vgl. Boot (2000), S. 17.

⁴⁵⁶ Vgl. Sharpe (1990), S. 1080.

⁴⁵⁷ Vgl. Sharpe (1990), S. 1084.

⁴⁵⁸ Vgl. Sharpe (1990), S. 1084.

⁴⁵⁹ Vgl. Sharpe (1990), S. 1070.

⁴⁶⁰ Vgl. Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989), S. 221 ff.

⁴⁶¹ Vgl. Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989), S. 222.

⁴⁶² Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 4 f.

rale Konditionengestaltung resultieren,⁴⁶³ die es der Bank ermöglicht, Verluste aus der Anfangsphase der Beziehung mit späteren Gewinnen zu verrechnen. In der Grundidee der intertemporalen Konditionengestaltung kann bei mehrperiodigen Finanzierungsverträgen der Wettbewerb zu jedem Zeitpunkt nachteilig sein, da die Konditionen eines Kreditvertrags dann zu jedem Zeitpunkt auf das kompetitive Niveau beschränkt sind.⁴⁶⁴ Bei Wettbewerb kann eine Bank nicht erwarten, etwaige Verluste in Teilperioden der Finanzierung durch Mehrerträge in anderen Perioden wieder ausgleichen zu können.⁴⁶⁵ Dies impliziert für die finanzierende Bank eine Break-Even-Bedingung aus dem Finanzierungsgeschäft zu jedem einzelnen Zeitpunkt und somit eine Art inhärente Kurzfristperspektive.

In Tab. A-7 werden die wesentlichen Modelle dargestellt, die eine Aussage zur Entwicklung der Zinsen im Zeitablauf nennen. Die anderen zuvor erwähnten Modelle, z.B. von LONGHOFFER/SANTOS, FAMA oder KANE/MALKIEL, stellen keinen expliziten Zusammenhang zur Entwicklung der Zinsen im Zeitablauf her. Die Zusammenfassung zeigt, dass sowohl steigende Zinsen als auch sinkenden Zinsen im Zeitablauf denkbar sind. Niedrigere Zinsen mit zunehmender Dauer der Bankbeziehung werden durch die präziseren Informationen und daraus resultierende niedrigere Risikoaufschläge bedingt. Steigende Zinsen im Zeitablauf können dadurch begründet werden, dass das Wechselrisiko steigt und der Informationsvorsprung sinkt.⁴⁶⁶ Ferner liefert die Möglichkeit der Ausnutzung einer Hold Up-Situation Ansatzpunkte für steigende Zinsen.

Modell	Zinsprognose im Zeitablauf
Boot/Thakor (1994)	Sinken
Fischer (1990)	Sinken
Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989)	Steigen
Petersen/Rajan (1995)	Sinken
Rajan (1992)	Steigen
Sharpe (1990)	Steigen
Von Thadden (2001)	Steigen
Wilson (1993)	Steigen

Tab. A-7: Entwicklung der Zinsen im Laufe der Beziehung

⁴⁶³ Vgl. Elsas (2001), S. 56 ff.

⁴⁶⁴ Vgl. Elsas (2001), S. 56.

⁴⁶⁵ Vgl. hier und im Folgenden Elsas (2001), S. 56.

⁴⁶⁶ Ongena/Smith haben die Dauer von Bankbeziehungen und deren Einflussgrößen untersucht. Sie kommen zu dem Schluss, dass die Wahrscheinlichkeit der Beendigung einer Bankbeziehung mit zunehmender Dauer steigt. Dieser Effekt wird jedoch relativiert durch die Aussage, dass bei Existenz mehrerer Bankverbindungen insbesondere die relativ jungen Beziehungen beendet werden, während eine spezielle Bankverbindung als Kern über längere Zeit behalten wird. Vgl. Ongena/Smith (2001), S. 473.

Eine zentrale Frage ist, unter welchen Bedingungen die Bank das Informationsmonopol ausbeutet und unter welchen Bedingungen die Gewinne im Laufe der Beziehung an die Kunden zurückgegeben werden.⁴⁶⁷ Das Ausmaß, in dem eine Bank ein Informationsmonopol ausbeuten kann, ist unklar. SHARPE vermutet, dass die Monopolmacht einer bestehenden Bank durch öffentliche Signale bezüglich der Zahlungsfähigkeit des Unternehmens reduziert wird.⁴⁶⁸ Die Kosten, die unternehmensseitig durch das Hold Up-Problem entstehen, können durch die Reputation der Bank gemäßigt werden. SHARPE argumentiert, dass Banken eine wertvolle Reputation aufbauen können, indem sie darauf verzichten, die Monopolrenten zu extrahieren.⁴⁶⁹ Bonitätsmäßig einwandfreie Unternehmen werden sich nur dann exklusiv an eine Bank binden, wenn sie anschließend nicht befürchten müssen, von der Exklusivbank ausgebeutet zu werden. Exklusiv-Banking bedeutet dann vor allem auch, dass die Bank sich glaubhaft gegenüber dem Kunden bindet.⁴⁷⁰ Eine offensichtlich einfache Lösung des Hold Up-Problems aus Sicht des Unternehmens besteht darin, mehr als eine Beziehung mit einer Inside-Bank aufzubauen, so dass sich die Banken die Monopolrenten durch den gegenseitigen Wettbewerb wegnehmen.⁴⁷¹ RAJAN jedoch warnt, dass es sich hierbei um ein zweischneidiges Schwert handelt. Jede Outside-Bank, die mit bestehenden Inside-Banken im Wettbewerb steht und niedrigere Zinsen bietet, wird unter dem Winner's Curse leiden. Die Inside-Bank wird einen Wettbewerbspreis für gute Firmen anbieten, wohingegen schlechte Firmen der Outside-Bank überlassen werden.⁴⁷²

Es kann aber auch Fälle geben, in denen der Kreditnehmer bereit ist, die zusätzlichen Kosten aus dem Informationsmonopol zu tragen. Dies ist dann der Fall, wenn er Gewinne aus der Hausbankbeziehung erwartet. Diese Gewinne reflektieren einen intertemporalen, impliziten Vertrag dahingehend, dass Hausbanken einen versicherungsähnlichen Service bieten, eine besondere Verantwortung tragen und im Falle einer finanziellen Schieflage einen niedrigeren als den risikoadäquaten Zinssatz fordern und sich in dieser Situation weniger restriktiv bei der Kreditvergabe verhalten.⁴⁷³ Es gibt bei der Auswahl-Entscheidung zwischen Hausbank- und Outside-Finanzierung keine per se dominante Finanzierungsform.

Die intertemporale Ertragsverschiebung, die Informationsvorteile einer Hausbank und der Einfluss der Wettbewerbssituation können als einige wichtige Faktoren angesehen werden, die in der Forschung zum Relationship Banking und in der Praxis weitreichende Beachtung gefunden haben. In diesem Kapitel wurde sowohl eine Betrachtung von internen (Informationsgenerierung, Zinssenkungsspielraum im Zeitablauf) als auch von externen Wirkungen (Informationsmonopol gegenüber Wettbewerbern im Zeitablauf) der Beziehung vorgenommen. Zudem wurde gezeigt, dass eine langfristige

⁴⁶⁷ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 93.

⁴⁶⁸ Vgl. Sharpe (1990), S. 1070.

⁴⁶⁹ Vgl. Sharpe (1990), S. 1070.

⁴⁷⁰ Vgl. Doberanzke (1993), S. 37.

⁴⁷¹ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 234.

⁴⁷² Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 234. Vgl. hierzu auch von Thadden (2001), S. 2 ff.

⁴⁷³ Vgl. Elsas/Krahnen (2002), S. 11.

Beziehung modellendogen, losgelöst von einer vertraglichen Bindung erklärt werden kann.

Im Hinblick auf die empirische Untersuchung können auf Basis der aktuellen Erkenntnisse keine eindeutigen Ergebnisse erwartet werden. Da der Umfang der Informationsasymmetrien von den Kreditnehmereigenschaften wie Unternehmensgröße, Unternehmensalter oder Rechtsform⁴⁷⁴ abhängt, können hieraus auch Einflüsse in der Empirie vermutet werden. Wie in Abb. A-6 dargestellt, sind auf Unternehmensebene für die Analyse der Bankbeziehung bzw. der Analyse der Auswirkungen auf den Zins neben der Bonität des Unternehmens somit auch diese Parameter hinzuzuziehen. Aus der Beziehungsebene heraus konnten folgende wesentliche Einflussgrößen für die Höhe des Informationsvorteils der Hausbank herausgearbeitet werden: Dauer der Beziehung und Anzahl der Bankverbindungen. Während die Bonität unmittelbar auf den Zinssatz wirkt, beeinflussen die anderen genannten Größen den Grad der Informationsasymmetrie und somit nur mittelbar den Zinssatz.

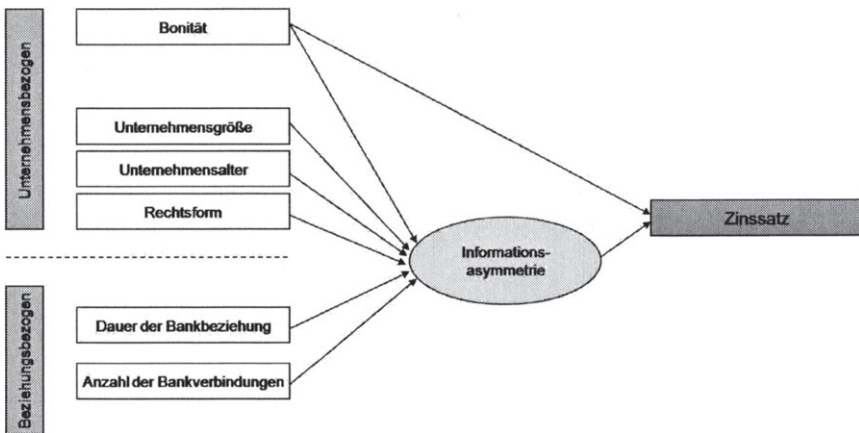


Abb. A-6: Einflussgrößen des Zinssatzes⁴⁷⁵

Als Fazit der theoretischen Ansätze zur Zinsentwicklung kann festgehalten werden, dass basierend auf der Existenz von Hausbankbeziehungen oder der Existenz einer Relationship Banking-Strategie keine eindeutigen Aussagen in Bezug auf die Höhe der Zinsen getroffen werden können. Dies betrifft auf der einen Seite grundsätzlich die Zinshöhe zu einem bestimmten Zeitpunkt (statisch) und auf der anderen Seite die Entwicklung des Zinses im Zeitverlauf einer Geschäftsbeziehung (dynamisch).

⁴⁷⁴ Es ist aber ferner auch denkbar, dass die Unternehmensgröße, das Alter und die Rechtsform des Unternehmens einen Einfluss auf die Bonität haben.

⁴⁷⁵ Eigene Darstellung.

4.3.1.3 Sicherheitenmodelle

4.3.1.3.1 Beschreibung der Sicherheitenmodelle

Im vorherigen Kapitel wurden in einigen Modellen die Sicherheiten z.T. explizit ausgeschlossen (z.B. PETERSEN/RAJAN).⁴⁷⁶ Sofern in den Modellen Sicherheiten berücksichtigt wurden, erfolgte im vorherigen Kapitel keine Analyse derselben. In diesem Kapitel wird nun die Abbildung der Sicherheiten in Modellen genauer untersucht. In der Literatur, die sich mit der Analyse der Auswirkungen von Sicherheiten beschäftigt, ist die Sicherheitenstellung in aller Regel nicht die abhängige Variable. So gibt es Modelle, die den Einfluss von Sicherheiten auf Zinsen, z.B. BARRO, oder den Einfluss auf die Kreditrationierung, z.B. BESTER oder BESANKO/THAKOR, untersuchen.⁴⁷⁷ Die meisten theoretischen Modelle zeigen, dass erhöhte Sicherheitenstellung mit bonitätsmäßig guten Kreditnehmern und Krediten in Verbindung gebracht werden, z.B. BESTER, BESANKO/THAKOR, CHAN/KANATAS.⁴⁷⁸ Es gibt aber auch Modelle, die vorhersagen, dass risikoreichere Kreditnehmer öfter Sicherheiten stellen, z.B. SWARY/UDELL, BOOT/THAKOR/UDELL.⁴⁷⁹ Einen Überblick über die verschiedenen Annahmen, insbesondere hinsichtlich der Marktstruktur und der Risikoeinstellung sowie der Berücksichtigung von Zinsen in den Modellen, gibt SCHMIDT-MOHR.⁴⁸⁰

Intuitiv könnte man vermuten, dass risikobehaftete Kreditnehmer mehr Sicherheiten stellen müssen oder weniger Kredite bekommen, da die Bank ihr Exposure, d.h. die Höhe der unbesicherten Forderungen, mit diesen Kreditnehmern reduzieren möchte. In Kapitel A.3.1.2.1 wurde dargelegt, dass die Eigenkapitalvorschriften gemäß Basel II von den Banken eine erhöhte Eigenkapitalhinterlegung bei erhöhtem Exposure verlangen. Bei Konstanz des Eigenkapitals schränkt ein erhöhtes Exposure in Bezug auf ein Unternehmen somit die zusätzlichen Kreditvergabemöglichkeiten der Bank ein. Hingegen ist es allerdings wahrscheinlich, dass gute Kreditnehmer mehr Sicherheiten stellen, da sie in der Regel mehr Sicherheiten zur Verfügung haben⁴⁸¹ oder eher bereit sind, mehr Sicherheiten zu stellen.

Bereits bei der Darstellung des Modells von PETERSEN/RAJAN in Kapitel A.4.3.1.2.1 wurde gezeigt, dass Qualitäts- und Verhaltensunsicherheit in Bezug auf den Kreditnehmer zu adverser Selektion und zu Moral Hazard und in Konsequenz zu Kreditrationierung führen kann. In diesem Kontext sind Sicherheiten als Kreditvertragsbestandteil in zweierlei Hinsicht von elementarer Bedeutung.⁴⁸² Sicherheiten können

⁴⁷⁶ Vgl. hierzu die Modellkritik in Kapitel A.4.3.1.2.1.

⁴⁷⁷ Vgl. Barro (1976), S. 1 ff., Bester (1985), S. 850 ff., Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff.

⁴⁷⁸ Vgl. Bester (1985), S. 850 ff., Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff., Besanko/Thakor (1987b), S. 167 ff., Chan/Kanatas (1985), S. 84.

⁴⁷⁹ Vgl. Swary/Udell (1988), S. 1 ff., Boot/Thakor/Udell (1991), S. 605 ff. Einen Überblick geben Berger/Udell (1995), S. 368.

⁴⁸⁰ Vgl. Schmidt-Mohr (1997), S. 1322.

⁴⁸¹ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1360.

⁴⁸² Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 146.

eingesetzt werden, um genau diese Probleme der adversen Selektion und des Moral Hazard zu beseitigen. So sind Kreditsicherheiten dazu geeignet,

- als Signalling-Instrument zu fungieren und gute von schlechten Schuldnern zu unterscheiden (Sortierungseffekt)⁴⁸³ sowie
- Schuldner dazu zu veranlassen, sich nach Vertragsabschluss nicht gläubigerschädigend zu verhalten (Anreizeffekt).⁴⁸⁴

Das Problem der adversen Selektion kann dahingehend durch Sicherheiten überwunden werden, als dass diese in Form eines Selbstselektionsmechanismus eingesetzt werden können.⁴⁸⁵ BESTER geht in seinem Modell von der Annahme aus, dass die Entscheidung über Zinssatz und Sicherheitenhöhe simultan gefällt wird.⁴⁸⁶ Die Bank kann dann über das Angebot von Kreditverträgen mit unterschiedlichen Zins-Sicherheiten-Kombinationen und die anschließende Vertragswahl der Kreditnehmer eine Risikoklassifikation vornehmen. Aus der präferierten Kombination kann die Bank auf die Qualität des Kreditnehmers schließen.⁴⁸⁷ BESTER geht ferner davon aus, dass weniger risikobehaftete Kreditnehmer bereit sind, im Austausch für eine Reduktion des Kreditzinses mehr Sicherheiten anzubieten und dadurch ihre Qualität signalisieren.⁴⁸⁸ Demnach wählen gute Kreditnehmer i.d.R. Verträge, in denen sie niedrige Zinsen zahlen und dafür eher umfangreiche Sicherheiten stellen. Der Grund ist darin zu sehen, dass sie kaum mit einer Inanspruchnahme der Sicherheiten rechnen müssen und sich so vergleichsweise günstige Finanzierungskonditionen verschaffen können.⁴⁸⁹ Sofern derartige Self-Selection-Mechanismen existieren, können Pooling-Mechanismen, d.h. Mechanismen, bei denen zwischen den Kreditnehmertypen nicht differenziert wird und alle den gleichen Zinssatz zahlen, nicht im Wettbewerb überleben.⁴⁹⁰ Ein Gleichgewicht wird in diesem Fall charakterisiert durch die Separation der Kreditnehmer mit verschiedenen Risiken, so dass jeder Kreditnehmer seinen risikoadäquaten Zinssatz

⁴⁸³ Im Folgenden kann nicht mehr eindeutig zwischen Screening und Signalling differenziert werden, denn es ist theoretisch sowohl denkbar, dass die Bank dem Kunden zunächst mehrere Zins-Sicherheiten-Kombinationen zur Auswahl anbietet als auch, dass der Kunde zunächst seine Höhe der Sicherheitenstellung signalisiert und die Bank auf dieser Basis die entsprechende Zins-Sicherheiten-Kombination auswählt.

⁴⁸⁴ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 146.

⁴⁸⁵ Zur Funktion der Selbstselektion vgl. Kapitel A.4.2.3.1.

⁴⁸⁶ Vgl. Bester (1985), S. 850.

⁴⁸⁷ Siehe hierzu die Modelle von Bester (1985) und Bester (1987) im Kontext von zugrunde liegenden Projekten der Kreditnehmer. In einem größeren Marktkontext sieht Schmidt-Mohr (1997) dies kritisch. Vgl. Bester (1985), S. 850 ff., Bester (1987), S. 887 ff. und Schmidt-Mohr (1997), S. 1321 ff.

⁴⁸⁸ Vgl. Bester (1985), S. 850.

⁴⁸⁹ Vgl. zu einem entsprechenden Modell mit unterschiedlich hohen Erwartungswerten der Projekte Chan/Kanatas (1985), S. 84 ff. Besanko/Thakor bestätigen diese Erkenntnisse für den Fall einer Wettbewerbssituation. Im Monopolfall hingegen ahmen die schlechten Unternehmen die guten nach und wählen somit dieselbe Zins-Sicherheiten-Kombination wie diese, um Kredite zu erlangen. Vgl. Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff.

⁴⁹⁰ Vgl. Bester (1985), S. 850.

zahlt.⁴⁹¹ Da Sicherheiten, z.B. durch die Bereitstellung und Bewertung, Kosten verursachen, stellen sie bei vollständiger Information nur eine ineffiziente Lösungsmöglichkeit dar, bei unvollständiger Information hingegen sind Sicherheiten ein geeigneter Ansatz.⁴⁹² Bei unvollständiger Information werden keine Kredite abgelehnt, wenn die Bank Sicherheitenforderungen als Self-Selection-Mechanismus verwenden kann. Der Mechanismus funktioniert aber nur, wenn die Unternehmen mit geringem Risiko in der Lage sind, Sicherheiten in hinreichendem Volumen anzubieten, um sich von risikoreichen Unternehmen abzugrenzen. BESTER merkt an, dass die theoretischen Ansätze, die eine Kreditrationierung durch adverse Selektion begründen auch eine Erklärung liefern müssen, warum hier die Signalling-Mechanismen wie Sicherheitenstellung nicht eingesetzt werden können. Das Phänomen der Kreditrationierung aufgrund von adverser Selektion tritt nicht mehr auf. Die Kreditnehmer zahlen Kreditzinsen und stellen Sicherheiten, die ihrer Qualität entsprechen. Es wird also ein negativer Zusammenhang zwischen Firmenrisiko und Höhe der Sicherheiten hergeleitet.⁴⁹³ Unter Berücksichtigung der zuvor genannten Funktionen von Sicherheiten wird in diesem Modell der Sortierungseffekt abgebildet. Gemäß dem so genannten „Sorting-by-private-information“-Paradigma stellen gute Kreditnehmer mehr Sicherheiten.⁴⁹⁴ Ein wichtiges Ergebnis des Modells ist es, dass unter bestimmten Umständen Sicherheitenstellung dazu führt, dass Kreditrationierungsprobleme verhindert oder beseitigt werden können.⁴⁹⁵ BESTER zeigt theoretisch, dass auch der konträre Zusammenhang, also ein positiver Zusammenhang zwischen Firmenrisiko und Höhe der Sicherheiten, in einem Modell mit Verhaltensunsicherheit und der Möglichkeit von Nachverhandlungen zu erzielen ist.⁴⁹⁶

In dem Modell von BOOT/THAKOR werden durch Sicherheitenstellung Moral Hazard-Probleme reduziert. Somit kommt hier die zweite zuvor beschriebene Funktion von Sicherheiten, die Anreizfunktion, zum Tragen.⁴⁹⁷ BOOT/THAKOR kommen des Weiteren zu dem Ergebnis, dass die Dauer der Bankbeziehung nicht nur einen Einfluss auf die Kreditzinsen, sondern auch auf die Sicherheitenstellung hat.⁴⁹⁸ Sie zeigen, dass die Unternehmen zu Beginn der Kreditnehmerbeziehung hohe Zinsen zu zahlen und umfangreiche Sicherheiten zu stellen haben. Sobald die Kunden einen ersten Projekterfolg vorzuweisen haben, sinkt der Umfang der Sicherheiten. Gute Kreditnehmer stellen also weniger Sicherheiten. Ein unbesicherter Kredit ist mit relativ hohen Kreditzinsen verbunden, um die Partizipationsbedingung der Bank zu erfüllen. Während der Kreditnehmer bei Projektmissersfolg nicht in der Lage ist die Zinsen zurückzuzahlen, muss er bei Projekterfolg diese relativ hohen Zinsen zahlen, wodurch der marginale

⁴⁹¹ Vgl. Bester (1985), S. 850.

⁴⁹² Vgl. hier und im Folgenden Bester (1985), S. 854.

⁴⁹³ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 147.

⁴⁹⁴ Vgl. Berger/Udell (1990), S. 24, Bester (1985), S. 855, Besanko/Thakor (1987b), S. 167 f.

⁴⁹⁵ Vgl. Bester (1985), S. 855.

⁴⁹⁶ Vgl. Bester (1994), S. 72.

⁴⁹⁷ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 903.

⁴⁹⁸ Vgl. hier und im Folgenden Boot/Thakor (1994), S. 899. Zu den Auswirkungen in Bezug auf den Zinssatz gemäß Boot/Thakor vgl. Kapitel A.4.3.1.2.1.

Gewinn in Bezug auf sein Anstrengungsniveau reduziert wird. Ein besichertes Darlehen führt zu einer geringeren Reduktion dieses Gewinns bezogen auf das Anstrengungsniveau, denn es führt zu einer gleichmäßigeren Verteilung der Kosten des Kreditnehmers bei Projekterfolg und Projektmisserfolg. Während die Bank bei Projekterfolg die vergleichsweise niedrigen Zinsen erhält, kann selbige bei Projektmisserfolg auf die Sicherheit zurückgreifen. In Bezug auf Sicherheiten zeigt das Modell von BOOT/THAKOR, dass auch deren Umfang von der Dauer der Bankbeziehung abhängt. Im Laufe der Beziehung, nachdem die Kunden einen Projekterfolg vorgewiesen haben, sinkt der Umfang der Sicherheiten. Das Phänomen, dass Kreditnehmer mit schlechter Bonität mehr Sicherheiten stellen wird auch als „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma bezeichnet.⁴⁹⁹

Ferner kann das Arbeitseinsatzproblem durch die Stellung von Sicherheiten reduziert werden, indem der Leistungsanreiz für den Kreditnehmer durch den drohenden Verlust der Sicherheit gesteigert wird.⁵⁰⁰ Das Risk Shifting kann ebenfalls durch die Stellung von Sicherheiten verhindert werden, da der Kreditnehmer in diesem Fall durch den Verlust derselben stärker an den Verlusten eines Projektes partizipiert und deshalb eher das sichere Projekt bevorzugt.⁵⁰¹

Während bisher gezeigt wurde, dass über die Sortierungsfunktion das Problem der adversen Selektion verhindert werden kann, zeigen STIGLITZ/WEISS in ihrem Modell, dass aus der Erhöhung der Sicherheitenanforderung genau dieser Adverse Selection-Effekt resultiert.⁵⁰² Im Modell von STIGLITZ/WEISS kann eine erhöhte Sicherheitenforderung aufgrund von Moral Hazard genau zu einer Risikoerhöhung des Projektes der bestehenden Kreditnehmer führen.⁵⁰³

Weitere Ansätze finden sich darüber hinaus bei CHAN/KANATAS, DE MEZA/SOUTHEY und LANGER/WALLER.⁵⁰⁴ Während bisher die Annahme von asymmetrisch verteilten Informationen bei identischer Erwartungsbildung bzw. Bewertung von Kreditnehmern

⁴⁹⁹ Vgl. Berger/Udell (1990), S. 23 f.

⁵⁰⁰ Vgl. Chan/Thakor (1987) S. 345 ff. oder Boot/Thakor/Udell (1991), S. 605 ff.

⁵⁰¹ Vgl. Bester (1987). Dies trifft auch dann zu, wenn die Sicherheit aus Sicht des Kreditgebers keinen direkten Wert besitzt. Denn der Verlust der Sicherheit stellt für den Kreditnehmer einen Wertverlust dar. Vgl. Bester/Hellwig (1989), S. 135 ff.

⁵⁰² Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 404.

⁵⁰³ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 404 ff. Eine ausführliche Modelldarstellung findet sich bei Stiglitz/Weiss. Aufgrund der restriktiven Annahmen wird das Modell hier nicht im Detail betrachtet. So wird angenommen, dass kleine Projekte höherer Misserfolgswahrscheinlichkeiten, d.h. eine Nullrendite, haben und alle Kreditnehmer das gleiche Eigenkapital haben. Eine Erhöhung der Sicherheitenanforderung oder des geforderten Eigenkapitalanteils würde dazu führen, dass mehr kleinere Projekte durchgeführt werden. In diesem Fall würde somit das Risiko dieser Darlehen steigen. Die Erhöhung der Sicherheitenanforderung kann ebenso wie die Erhöhung des Zinssatzes dazu führen, dass vermehrt risikofreudige Kreditnehmer Kredite aufnehmen oder dass die bestehenden Kreditnehmer vermehrt in risikoreichere Projekte investieren, und dass somit die Rendite der Bank sinkt. Vgl. ausführlich Stiglitz/Weiss (1981), S. 404 ff.

⁵⁰⁴ Vgl. Chan/Kanatas (1985), S. 85 ff., De Meza/Southey (1996), S. 377 ff. und Langer/Waller (2003), S. 2 ff. Eine ausführlichere Darstellung findet sich bei Segbers. Vgl. Segbers (2007), S. 153.

und Kreditgebern Anwendung fand, wird die Annahme nun aufgehoben. Bei CHAN/KANATAS und DE MEZA/ SOUTHEY können auch im Fall symmetrischer Informationen Probleme bei der Kreditvergabe auftauchen, da Unternehmer und Firmenkundenbetreuer die Informationen unterschiedlich interpretieren.⁵⁰⁵ Sie gehen davon aus, dass die Unternehmer im Vergleich zum Firmenkundenbetreuer üblicherweise eine optimistischere Sichtweise ihrer Zukunftsperspektiven haben.⁵⁰⁶ Sicherheiten können in diesem Kontext insofern nützlich sein, als dass der Kreditnehmer aufgrund seiner positiveren Einschätzung nicht mit der Inanspruchnahme derselben rechnet und deswegen in der Sicherheitenstellung ein eher geringes Risiko sieht. In einer derartigen Situation besteht die Funktion der Sicherheiten darin, die Risiken eines Kreditausfalls auf den Kreditnehmer zu übertragen, ohne dass dieser die Situation so wahrnimmt.⁵⁰⁷

LANGER/WALLER betrachten die Sicherheitenstellung in Kombination mit dem Anreizproblem.⁵⁰⁸ Während die zuvor genannten die unterschiedliche Bewertung der Zukunftsperspektiven berücksichtigen, betrachten LANGER/WALLER die unterschiedliche Bewertung der Sicherheit aus Sicht des Kreditnehmers einerseits und des Kreditgebers andererseits. Ihre Bewertungsannahmen basieren auf den Erkenntnissen der Prospect Theory nach KAHNEMAN/TVERSKY.⁵⁰⁹ Gemäß derselben wird der Verlust der Sicherheit durch den Schuldner stärker beurteilt als der Nutzenzuwachs durch den Erhalt der Sicherheit beim Kreditgeber. Dieses Phänomen ergibt sich allein daraus, dass menschliche Individuen eine Verlustaversion haben, d.h. ausgehend vom Status Quo Verluste in ihren Nutzenfunktionen stärker negativ gewichtet als Gewinne in gleicher Höhe positiv gewichtet werden.⁵¹⁰ Die tatsächliche Werthaltigkeit ist hierbei irrelevant. Infolgedessen können bei einer Antizipation dieses Effektes Sicherheiten als Mechanismus zur Überwindung des Arbeitseinsatzproblems eingesetzt werden.

4.3.1.3.2 Fazit zu den Sicherheitenmodellen

Anders als bei den Zinsmodellen steht bei den Sicherheitenmodellen weniger der Prozess der Informationsgenerierung im Vordergrund. Lediglich bei BOOT/THAKOR wird die Dauer der Bankbeziehung als Möglichkeit zur Beobachtung eines Projekterfolges explizit in das Modell integriert.⁵¹¹ Zentrale Fragestellung ist hier vielmehr, inwiefern gute Kreditnehmer mehr oder weniger Sicherheiten stellen als schlechte Kreditnehmer. Diese Frage lässt sich nur im Kontext mit dem modellierten Problem sowie dem Entstehungszeitpunkt des Problems bzw. der angenommenen Funktion von Sicherheiten beantworten. In Fällen der adversen Selektion als ein Ex-Ante-Problem und einer

⁵⁰⁵ Vgl. Chan/Kanatas (1985), S. 85 und De Meza/Southey (1996), S. 377.

⁵⁰⁶ Vgl. zu einer überoptimistischen Sichtweise von Unternehmern auch Arabsheibani et al. (2000), S. 35 ff. oder De Meza (2002), S. F25 f.

⁵⁰⁷ Eine Abschwächung dieses Effektes ergibt sich allerdings, wenn der Kreditgeber auch die Sicherungskraft der Sicherheit pessimistischer einschätzt als der Kreditnehmer. Vgl. Bigus (2003), S. 136 ff.

⁵⁰⁸ Vgl. Langer/Waller (2003), S. 2 ff.

⁵⁰⁹ Siehe hierzu Kahneman/Tversky (1979).

⁵¹⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 153.

⁵¹¹ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899.

angenommenen Signalling-Funktion von Sicherheiten stellen eher gute Schuldner mehr Sicherheiten, im Falle des Moral Hazard als einem Ex-Post-Problem und einer angenommenen Anreizfunktion stellen eher schlechte Kreditnehmer mehr Sicherheiten.⁵¹² Anhand von Tab. A-8 wird verdeutlicht, dass die Modellergebnisse in der bestehenden Literatur dementsprechend zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen.⁵¹³ Die fehlende Eindeutigkeit eines Zusammenhangs wird evident, wenn der gleiche Autor beide Zusammenhänge modelliert. BESTER zeigt in seinen Modellen, dass sowohl ein positiver als auch ein negativer Zusammenhang zwischen Firmenrisiko und Höhe der Sicherheiten, je nach Berücksichtigung der Form der Verhaltensunsicherheit, abgebildet werden kann.⁵¹⁴

Modell	Sicherheitenstellung
Besanko/Thakor (1987a)	Gute Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Besanko/Thakor (1987b)	Gute Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Bester (1985)	Gute Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Bester (1987)	Schlechte Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Black/De Meza (1992)	Schlechte Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Boot/Thakor (1994)	Schlechte Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Boot/Thakor/Udell (1995)	Schlechte Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Chan/Kanatas (1987)	Gute Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten
Swary/Udell (1988)	Schlechte Kreditnehmer stellen mehr Sicherheiten

Tab. A-8: Zusammenhang von Bonität und Sicherheiten im Rahmen der Bankbeziehung

Offen bleibt die Frage, wie sich die Bank bei einem kombinierten Problem von adverser Selektion und Moral Hazard hinsichtlich der Sicherheitenstellung verhält. Aufgrund der Tatsache, dass die Inside-Bank im Laufe der Bankbeziehung Informationen generiert und Informationsasymmetrien abgebaut werden, kann die Bank die Bonität des Kreditnehmers zunehmend präziser einstufen und der Bedarf an Signalling-Instrumenten wird reduziert. Das initiale Adverse Selection-Problem wird zu einem Moral Hazard-Problem. Möglicherweise stellen gute Kreditnehmer anfänglich mehr Sicherheiten, um die Qualität zu signalisieren und aufgrund der Self-Selection-Mechanismen von günstigen Zinsen zu profitieren. Im weiteren Verlauf der Beziehung wird ihre Qualität durch die Projekterfolge transparent und die Sicherheiten übernehmen die Anreizfunktion, so dass die Höhe der geforderten Sicherheiten sinkt. Schlechte Kreditnehmer hingegen stellen anfänglich wenige Sicherheiten und nehmen die höheren

⁵¹² Vgl. Bigus/Langer/Schiereck (2005), S. 19. Liegt eine Mischung beider Probleme vor, so sind die zu treffenden Aussagen weniger eindeutig. Dies dürfte aber gerade in vielen Praxisfällen häufiger zutreffen.

⁵¹³ Wie auch bei der Darstellung der Modelle zum Zinssatz, erfolgt keine vollständige Darstellung aller Sicherheiten-Modelle, sondern lediglich der Modelle, die eine explizite Aussage zur Höhe der Sicherheiten in Abhängigkeit von der Bonität tätigen.

⁵¹⁴ Vgl. Bester (1994), S. 72 ff. und Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 147.

Zinsen in Kauf. Im weiteren Verlauf der Beziehung erkennen die Banken die Qualität und fordern hohe Sicherheiten um egoistisches Verhalten seitens des Kreditgebers zu verhindern.

Diese Ansätze unterstellen allerdings, dass entweder die Bank dem Kreditnehmer alternative Zins-Sicherheiten-Kombinationen zur Auswahl stellt oder der Kreditnehmer um die Signalling-Funktion weiß und von sich aus mehr Sicherheiten stellt. In dieser Reinform erscheint dies nicht praxisnah. Denkbar wäre es jedoch in der Form, dass die beiden Parteien im Rahmen der anfänglichen Kreditverhandlung die verschiedenen Möglichkeiten prüfen und die Bank bspw. zu Eingeständnissen bei dem Zinssatz bereit ist, wenn der Kunde mehr Sicherheiten stellt.

Auch in Bezug auf die Moral Hazard-Funktion ist zu berücksichtigen, dass bei einer gegebenen Bonität Zinsen und Sicherheiten nicht losgelöst voneinander festgelegt werden. So resultieren aus den Eigenkapitalanforderungen gemäß Basel II und den MaRisk Konsequenzen für Zinsen und Sicherheiten. Allerdings bleibt stets ein Ermessensspielraum bei dem Firmenkundenbetreuer bzw. der Marktfolge bestehen. Die Bank ist somit durchaus in der Lage, bei einem Kunden mehr Sicherheiten zu verlangen als dies durch ein mathematisches Kalkül unter Berücksichtigung der verschiedenen Bestandteile des Zinssatzes, d.h. insbesondere der Deckung der Eigenkapital- und Standardrisikokosten als unternehmensabhängige Komponenten, notwendig wäre.

4.3.1.4 Modelle zur Kreditverfügbarkeit

4.3.1.4.1 Beschreibung der Modelle zur Kreditverfügbarkeit

Als weitere wesentliche Komponente im Rahmen der Kreditbeziehung soll die Kreditverfügbarkeit („credit availability“) untersucht werden. Die meisten theoretischen Ansätze, die sich mit der Analyse der Vorteilhaftigkeit von Hausbankbeziehungen beschäftigen, tätigen auch Aussagen hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit der Unternehmen.

STIGLITZ/WEISS verstehen unter Kreditrationierung die pauschale Ablehnung einiger Kreditanträge, obwohl es darunter auch potenzielle Kreditnehmer guter Qualität gibt, und obwohl diese bereit wären, höhere Zinsen zu zahlen und alle sonstigen Forderungen der Kreditgeber zu erfüllen.⁵¹⁵ Der Begriff der Kreditrationierung kann vielfältig verwendet werden. Es ist denkbar, dass Kreditgeber nur begrenzte Refinanzierungsmöglichkeiten besitzen und deshalb ab einem bestimmten Kreditvolumen jeden weiteren Kreditantrag ungeachtet der festgestellten Qualität des Kreditnehmers ablehnen müssen. Ferner kann Kreditrationierung auch derart interpretiert werden, dass Kreditgeber potenzielle Kreditnehmer mit bestimmten negativen Qualitätsmerkmalen ablehnen.⁵¹⁶

⁵¹⁵ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393. Eine ausführliche Modelldarstellung findet sich bei Stiglitz/Weiss. Vgl. ausführlich Stiglitz/Weiss (1981), S. 404 ff. Vgl. für eine Modellzusammenfassung auch Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 139.

⁵¹⁶ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 139.

STIGLITZ/WEISS erklären, dass Marktfraktionen, wie bspw. Informationsasymmetrien und Agency-Kosten, dazu beitragen, dass Kapital nicht immer dem Unternehmen mit den besten Investitionsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt wird und somit die Kreditverfügbarkeit für diese Unternehmen eingeschränkt wird.⁵¹⁷ Die zentrale Annahme des Modells von STIGLITZ/WEISS ist hierbei, dass die Kreditgeber die Qualität der potenziellen Kreditnehmer nicht erkennen und das Verhalten der existierenden Kreditnehmer nicht überwachen können.⁵¹⁸ Sie zeigen, dass der Zinssatz für eine ex ante äquivalente Gruppe von Kreditnehmern nicht nur die Kapitalnachfrage, sondern auch das Kreditnehmerrisiko des neuen Kreditportfolios bestimmt.⁵¹⁹ Aufgrund der Informationsasymmetrie zieht ein höherer Zinssatz entweder risikoreichere Kreditnehmer (Adverse Selection-Effekt) an oder beeinflusst Kreditnehmer dahingehend, riskantere Investitionen durchzuführen (Moral Hazard-Effekt).⁵²⁰ Je riskanter die finanzierten Projekte sind, desto geringer ist der erwartete Ertrag der Bank aus dem Kreditgeschäft.⁵²¹ Dieser negative Effekt auf den Ertrag des Kreditgebers kann den positiven Effekt der Zinserhöhung überwiegen. Wenn ein Zinsanstieg somit zu einem höheren durchschnittlichen Kreditnehmerrisiko führt, dann sollten Kreditgeber das Kreditvolumen reduzieren anstatt den Kreditzins zu erhöhen, um den Markt zu räumen.⁵²² Das Modell von STIGLITZ/WEISS zeigt weiterhin, dass ein optimaler Zins für die Kreditgeber existieren kann, ab dem sich eine Zinserhöhung aufgrund von adverser Selektion oder Moral Hazard nicht mehr lohnt. Sobald dieser Zins erreicht ist, wird bzw. sollte ein Kreditgeber in dem betrachteten Modell keine Kredite mehr vergeben, obwohl es noch Kreditnehmer gibt, die bereit wären, höhere Zinsen zu zahlen, d.h. Kredite werden rationiert.⁵²³

PETERSEN/RAJAN zeigen theoretisch, dass eine weitere Möglichkeit, das Problem zu lösen bzw. das Phänomen der Kreditrationierung zu umgehen, darin besteht, im Zeitablauf über die Kreditnehmerqualität zu lernen.⁵²⁴ In diesem Modell existieren annahmegemäß keine Sicherheiten, so dass aus der Sicherheitenstellung keine Rückschlüsse gezogen werden können. In Kapitel A.4.3.1.2 wurde das Modell hinsichtlich der Entwicklung der Zinsen im Zeitablauf der Beziehung betrachtet. Das Modell von PETERSEN/RAJAN kann auch in der Form interpretiert werden, dass sich bei einem geringen Wettbewerb die Kreditverfügbarkeit für intransparente Unternehmen generell erhöht, weil die Bank die Möglichkeit zur intertemporalen Ertragsverschiebung hat.⁵²⁵ Die Bank kann die Zinsen derart setzen, dass es in der ersten Periode nicht zu adverser Selektion und in Konsequenz zu Kreditrationierung kommt. In der zweiten Periode

⁵¹⁷ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393.

⁵¹⁸ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 140.

⁵¹⁹ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393.

⁵²⁰ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393.

⁵²¹ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 401.

⁵²² Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393.

⁵²³ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 401 f.

⁵²⁴ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 411. Eine Darstellung des Modells erfolgte in Kapitel A.4.3.1.2.1.

⁵²⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 411. Hinsichtlich der Interpretation in Bezug auf die Kreditverfügbarkeit vgl. Segbers (2007), S. 153.

kann sie dann höhere Zinsen als die risikoadäquaten Zinsen, aber niedrigere als die Mischzinsen aus der ersten Periode fordern, so dass die Kreditverfügbarkeit nicht eingeschränkt wird. Wenn die Bank allerdings nicht in der Lage ist, die Verluste aus der ersten Periode durch Gewinne in der zweiten Periode zu kompensieren, wird es auch in diesem Modell zu Kreditrationierung kommen.

Die Modelle von BESTER sowie von BESANKO/THAKOR lösen das Problem, indem sie Kreditsicherheiten als Selektionskriterium oder Sorting-Device einfügen, um die Kreditnehmerqualität zu identifizieren.⁵²⁶ Wie zuvor im Kontext mit den Sicherheitenmodellen erwähnt, tritt gemäß BESTER das Phänomen der Kreditrationierung aufgrund von adverser Selektion nicht mehr auf, wenn Sicherheiten als Signalling-Mechanismen eingesetzt werden, denn die Kreditnehmer zahlen Kreditzinsen und stellen Sicherheiten, die ihrer Qualität entsprechen.⁵²⁷ In dem Modell von BESTER führt Sicherheitenstellung dazu, dass Kreditrationierungsprobleme verhindert oder beseitigt werden können.⁵²⁸

BOOT betrachtet die Kreditverfügbarkeit im Kontext mit dem Hold Up-Problem und der Anzahl der Bankverbindungen. Je größer der Wert der Informationsbeschaffung für die einzelne Bank, je niedriger der Wettbewerb ist und je größer die Macht aus dem Informationsmonopol, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit.⁵²⁹ Ein geringer Wettbewerb unter den Banken verbessert auf der einen Seite die Kreditverfügbarkeit, ermöglicht auf der anderen Seite das Entstehen des Hold Up-Problems.⁵³⁰ Auch in dem Modell von FISCHER wird gezeigt, dass Kreditrationierung durch eine Ex-Post-Monopolmacht aufgrund eines Informationsvorsprungs der Hausbank überwunden werden kann.⁵³¹

4.3.1.4.2 Fazit zu den Modellen zur Kreditverfügbarkeit

Im Hinblick auf die Kreditverfügbarkeit gibt es sowohl Modelle, die den Zusammenhang zur Sicherheitenstellung herstellen, als auch Modelle, die den Zusammenhang zur Monopolmacht der Bank abbilden. Es lässt sich resümieren, dass die Modelle zu übereinstimmenden Erkenntnissen kommen (vgl. Tab. A-9). Bei den Modellen von BESANKO/THAKOR und BESTER wird ein Zusammenhang zwischen Kreditverfügbarkeit und der Sicherheitenstellung untersucht. Beide kommen zu dem Ergebnis, dass die Kreditverfügbarkeit mit zunehmender Sicherheitenstellung steigt, da Sicherheiten als Sorting-Device verwendet werden, d.h. die in Kapitel A.4.3.1.3.1. beschriebene Sortierungsfunktion erfüllen. Ferner können die Zinsmodelle in der Regel auch als Modelle zur Kreditverfügbarkeit interpretiert werden.⁵³² Bei diesen Modellen wird ein Zusam-

⁵²⁶ Vgl. Bester (1985), S. 854 und Besanko/Thakor (1987a), S. 671ff. Eine Modellinterpretation findet sich bei Machauer/Weber (1998), S. 1360.

⁵²⁷ Vgl. Bester (1985), S. 854.

⁵²⁸ Vgl. Bester (1985), S. 854.

⁵²⁹ Vgl. Boot (2000), S. 17.

⁵³⁰ Vgl. Boot (2000), S. 17.

⁵³¹ Vgl. Fischer (1990), S. 36 ff.

⁵³² Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.3.1.2.2.

menhang zur Monopolmacht der Bank hergestellt, da nur bei gegebener Monopolmacht ein intertemporaler Konditionenausgleich möglich ist. Wenn ein intertemporaler Konditionenausgleich der Bank umsetzbar ist, kann Kreditrationierung verhindert werden. Die Ursachen der Monopolmacht sind vielfältiger Natur. Neben dem Informationsvorsprung und der Ermangelung an Alternativen wäre es auch denkbar, dass der Kunde schlichtweg eine enge Bindung zur Bank hat.⁵³³

Modelle	Kreditverfügbarkeit
Besanko/Thakor (1987a)	Steigt mit zunehmender Sicherheitenstellung
Bester (1985)	Steigt mit zunehmender Sicherheitenstellung
Boot (1990)	Steigt mit zunehmender Monopolmacht
Fischer (1990)	Steigt mit zunehmender Monopolmacht
Petersen/Rajan (1995)	Steigt mit zunehmender Monopolmacht

Tab. A-9: Kreditverfügbarkeit im Rahmen der Bankbeziehung

4.3.2 Überblick über den Stand der empirischen Forschung im Bereich des Relationship Banking

4.3.2.1 Allgemeiner Überblick über den Stand der empirischen Forschung und Darstellung der zentralen verwendeten Variablen

Die bisher beschriebenen theoretischen Modelle dienen als Grundlage für den Großteil der empirischen Untersuchungen im Bereich des Relationship Banking. Bei den empirischen Untersuchungen bezüglich des Wertes von Bankbeziehungen lassen sich zwei Forschungsstränge unterscheiden.⁵³⁴ Zum einen gibt es Untersuchungen, die sich mit der Frage beschäftigen, inwiefern Banken wertvolle Informationen über die Kreditnehmer produzieren (Studies of „Bank uniqueness“).⁵³⁵ JAMES hat im Rahmen einer der ersten Event-Studie zu diesem Thema belegen können, dass die Verkündung des Abschlusses eines Bankkredites eine positive abnormale Aktienrendite am amerikanischen Aktienmarkt zur Folge hatte.⁵³⁶ Auch die anderen Studien haben unter anderem gezeigt, dass bereits die bloße Existenz von Bank-Unternehmens-Beziehungen zu einer Steigerung des Firmenwertes führt und die Ankündigung der Erneuerung oder Prolongation von bestehenden Kreditlinien häufig größere abnormale Markttrenditen erzielt als die Ankündigung von neu herausgegebenen Kreditlinien.⁵³⁷ Durch den Vergleich der Marktreaktion auf die Ankündigung bei bestehenden versus neuen Kun-

⁵³³ Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel A.4.3.1.2.1.

⁵³⁴ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 352.

⁵³⁵ Vgl. James (1987), S. 217 ff., Lummer/McConnell (1989), S. 99 ff., James/Wier (1990), S. 149 ff., Wansley/Elayan/ Collins (1992), S. 2 ff., Shockley/Thakor (1997), S. 517 ff., Kwan (1994), S. 2 ff., Billet/Flannery/Garfinkel (1995), S. 699 ff.

⁵³⁶ Vgl. James (1987), S. 217 ff.

⁵³⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 352.

denbeziehungen wird indirekt bewiesen, dass die Stärke der Bank-Unternehmens-Beziehung einen Einfluss auf die Wertsteigerung hat.⁵³⁸

Der zweite Forschungsstrang im Bereich des Relationship Lending liefert direkte Untersuchungen über die Auswirkungen der Stärke einer Bankbeziehung in Bezug auf den Zinssatz, die Sicherheitenstellung oder die Kreditverfügbarkeit.⁵³⁹ Im Fokus dieser Studien stehen in der Regel kleine, nicht-börsennotierte Unternehmen, für welche die Bankbeziehung von hoher Relevanz ist.⁵⁴⁰ Grundlage für die folgenden Ausführungen ist im Wesentlichen dieser zweite Forschungsstrang. Innerhalb dieses zweiten Forschungsstranges kann differenziert werden nach den „traditionellen“ Ansätzen sowie nach erweiterten Ansätzen. Letztere berücksichtigen neben den klassischen Variablen, welche u.a. aus den zuvor beschriebenen Modellen abgeleitet wurden, auch erste verhaltenswissenschaftliche Elemente. Da die Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Elemente für diese Arbeit von zentraler Bedeutung ist, erfolgt eine separate Darstellung dieser erweiterten Ansätze in den Kapiteln A.4.3.2.5.2 bis A.4.3.2.5.4. Aufgrund der Heterogenität der Ergebnisse in den verschiedenen Studien liegt der Fokus nicht allein auf der Darstellung derselbigen, sondern auf den verschiedenen Operationalisierungsansätzen sowie den gelieferten Interpretationen. Diese Erkenntnisse bilden eine wesentliche Grundlage für die vorzunehmende Operationalisierung in der vorliegenden Studie.

Im Rahmen der bestehenden empirischen Untersuchungen wird die Stärke der Bankbeziehung insbesondere anhand von zwei Dimensionen gemessen; zum einen an der „Zeitdauer“ und zum anderen an dem „Scope“.⁵⁴¹ Die Bedeutung der Beziehung hängt annahmegemäß von der Länge oder der Dauer der Interaktion zwischen dem Kunden und der Bank ab.⁵⁴² RAJAN erläutert, dass „relationships may evolve in situations where explicit contracts are inadequate, but a long term interaction between parties is mutually beneficial.“⁵⁴³ Die Fähigkeit für eine bestehende Bank, eine Beziehung aufrecht zu erhalten, hängt vom Preis und von der Qualität der angebotenen Dienstleistungen ab sowie der Qualität des Kunden und dem Wettbewerbsumfeld, in dem die Bank agiert.⁵⁴⁴ Auf der einen Seite kann es sein, dass eine Bank zwecks Attrahierung von Kunden Zinssätze unterhalb der Kostenschwelle anbietet, in der Hoffnung, vom gleichen Kunden später höhere Zinsen einfordern zu können. Auf der anderen Seite ist ein Unternehmen ggf. bereit, anfänglich höhere Zinssätze zu zahlen, wenn eine langfristige Beziehung auf Dauer niedrige Zinsen verspricht. Daraus ergibt sich die Integration der Dauer der Beziehung in die Untersuchung. Die Bank könnte aber auch niedrige Zinssätze verlangen, in der Annahme die Verluste dadurch auszugleichen, dass die Kunden andere Bankdienstleistungen in Anspruch nehmen. Damit wird die Bedeutung

⁵³⁸ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 352.

⁵³⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 3 ff., Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff., Berger/Udell (1995), S. 351 ff., Degryse/Van Cayseele (2000), S. 90 ff.

⁵⁴⁰ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 353.

⁵⁴¹ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 224.

⁵⁴² Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 224.

⁵⁴³ Rajan (1996), S. 118.

⁵⁴⁴ Vgl. hier und im Folgenden Ongena/Smith (2000a), S. 235.

der zweiten Dimension, dem „Scope“ erklärt, worunter die Breite der Dienstleistungen zu subsumieren ist, die der Kunde bei der Bank in Anspruch nimmt. Ferner entsteht durch eine umfangreiche Nutzung der Bankprodukte für die Bank eine größere Möglichkeit zur Informationsproduktion.

Darüber hinaus wird die Bankbeziehung durch eine Vielzahl von externen Faktoren beeinflusst, wie z.B. dem Wettbewerbsumfeld der Banken, dem Entwicklungsstand des Anleihenmarktes, der Art der Regulierung, denen der Investor gegenübersteht, sowie dem Grad der technologischen Entwicklung.⁵⁴⁵ Die wichtigsten Parameter sollen im Folgenden kurz erläutert werden, um anschließend deren Einfluss in den empirischen Studien bezüglich des Kreditzinses, der Sicherheiten und der Kreditverfügbarkeit darzustellen.

Dauer der Bankbeziehung

Mit steigender Dauer der Bankbeziehung hat die Bank die Möglichkeit, den Kreditnehmer zu beobachten und private Informationen über den Kunden zu generieren. Je länger das Unternehmen bereits in der Vergangenheit Kredite bedient hat, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass das Unternehmen überlebensfähig und der Unternehmer vertrauenswürdig ist.⁵⁴⁶ Die Dauer der Bankbeziehung wird somit als Indikator für die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens verwendet. Ausgehend von den Erfahrungen mit dem Unternehmen in der Vergangenheit, erwartet der Kreditgeber, dass die Kredite nun weniger risikobehaftet sind. Dies sollte die Kreditkosten reduzieren und die Kreditverfügbarkeit erhöhen.⁵⁴⁷ Die Dauer der Bankbeziehung dient ferner als Proxy für den zunehmenden Informationsstand mit zunehmender Zeit und somit für die Präzision, mit der die Bank die Qualität des Kreditnehmers beurteilen kann,⁵⁴⁸ und als Proxy für die Möglichkeit, dass das Unternehmen dem Lock-In-Effekt unterliegt und die Bank nicht wechseln kann.⁵⁴⁹

Alter des Unternehmens

Wenn hinreichende Informationen generiert werden, indem die Interaktion des Kreditnehmers mit anderen Unternehmen oder Personen, wie Angestellten oder anderen Kreditnehmern beobachtet werden, dann ist anstelle der Dauer der Beziehung das Alter des Unternehmens die entscheidende Variable.⁵⁵⁰ Das Alter des Unternehmens

⁵⁴⁵ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 225.

⁵⁴⁶ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 5.

⁵⁴⁷ Zur Berücksichtigung der Dauer der Bankbeziehung in bestehenden Studien vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 27, Petersen/Rajan (1995), S. 428, Harhoff/Körting (1998), S. 1346 f., Uzzi/Gillespie (2002), S. 607 f., Machauer (1999), S. 189, Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944 f., Cole (1998), S. 974 f., Uzzi (1999), S. 497, Cole/Goldberg/White (2001), S. 44 f., Lehmann/Neuberger (2001), S. 352, Petersen/Rajan (2002), S. 2564 oder Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

⁵⁴⁸ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 10.

⁵⁴⁹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 97.

⁵⁵⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

spiegelt den Umfang der im Markt verfügbaren Informationen wider,⁵⁵¹ wohingegen die Dauer der Beziehung als Indikator für den Umfang der privaten Informationen dient, die dem potenziellen Kreditgeber zur Verfügung stehen.⁵⁵² Dadurch wird der Unterschied hervorgehoben, welche Informationen als Ergebnis der Reputation und welche Informationen als Ergebnis des Monitoring-Prozesses generiert werden.⁵⁵³ Das Alter der Firmen sollte somit beeinflussen, ob Unternehmen einen Kredit erhalten. Denn Unternehmen, die bereits seit mehreren Jahren im Geschäft sind, haben gezeigt, dass sie in der Lage sind, die Start-Up-Periode zu überleben, und haben Reputations-Effekte generiert.⁵⁵⁴

Scope

Die Stärke einer Bankbeziehung kann darüber hinaus durch den Scope gemessen werden, wobei selbiger definiert wird als die Breite der Dienstleistungen, die durch die Bank angeboten und vom Kunden genutzt werden.⁵⁵⁵ Im US-amerikanischen Trennbankensystem können die Dienstleistungen einer Bank neben der Kreditvergabe ebenso Einlagen, Zahlungsverkehrsabwicklung, Cash Management-Dienstleistungen und Währungsgeschäfte umfassen. In Ländern mit Universalbanksystemen sowie durch Holding-Unternehmen auch in den USA kann eine Bank darüber hinaus auch Investment Banking, Brokerage, Versicherungen und sonstige Finanzdienstleistungen anbieten.⁵⁵⁶ Der Einsatz dieser Produkte gibt einer Bank die Möglichkeit, zusätzliche Informationen über das Unternehmen zu sammeln, z.B. über die Fähigkeit, Tilgungen pünktlich zu zahlen.⁵⁵⁷ So können aus dem Zahlungsverkehrskonto Informationen über die Unternehmensumsätze oder aus einem Factoring-Geschäft Informationen über die ausstehenden Forderungen generiert werden.⁵⁵⁸ Ein einfacher Zugang zu Informationen über Zahlungsverkehrskonten gibt der Bank einen einzigartigen Vorteil bei der Kreditüberwachung.⁵⁵⁹ Die Bank, die den Großteil der Zahlungsverkehrsleistungen durchführt, kann daraus ein adäquates und verlässliches Bild von den operativen und finanziellen Aktivitäten des Unternehmens erstellen, worauf sie dann bei aktuellen und zukünftigen Kreditentscheidungen zurückgreifen kann.⁵⁶⁰ Ferner wird erst durch die

⁵⁵¹ Zur Berücksichtigung des Alters des Unternehmens in bestehenden Studien vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 27, Petersen/Rajan (1995), S. 428, Fischer (2000), S. 41, Harhoff/Körting (1998), S. 1346 f., Uzzi/Gillespie (2002), S. 607 f., Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944 f., Cole (1998), S. 974 f., Uzzi (1999), S. 497, Cole/Goldberg/White (2001), S. 44 f., Lehmann/Neuberger (2001), S. 352, Petersen/Rajan (2002), S. 2564 oder Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

⁵⁵² Vgl. Berger/Udell (1995), S. 963. Der Unterschied zwischen „Alter des Unternehmens“ und „Dauer der Bankbeziehung“ korrespondiert somit mit der Unterscheidung zwischen Reputation und Monitoring bei Diamond. Vgl. Diamond (1991), S. 689 ff.

⁵⁵³ Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁵⁵⁴ Vgl. Diamond (1991), S. 689 ff. oder Cole (1998), S. 963.

⁵⁵⁵ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239.

⁵⁵⁶ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239.

⁵⁵⁷ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239.

⁵⁵⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

⁵⁵⁹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 92.

⁵⁶⁰ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239.

Nutzung verschiedener Produkte die Grundlage geschaffen, Preise über die verschiedenen Produkte zu kalkulieren (Quersubventionierung). Daraus lassen sich zwei zentrale Größen für die empirischen Studien ableiten: Anteil am Zahlungsverkehr des Kunden und Anteil an der gesamten Bankfinanzierung des Kunden. Beide Größen dienen als Indikator für den Umfang der privaten Informationen, welche die Bank generiert.

Während der Aspekt der besseren Informationsqualität und -breite sowohl zu niedrigeren Zinsen als auch zu einer besseren Kreditverfügbarkeit führen kann, wirkt die Möglichkeit der Quersubventionierung in aller Regel nur zinsreduzierend.⁵⁶¹ Bei der Quersubventionierung ist es allerdings auch denkbar, dass die Kreditzinsen steigen bzw. unverändert bleiben und andere Produkte günstigere Konditionen erhalten. In den meisten Studien wird aber von einem zinsreduzierenden Effekt ausgegangen. Ein breiter Scope sollte somit zu niedrigeren Zinsen und zu einer besseren Kreditverfügbarkeit führen.⁵⁶²

Anzahl der Bankverbindungen

Unternehmen konzentrieren ggf. ihre Kredite bei einem Kreditgeber, um die gesamten Monitoring-Kosten zu reduzieren, die Kontrolle des Kreditgebers zu verbessern und die Beziehung zu festigen.⁵⁶³ Daraus können sich Effekte in Bezug auf den Zinssatz ergeben. Angesichts der Hold Up-Kosten ist die Beziehung zu einer einzigen Bank häufig nicht optimal.⁵⁶⁴ Ein Unternehmen kann durch Wettbewerb zwischen den Banken erreichen, dass die bestehende Bank keine Monopolrenten extrahiert. Der Wettbewerb kann aber auch dazu führen, dass die Renten soweit reduziert werden, dass es sich für keine Bank mehr lohnt, einen Kredit zu vergeben. PETERSEN/RAJAN haben in ihrem Modell den Zusammenhang zwischen der Kreditaufnahmemöglichkeit eines Unternehmens und der Marktmacht der Bank abgebildet.⁵⁶⁵ Der Grad der Abhängigkeit eines Unternehmens von seinem potenziellen Kreditgeber als Quelle von Finanzdienstleistungen sollte beeinflussen, inwiefern das Unternehmen einen Kredit erhält.⁵⁶⁶ Die Anzahl der Bankverbindungen wirkt sich somit nicht nur auf die Höhe der Kreditzinsen, sondern auch auf die Kreditverfügbarkeit aus.⁵⁶⁷

⁵⁶¹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

⁵⁶² Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 92. Zur Berücksichtigung des Scopes in bestehenden Studien vgl. auch Petersen/Rajan (1994), S. 27, Uzzi/Gillespie (2002), S. 607 f., Cole (1998), S. 971 ff., Uzzi (1999), S. 497, Cole/Goldberg/White (2001), S. 44 f.

⁵⁶³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16.

⁵⁶⁴ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 246 f.

⁵⁶⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16.

⁵⁶⁶ Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁵⁶⁷ Zur Analyse der Auswirkungen der Anzahl der Bankverbindlichkeiten auf die Kreditverfügbarkeit vgl. auch Petersen/Rajan (1995), S. 428, Harhoff/Körting (1998), S. 1346 f., Uzzi/Gillespie (2002), S. 607 f., Machauer (1999), S. 189, Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944 f., Cole (1998), S. 971 ff., Uzzi (1999), S. 497, Cole/Goldberg/White (2001), S. 44 f., Petersen/Rajan (2002), S. 2564 oder Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

Marktkonzentration

Mit Hilfe der Variablen „Marktkonzentration“ wird untersucht, inwiefern eine Bank den Bankenmarkt in einer bestimmten Region dominiert.⁵⁶⁸ Dieser Parameter ist eng mit der Anzahl der Bankverbindungen einer einzelnen Firma verbunden, denn je größer die Konzentration auf Marktniveau ist, desto weniger Alternativen bestehen für das Unternehmen. Der Umkehrschluss, dass eine geringe Marktkonzentration zu einer größeren Anzahl an Bankverbindungen je Unternehmen führt, ist allerdings nicht zulässig. Inwiefern eine Bank die Kosteneinsparungen aufgrund verbesserter Informationen an die Kunden weitergibt, hängt vom Wettbewerb im relevanten Kreditmarkt ab.⁵⁶⁹ Der Wettbewerb wird zum einen von der Anzahl der potenziellen Kreditgeber und zum anderen vom Informationsstand derselben beeinflusst.⁵⁷⁰ Wenn die generierten Informationen durch potenzielle neue Kreditgeber verifiziert werden können, dann stehen sie auf gleicher Stufe und unmittelbar im Wettbewerb mit dem aktuellen Kreditgeber. Wenn die Informationen nicht beobachtet werden können, dann hat der aktuelle Kreditgeber ein Informationsmonopol über das Unternehmen. Die Informationsasymmetrien bestehen sowohl zwischen den Banken untereinander als auch zwischen den Banken und dem Kunden. Während die Informationsasymmetrie zwischen Kunde und Inside-Bank primär Ausdruck für das Risiko der Inside-Bank ist und sich somit bspw. in einem Risikoaufschlag der Bank widerspiegelt, so wirkt die Informationsasymmetrie zwischen Inside- und Outside-Bank u.a. auf die Macht der Inside-Bank hinsichtlich der Konditionengestaltung.⁵⁷¹

Sicherheitenstellung

Bei asymmetrischer Informationsverteilung besteht die Rolle von Sicherheiten in einem Kreditvertrag in der Signalling-Funktion zur Beseitigung von Adverse Selection-Problemen und in der Anreizwirkung zur Beseitigung von Moral Hazard-Problemen.⁵⁷² Die Variable Sicherheitenstellung fungiert in den Untersuchungen sowohl als abhängige Variable als auch als unabhängige Variable für die Untersuchung des Zinssatzes und der Kreditverfügbarkeit.

Finanzielle Charakteristika

In vielen Studien werden die finanziellen Charakteristika des Unternehmens herangezogen, um das beobachtbare Risiko des Unternehmens als Einflussgröße zu berücksichtigen.⁵⁷³ Es wird erwartet, dass risikoreichere Kreditnehmer höhere Zinsen zu zahlen haben und einen indefiniten Einfluss auf die Sicherheitenstellung haben. Der Einfluss ist indefinit, da je nach zugrunde liegender Modellannahme, gute Kreditnehmer mehr oder weniger Sicherheiten stellen als schlechte Kreditnehmer. Als Beispiele für

⁵⁶⁸ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 243.

⁵⁶⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

⁵⁷⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

⁵⁷¹ Vgl. hierzu auch Abb. A-5, S. 59.

⁵⁷² Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 7.

⁵⁷³ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 359.

die Berücksichtigung des Risikos sind hier zu nennen: Verschuldungsgrad, Liquidität 3. Grades, Forderungsumschlagshäufigkeit, Vorratsumschlagshäufigkeit, Kreditorenumschlag, Bilanzsumme⁵⁷⁴, Zinsdeckung⁵⁷⁵, Eigenkapitalquote.⁵⁷⁶ COLE verwendet darüber hinaus Messgrößen zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit, z.B. Überziehungen des Unternehmens und Überziehungen des Haupteigentümers.⁵⁷⁷

Zudem findet man in den meisten Studien Variablen zur Rechtsform und zu den Eigentümerstrukturen, da erwartet wird, dass sich hier Unterschiede ergeben hinsichtlich der Fähigkeit des Kreditnehmers, das Risiko auf die Bank zu verlagern, und hinsichtlich des Umfangs an Informationen, die der Bank vorliegen.⁵⁷⁸ Die unterschiedlichen Rechtsformen, d.h. insbesondere die Unterscheidung zwischen Kapital- und Personengesellschaft, beeinflussen den Grad der Haftung des Unternehmers und sollten sich aus diesem Grund unmittelbar auf die Sicherheitenstellung auswirken. Ferner beeinflusst die Rechtsform die Kapitalstruktur der Unternehmen und somit auch die Bonität des Unternehmens, sofern selbige ausschließlich auf Basis der Finanzkennzahlen des Unternehmens gemessen wird. Da bei Personengesellschaften eine Verlagerung von Vermögen aus dem Unternehmen in die Privatsphäre erfolgen kann, können hier Ungenauigkeiten bei isolierter Betrachtung des Unternehmens erfolgen. Abgesehen von einigen Ausnahmen gelten die Veröffentlichungspflichten gemäß HGB ausschließlich für Kapitalgesellschaften.⁵⁷⁹ Unter anderem aus diesem Grund ist der Umfang an öffentlich verfügbaren Informationen bei Kapitalgesellschaften größer. Schließlich resultieren möglicherweise indirekte Effekte daraus, dass Kapitalgesellschaften in aller Regel größer sind als Personengesellschaften und deshalb eine größere Verhandlungsmacht als Personengesellschaften haben.⁵⁸⁰ Diese Unterschiede sollten sich auf Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit auswirken.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass in den Studien sowohl marktbezogene (z.B. Marktkonzentration) als auch unternehmensbezogene (z.B. Alter des Unternehmens) und beziehungsbezogene (z.B. Dauer der Geschäftsbeziehung) Variablen eine Rolle in der Kreditbeziehung spielen. Im Folgenden sollen die Auswirkungen der zentralen, zuvor vorgestellten Variablen sowie einzelner weiterer Variablen in Bezug auf die abhängigen Variablen Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit konkret untersucht werden.

⁵⁷⁴ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 359.

⁵⁷⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12.

⁵⁷⁶ Vgl. Cole (1998), S. 964.

⁵⁷⁷ Vgl. Cole (1998), S. 964 sowie ebenda FN 6: "More specifically, survey respondents were asked the following two questions: (1) Within the past three years, on how many different personal obligations has the Prinzipal owner been 60 or more days delinquent? (2) Within the past three years, on how many different business obligations has the firm been 60 or more days delinquent?"

⁵⁷⁸ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 359.

⁵⁷⁹ Vgl. HGB (2004), § 325 ff. Zur Anwendung auf bestimmte offene Handelsgesellschaften und Kommanditgesellschaften vgl. HGB § 264a.

⁵⁸⁰ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1371.

4.3.2.2 Zinssatz

Der Zinssatz ist in den meisten Studien zum Relationship Banking zentraler Untersuchungsgegenstand. Hinsichtlich der Operationalisierung lassen sich hier zwei Ansätze unterscheiden. Während einige Studien auf den Zinssatz für Darlehen zurückgreifen, z.B. PETERSEN/RAJAN, DEGRYSE/VAN CAYSEELE und LEHMANN/NEUBERGER, verwenden andere Studien den Zinssatz für die Kreditlinie bzw. für Kontokorrentkredite, z.B. BERGER/UDELL, ANGELINI/DI SALVO/FERRI, HARHOFF/KÖRTING und ELSAS/KRAHNEN.⁵⁸¹

Dauer der Bankbeziehung

PETERSEN/RAJAN finden heraus, dass die berichtete Dauer der Bankbeziehung keinen signifikanten Einfluss auf den Zinssatz hat.⁵⁸² Sie verwenden den Zinssatz für das zuletzt gewährte Darlehen als abhängige Größe.⁵⁸³ Auch bei den deutschen Studien kommen HARHOFF/ KÖRTING sowie ELSAS/KRAHNEN zu dem Ergebnis, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und dem Zinssatz besteht.⁵⁸⁴ PETERSEN/RAJAN führen folgende Gründe für den fehlenden Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und dem Zinssatz an. Die Beziehung als solche ist nicht von Relevanz, da alle Informationen öffentlich oder zumindest nachweisbar sind. Wenn eine Outside-Bank das Kreditrisiko genauso gut beurteilen kann wie der Relationship Lender, d.h. dem Kreditgeber, der aktuell in einer Relationship Banking-Beziehung zum Kunden steht, dann hat die spezifische Beziehung keinen Wert.⁵⁸⁵ Ein zweiter Erklärungsansatz besteht darin, dass für kreditrationierte Unternehmen eine höhere Kreditverfügbarkeit von größerer Relevanz als niedrigere Zinsen sei. Schließlich ist es ebenso denkbar, dass der Kreditgeber durch die Marktkräfte nicht dazu gezwungen wird, die Vorteile durch günstigere Zinsen auf die Kunden zu übertragen.⁵⁸⁶

BERGER/UDELL, die den gleichen Datensatz wie PETERSEN/RAJAN verwenden, führen den fehlenden Zusammenhang zwischen der Dauer der Beziehung und dem Zinssatz bei der Untersuchung von PETERSEN/RAJAN darauf zurück, dass selbige den Darlehenszins anstelle des Zinssatzes für Kreditlinien verwendet haben.⁵⁸⁷ In ihrer Studie zeigen BERGER/UDELL, dass der Zinssatz im Zeitablauf der Beziehung bzw. mit zu-

⁵⁸¹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12 f., Petersen/Rajan (1995), S. 436, Degryse/Van Cayseele (1998), S. 12, Degryse/Van Cayseele (2000), S. 100, Lehmann/Neuberger (2001), S. 350, Berger/Udell (1995), S. 364, Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 937 f., Harhoff/Körting (1998b), S. 1342 und Elsas/Krahn (1998), S. 1302. Eine ausführliche Diskussion hinsichtlich einer geeigneten Operationalisierung erfolgt in Kapitel B.3.4.1.

⁵⁸² Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12.

⁵⁸³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12.

⁵⁸⁴ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1302.

⁵⁸⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 18.

⁵⁸⁶ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 18.

⁵⁸⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 353.

nehmender Dauer der Bankbeziehung sinkt.⁵⁸⁸ Ebenso finden BLACKWELL/WINTERS heraus, dass längere Bankbeziehungen zu geringeren Zinssätzen führen.⁵⁸⁹ Sie begründen dies damit, dass im Laufe der Bankbeziehung wichtige private Informationen generiert werden und trotz des Informationsvorsprungs gegenüber den Outside-Banken die Inside-Banken die Preise nicht setzen, als ob eine Monopolstellung bestehen würde.⁵⁹⁰ Durch die Fokussierung auf Kreditlinien werden gemäß BERGER/UDELL die Kredite aus der Analyse ausgeschlossen, die eher transaktions- statt beziehungsgetrieben sind, so dass eine Verwässerung der „Relationship Lending“-Ergebnisse vermieden wird.⁵⁹¹ So haben PETERSEN/RAJAN bspw. Hypothekendarlehen und Darlehen für Maschinen oder Fahrzeuge mit in die Untersuchung aufgenommen. Die Ergebnisse von BERGER/UDELL bestätigen somit die theoretischen Modelle von PETERSEN/RAJAN und von BOOT/THAKOR.⁵⁹² Der nicht nur statistisch, sondern auch ökonomisch signifikante Effekt der Beziehungsdauer auf den Zinssatz bestätigt die These, dass die privaten Informationen, die im Laufe der Beziehung generiert werden und nur dem spezifischen Kreditgeber aufgrund von Monitoring zur Verfügung stehen, eine wesentliche Rolle spielen.⁵⁹³ Erschwerend bei der empirischen Analyse des Einflusses einer bestehenden Bankbeziehung auf den Zins ist der Umstand, dass es sich um eine kombinierte Untersuchung der nachstehenden Sachverhalte handelt:⁵⁹⁴

- inwiefern kann der Kreditgeber wertvolle Informationen aus Kreditbeziehungen sammeln,
- inwiefern berücksichtigt selbiger die Informationen bei der Kreditbepreisung und
- inwiefern werden die Informationen bei der Zinssetzung für die beobachteten Kredite und nicht bei anderen Krediten des Kunden bei der Bank berücksichtigt.

Dies mag mit ein Grund sein, weshalb HARHOFF/KÖRTING, obwohl sie ebenso wie BERGER/UDELL den Zinssatz für die Kreditlinien verwenden, keinen Zusammenhang nachweisen können.⁵⁹⁵ Zwar handelt es sich bei dem Zinssatz für Kreditlinien in Deutschland typischerweise um einen festen Zinssatz, die Preiskonditionen können allerdings in relativ kurzen Zeiträumen (wie z.B. 3 Monaten) neu verhandelt werden.⁵⁹⁶

Für eine Studie im belgischen Markt finden DEGRYSE/VAN CAYSEELE sogar einen positiven Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und dem Zinssatz, hier dem Zinssatz für Darlehen, was darauf hindeutet, dass die untersuchte Bank in der

⁵⁸⁸ Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 353. Die Dauer der Bankbeziehung wird auf 30 Jahre limitiert, da sie davon ausgehen, dass nach 30 Jahren keine zusätzlichen Informationen generiert werden.

⁵⁸⁹ Vgl. Blackwell/Winters (1997), S. 283.

⁵⁹⁰ Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 353.

⁵⁹¹ Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 353.

⁵⁹² Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 353. Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.3.1.2.1 und A.4.3.1.2.2.

⁵⁹³ Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 367.

⁵⁹⁴ Vgl. Berger/ Udell (1995), S. 362.

⁵⁹⁵ Vgl. Harhoff/ Körting (1998a), S. 16.

⁵⁹⁶ Vgl. Harhoff/ Körting (1998a), S. 16.

Lage ist, Monopolrenten zu extrahieren, und diese Situation auch ausnutzt.⁵⁹⁷ Bezüglich des Kreditzinssatzes verwenden sie den Zinssatz bis zur nächsten Zinsanpassung. Für Kredite mit festem Zinssatz ist der nächste Zinsanpassungstermin das Kreditablaufdatum bzw. das Ende der Zinsbindung.⁵⁹⁸ Für den italienischen Markt finden ANGELINI/DI SALVO/FERRI zwar ebenfalls einen positiven, allerdings nicht signifikanten Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und dem Zinssatz.⁵⁹⁹ Ebenso wie BERGER/UDELL rekurren sie auf den Zinssatz für die Kreditlinie.⁶⁰⁰ Der positive Zusammenhang entspricht somit den Erkenntnissen aus dem theoretischen Modell von GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA.⁶⁰¹

Alter

PETERSEN/RAJAN stellen fest, dass das Unternehmensalter die wichtigste explanatorische Variable in Bezug auf Darlehenszinsen ist, wobei ältere Firmen günstigere Zinsen erhalten.⁶⁰² Somit ist der Umfang der öffentlich verfügbaren Informationen von zentraler Bedeutung. Ebenso zeigen DEGRYSE/VAN CAYSEELE für den belgischen Markt, dass der Zinssatz mit zunehmendem Unternehmensalter sinkt.⁶⁰³ Da der Koeffizient für die Dauer der Bankbeziehung größer ist als der Koeffizient für das Unternehmensalter, schlussfolgern sie, dass der Effekt der privaten Informationen, ausgedrückt in der Dauer der Bankbeziehung, den Aspekt der öffentlichen Informationen, ausgedrückt im Unternehmensalter, dominiert.⁶⁰⁴ Auch bei HARHOFF/KÖRTING und bei ANGELINI/DI SALVO/FERRI hat das Unternehmensalter einen negativen Effekt, jedoch ist selbiger bei Letzteren nicht signifikant.⁶⁰⁵

BERGER/UDELL haben den Zeitraum, seit dem sich das Unternehmen im Besitz des aktuellen Eigentümers befindet, untersucht und kommen zu dem Ergebnis, dass ein zinsreduzierender Einfluss besteht, wenngleich auch dieser Effekt statistisch nicht signifikant ist. Sie leiten daraus ab, dass die Reputation oder öffentlich zugängliche Informationen ebenfalls eine Rolle spielen und zu einer Zinsreduktion führen.⁶⁰⁶

⁵⁹⁷ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 99. Die Datenbasis von Degryse/Van Cayseele umfasst ca. 18.000 Datensätze von einer belgischen Bank. In den anderen zitierten Studien sind stets Datensätze von mehreren Banken enthalten.

⁵⁹⁸ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 95.

⁵⁹⁹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 941.

⁶⁰⁰ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁶⁰¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 941. Zur Darstellung des Modells von Greenbaum/Kanatas/Venezia vgl. Kapitel A.4.3.1.2.1. Interessant wäre der Vergleich der verschiedenen Studien, wenn die Konkurrenzsituation jeweils herausgerechnet werden könnte, um zu erkennen, inwiefern das unterschiedliche Zinssatzverhalten aus der Wettbewerbssituation resultiert.

⁶⁰² Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 14.

⁶⁰³ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 102.

⁶⁰⁴ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 102.

⁶⁰⁵ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 146 und Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 940.

⁶⁰⁶ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 367.

Scope

Für den belgischen Markt zeigen DEGRYSE/VAN CAYSEELE, dass die Inanspruchnahme von Dienstleistungen der Bank, die in einem hohen Maße informationsabhängig sind, die Zinskosten senkt.⁶⁰⁷ Diese Form der Stärke der Bankbeziehung wird bei ihnen allerdings allein dadurch gemessen, dass die Bank sich als Hauptbank des Unternehmens einstuft. Die Einstufung erfolgt in Abhängigkeit von einem absoluten Kontoumsatz sowie der Eigenschaft, dass der Kunde mindestens zwei Produkte von der Bank gekauft hat.⁶⁰⁸ Diese Einstufung ist allerdings insofern kritisch zu betrachten, als dass der Unterhalt von Darlehenskonten bei der Bank andere Informationen preis gibt als Zahlungsverkehrskonten, Versicherungen oder Vermögensanlageberatung.

Währenddessen können PETERSEN/RAJAN allerdings keinen Zusammenhang herstellen zwischen dem Umstand, dass ein Unternehmen Einlagen bei der Bank unterhält oder sonstige Bankdienstleistungen in Anspruch nimmt auf der einen und dem Zinssatz auf der anderen Seite.⁶⁰⁹ Auch BLACKWELL/WINTERS, ELSAS und SCOTT/DUNKELBERG können keinen Zusammenhang zwischen der Inanspruchnahme weiterer Dienstleistungen und dem Zinssatz herstellen.⁶¹⁰

Interessant für die vorliegende Studie ist ferner das Ergebnis von ANGELINI/DI SALVO/FERRI, dass Mitglieder von Genossenschaftsbanken günstigere Kredite erhalten als Nicht-Mitglieder.⁶¹¹ Zwar handelt es sich bei der Mitgliedschaft bzw. dem Erwerb der erforderlichen Genossenschaftsanteile um ein Produkt, hierbei ist aber weniger der Aspekt der Informationsgenerierung aus der Produktnutzung von Relevanz, sondern vielmehr die Geschäftspolitik der Bank, die hinsichtlich der Kunden nach Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern differenziert.

Anzahl der Bankverbindungen

PETERSEN/RAJAN weisen nach, dass Unternehmen mit mehreren Bankverbindungen höhere Zinsen zahlen müssen als Unternehmen mit nur einer Bankverbindung.⁶¹² Eine mögliche Interpretation besteht darin, dass Unternehmen schlechter Qualität beim ersten Kreditgeber keine weiteren Kredite mehr bekommen und deswegen andere Banken zwecks Kreditaufnahme kontaktieren müssen.⁶¹³ Zwar führt die höhere Anzahl von Bankverbindungen zu einer Reduktion der Hold Up-Gefahr. Aus einer größeren Anzahl an Bankverbindungen resultiert aber gleichzeitig die Gefahr, dass der Wert der Informationsbeschaffung für die einzelne Bank sinkt und der Wettbewerb ex post zu

⁶⁰⁷ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 102.

⁶⁰⁸ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 97.

⁶⁰⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16.

⁶¹⁰ Vgl. Blackwell/Winters (1997), S. 283, Elsas (2001), S. 264 und Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

⁶¹¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 940.

⁶¹² Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16.

⁶¹³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16.

groß wird, so dass keine Gewinne erzielt werden können, da die Möglichkeiten für den intertemporalen Konditionenausgleich aufgrund der Wechselgefahr beschränkt sind.⁶¹⁴

Hingegen finden ANGELINI/DI SALVO/FERRI heraus, dass Unternehmen mit mehreren Bankverbindungen niedrigere Zinsen zahlen müssen.⁶¹⁵ Das Ergebnis stützt die These, dass die Banken versuchen das Informationsmonopol auszunutzen und dass erst durch mehrere Bankverbindungen der Zinssatz auf ein kompetitives Niveau reduziert wird. Bei HARHOFF/KÖRTING hat die Anzahl der Bankverbindungen keinen Einfluss auf den Zinssatz.⁶¹⁶

Die konträren Effekte bei ANGELINI/DI SALVO/FERRI und PETERSEN/RAJAN lassen sich möglicherweise auf diverse Unterschiede in der Datenbasis zurückführen. Die Datenerhebung von ANGELINI/DI SALVO/FERRI hat sich ausschließlich auf Genossenschaftsbanken des privaten Sektors beschränkt.⁶¹⁷ Diese Genossenschaftsbanken haben sich auf die Kreditvergabe an kleine Unternehmen fokussiert. Datenbasis für die Studie von PETERSEN/RAJAN sind die Daten des National Survey of Small Business (NSSBF), welche umfangreiche Informationen über Kreditnehmer sowie Kreditverträge als auch über die Bankbeziehung enthält. Ein Bankenfokus liegt in dieser Studie nicht vor.⁶¹⁸ Gleichmaßen liegt auch bei HARHOFF/KÖRTING kein Bankenfokus vor. Ferner gibt es Unterschiede hinsichtlich der Größe der untersuchten Unternehmen. Die von ANGELINI/DI SALVO/FERRI untersuchten Unternehmen sind verglichen mit den Unternehmen in der Datenbasis von PETERSEN/RAJAN und HARHOFF/KÖRTING kleiner.⁶¹⁹ Inwiefern die Unternehmensgrößen einen Einfluss auf die Wirkungsrichtung hat, lässt sich nicht beurteilen. Weitere Ursachen für die abweichenden Ergebnisse könnten aus den unterschiedlichen Banksystemen in Italien und in den USA resultieren. Während in Kontinentaleuropa, insbesondere in Deutschland, Italien und Frankreich, das Universalbankprinzip dominiert, herrscht im angelsächsischen Raum primär das Trennbankensystem vor.⁶²⁰

⁶¹⁴ Vgl. Boot (2000), S. 17.

⁶¹⁵ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 941.

⁶¹⁶ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 17.

⁶¹⁷ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 927.

⁶¹⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 4.

⁶¹⁹ In der Datengrundlage von ANGELINI/DI SALVO/FERRI beträgt die durchschnittliche Mitarbeiterzahl 10,3 Personen und der durchschnittliche Umsatz 3,3 Mrd. Lira (1,7 Mio. EUR). Umrechnungskurs: ITL/EUR=1.936,27, vgl. EZB (1998), Absatz 1, zur Datenbasis vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 935. Bei Petersen/Rajan sind nur Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern enthalten, die durchschnittliche Mitarbeiterzahl wird nicht angegeben. Die durchschnittliche Bilanzsumme (Median) beträgt 130 Mio. US-Dollar (133 Mio. EUR) und der durchschnittliche Umsatz (Median) 300 Mio. US-Dollar (307 Mio. EUR). Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 7. Ebenso werden in der Studie von Harhoff/Körting nur Unternehmen mit maximal 500 Mitarbeitern berücksichtigt, die durchschnittliche Mitarbeiterzahl beträgt 41,49 bei einem Median von 10 Mitarbeitern. 80% der Unternehmen haben weniger als 50 Mitarbeiter. Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 33. Bei der Umrechnung von US-Dollar in EUR wurde basierend auf dem zum Zeitpunkt des Erscheinens der Studie gültigen Kurs ein Umrechnungskurs von DM/US-Dollar=2,0 angenommen. Vgl. Elsas (2001), S. 195. Bei der Umrechnung in EUR wurde der Umrechnungskurs DM/EUR=1,95583 herangezogen. Vgl. EZB (1998), Absatz 1.

⁶²⁰ Vgl. Degreyse/Van Cayseele (1998), S. 4.

Marktkonzentration

ANGELINI/DI SALVO/FERRI konnten keinen signifikanten Effekt der Wettbewerbsintensität, welche sie aus dem Herfindahl-Index abgeleitet haben, auf den Zinssatz feststellen.⁶²¹ Der Herfindahl-Index ist eine Kennzahl zur Konzentrationsmessung und wird als Summe der quadrierten Anteilswerte ermittelt.⁶²² Im konkreten Fall erfolgt die Berechnung auf Basis der quadrierten Marktanteile der Banken. Auch ELSAS/KRAHNEN kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz durch die Marktkonzentration, auch hier gemessen am Herfindahl-Index, nicht signifikant beeinflusst wird.⁶²³ Lediglich PETERSEN/RAJAN zeigen, dass eine erhöhte Bankkonzentration zu niedrigeren Zinsen führen.⁶²⁴ Neben den regionalen Unterschieden und den unterschiedlichen Banksystemen kann auch die unterschiedliche Ermittlung des Herfindahl-Index bzw. des bei der Ermittlung als relevant erachteten Marktes eine Erklärung für die abweichenden Ergebnisse sein. So merken ANGELINI/DI SALVO/FERRI selbst an, dass ihre für die Indexberechnung betrachteten regionalen Einheiten bzw. relevanten Märkte deutlich kleiner sind als selbige von PETERSEN/RAJAN.⁶²⁵ Aufgrunddessen sind die Marktanteile der einzelnen Banken größer.

Sicherheitenstellung

Die meisten empirischen Untersuchungen unterstützen die These, dass Sicherheiten mit risikoreicheren Kreditnehmern und Krediten einhergehen, z.B. die Studien von ORGLER, HESTER, SCOTT/SMITH, BERGER/UDELL.⁶²⁶ In der Untersuchung von BERGER/UDELL wurde ein leicht positiver, allerdings statistisch nicht signifikanter Zusammenhang zwischen der Sicherheitenstellung und dem Zinssatz festgestellt, wobei die Art der Sicherheit unerheblich war.⁶²⁷ Während BERGER/UDELL nur die zwei Zustände Sicherheitenstellung Ja-Nein berücksichtigen, betrachten ELSAS/KRAHNEN den Anteil der gesamten Bankkredite, die nicht besichert sind, d.h. als unabhängige Variable wird das Exposure in Prozent herangezogen.⁶²⁸ ELSAS/KRAHNEN kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz mit zunehmendem Exposure und somit zunehmendem Risiko der Bank sinkt.⁶²⁹ Je mehr Sicherheiten gestellt werden, desto höher ist der Zinssatz. Die Ergebnisse beider Untersuchungen stimmen somit überein mit der Interpretation von Sicherheiten als Anreizinstrument, d.h. dem „Sorting-by-observed-risk“-

⁶²¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁶²² Vgl. Bley Müller/Gehlert/Gülicher (2008), S. 192.

⁶²³ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301. Zu gleichen Ergebnissen kommen auch Petersen/Rajan (1994), S. 12 f., Elsas/Krahn (1998), S. 1302 ff. und Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

⁶²⁴ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 436.

⁶²⁵ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁶²⁶ Vgl. Orgler (1970), S. 435 ff., Hester (1979), S. 349 ff., Scott/Smith (1986), S. 119 ff., Berger/Udell (1990), S. 21 ff., Berger/Udell (1992), S. 1047 ff. Einen Überblick geben Berger/Udell. Vgl. Berger/Udell (1995), S. 368 ff.

⁶²⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 368.

⁶²⁸ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1299.

⁶²⁹ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

Paradigma und widersprechen der Interpretation von Sicherheiten als Signalling-Instrument.⁶³⁰

Bei der Interpretation von Sicherheiten als Signalling-Instrument⁶³¹ müsste der Zinssatz mit abnehmendem Exposure und somit zunehmender Kreditnehmerqualität sinken.⁶³² Bei dieser Sichtweise stellt ein Kreditnehmer mit einem geringen Risiko mehr Sicherheiten und signalisiert dadurch seine Qualität. Die meisten theoretischen Modelle basieren auf diesem „Sorting-by-private-information“-Paradigma.⁶³³ DEGRYSE/VAN CAYSEELE bestätigen diese Modelle und identifizieren in ihrer Untersuchung einen negativen Zusammenhang zwischen der Sicherheitenstellung und dem Zinssatz; wenn Sicherheiten gestellt werden, dann sinkt der Zinssatz um ca. 0,5 Prozentpunkte.⁶³⁴

Die divergierenden Ergebnisse lassen sich hier nicht auf unterschiedliche Banksysteme zurückführen, denn auch für das Universalbanksystem kommen ELSAS/KRAHNEN und DEGRYSE/VAN CAYSEELE zu unterschiedlichen Ergebnissen. Bereits bei der Darstellung der theoretischen Modelle hat sich gezeigt, dass sowohl negative als auch positive Zusammenhänge zwischen der Sicherheitenstellung und der Kreditnehmerbonität denkbar sind.⁶³⁵ Möglicherweise ist bei der Analyse des Zusammenhangs der Zeitpunkt der Beziehung von Relevanz. Gute Kreditnehmer stellen gegebenenfalls anfänglich mehr Sicherheiten, um die Qualität zu signalisieren und aufgrund der Self-Selection-Mechanismen von günstigen Zinsen zu profitieren. Zu einem späteren Zeitpunkt in der Beziehung ist ihre Qualität durch die Projekterfolge bereits transparent geworden und die Sicherheiten übernehmen die Anreizfunktion, so dass die Höhe der geforderten Sicherheiten sinkt. Für die Untersuchung eines derartigen Zusammenhangs erscheint eine detailliertere Analyse im Zeitablauf der Beziehung notwendig, da sich die Wirkungsrichtung an einem Punkt der Beziehung ändern würde.

Finanzielle Charakteristika

BERGER/UDELL kommen zu dem Ergebnis, dass die von ihnen verwendeten finanziellen Variablen, z.B. Verschuldungsgrad, Liquidität 3. Grades, Forderungsumschlagshäufigkeit, Vorratumschlagshäufigkeit, Kreditorenumschlag, Bilanzsumme,⁶³⁶ keine signifikanten Effekte in Bezug auf die Kreditzinsen haben. Sie schlussfolgern, dass die Zinsen für kleinere Unternehmen idiosynkratisch sind und oft von der Reputation und dem Ansehen des Eigentümers und des Unternehmens abhängen.⁶³⁷

⁶³⁰ Vgl. hierzu Berger/Udell (1990), S. 24 ff. und Kapitel A.4.3.1.3.1.

⁶³¹ Vgl. hierzu Bester (1985), S. 850 ff., Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff.

⁶³² Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1299.

⁶³³ Vgl. Berger/Udell (1990), S. 24. Vgl. hierzu die Studien von Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff., Besanko/Thakor (1987b), S. 167 ff. und Bester (1985), S. 850 ff.

⁶³⁴ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 99. Bezüglich der Sicherheiten haben sie nicht differenziert zwischen der Art der Sicherheit. Es wurde ausschließlich untersucht, ob Sicherheiten gestellt wurden oder nicht.

⁶³⁵ Vgl. Kapitel A.4.3.1.3.

⁶³⁶ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 359.

⁶³⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 367.

BLACKWELL/WINTERS konnten zeigen, dass Unternehmen mit einem mittleren Risiko signifikant höhere Zinsen zahlen als Unternehmen mit einem geringeren Risiko.⁶³⁸ Allerdings verwenden sie nur eine grobe Einschätzung der Kreditnehmerqualität, indem sie selbige aus der Monitoring-Häufigkeit der kreditgebenden Bank ableiten.⁶³⁹ LEHMANN/NEUBERGER kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz mit besserer Ratingklasse sinkt.⁶⁴⁰ Dies stimmt auch mit anderen Studien überein, z.B. der Studie von MACHAUER/WEBER⁶⁴¹ oder ELSAS/KRAHNEN.⁶⁴² Die Ratingklasse selbst ist hier als reine Beurteilung der Kreditwürdigkeit zu sehen, denn die Ratingklasse gibt nur die Ausfallwahrscheinlichkeit wieder und wird nicht durch die bereitgestellten Sicherheiten beeinflusst.⁶⁴³ Die Kreditnehmerqualität beeinflusst somit die Kreditzinsen.⁶⁴⁴ Die Ergebnisse der genannten Studien entsprechen zwar den heutigen Anforderungen der MaRisk, welche einen Zusammenhang zwischen der Konditionengestaltung und zur Einstufung im Risikoklassifizierungsverfahren als Sollte-Bestimmung beinhalten.⁶⁴⁵ Allerdings gab es zum Zeitpunkt dieser Studien noch keine Vorschriften, welche diesen Zusammenhang gefordert haben.⁶⁴⁶ Im Gegensatz zu BERGER/UDELL rekurrieren die deutschen Studien unmittelbar auf die Variable Ratingklasse, welche sich aus der Bewertung von qualitativen und quantitativen Unternehmensdaten zusammensetzt und somit eine Verdichtung der finanziellen Charakteristika enthält. Der Einfluss der Kennzahlen auf den Zinssatz kann sich bei dem Ansatz von BERGER/UDELL nur dann ergeben, wenn die Firmenkundenbetreuer oder die Marktfolge eine systematische Verdichtung der Kennzahlen zu einer Risikoeinschätzung vornehmen und diese in dem Zins berücksichtigen.

Weitere Erkenntnisse

LEHMANN/NEUBERGER betrachten den Zinssatz für Darlehen und kommen hierbei zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz durch die Art der Mittelverwendung beeinflusst wird.⁶⁴⁷ Kredite für Ersatzinvestitionen sind günstiger als Kredite, die mit unspezifischer Mittelverwendung aufgenommen werden. Eine unspezifische Mittelverwendung erfordert höhere Monitoring-Anstrengungen bei der Bank oder führt zu einem erhöhten Risiko bei der Bank, was durch eine höhere Risikoprämie kompensiert wird.⁶⁴⁸

BERGER/UDELL kommen darüber hinaus zu dem Ergebnis, dass bei Unternehmen mit einer Bilanzsumme von weniger als 500.000 USD keine der untersuchten Variablen

⁶³⁸ Vgl. Blackwell/Winters (1997), S. 283.

⁶³⁹ Vgl. Blackwell/Winters (1997), S. 283.

⁶⁴⁰ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 20.

⁶⁴¹ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1366.

⁶⁴² Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1300.

⁶⁴³ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1298.

⁶⁴⁴ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1300.

⁶⁴⁵ Vgl. Kapitel A.3.3.

⁶⁴⁶ Auch die MaK als Vorläufer der MaRisk wurden erst 2002 verabschiedet. Vgl. DSGVO (2006b), S. 1.

⁶⁴⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 20.

⁶⁴⁸ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 21.

statistisch signifikant ist und dass bei diesen Untersuchungen das Bestimmtheitsmaß R^2 hier deutlich niedriger liegt. Daraus schlussfolgern sie, dass im Vergleich zu den größeren Unternehmen in der Datenbasis die Preissetzung bei kleinen Unternehmen relativ idiosynkratisch erfolgt.⁶⁴⁹ Ursächlich hierfür könnte sein, dass die Reputation sowie die Finanzkonten des Unternehmens und des Unternehmers bei kleinen Unternehmen im Familienbesitz oder bei familiengeführten Unternehmen häufig nicht getrennt werden können.⁶⁵⁰ In diesem Fall würden neben unternehmens- auch unternehmerbezogene Variablen einen Einfluss ausüben. LEHMANN/NEUBERGER und ELSAS/KRAHNEN hingegen kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz mit zunehmender Unternehmensgröße sinkt.⁶⁵¹ Dies indiziert gemäß ELSAS/KRAHNEN, dass Banken die Firmengröße als einen Proxy für das Risiko verwenden und große Unternehmen aufgrund des geringeren Risikos niedrigere Zinsen zahlen.⁶⁵² Ferner zahlen Unternehmen mit einem höheren Anteil an kurzfristigen Krediten höhere Zinsen, wobei auch hier wieder das höhere Risiko des Unternehmens ursächlich sein kann.⁶⁵³

LEHMANN/NEUBERGER kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz bei besseren Managementqualitäten des Unternehmers sinkt.⁶⁵⁴ Die Beurteilung der Managementqualitäten erfolgte aus Sicht der Bank.⁶⁵⁵ Hintergrund des Zusammenhangs könnte eine bessere Verhandlungsmacht der Kreditnehmer und/oder bessere Informationen seitens der Bank über den „Typ“ des Kreditnehmers sein.⁶⁵⁶ Beides führt zu niedrigerem Risiko und somit zu niedrigeren Zinsen. ELSAS/KRAHNEN zeigen, dass der Zinssatz mit zunehmendem Kreditvolumen sinkt.⁶⁵⁷ Eine mögliche Erklärung besteht darin, dass die prozentualen Betriebskosten mit steigendem Kreditvolumen sinken.⁶⁵⁸ Ebenso führt eine höhere Flexibilität hinsichtlich der Rückzahlungsbedingungen zu höheren Zinsen.⁶⁵⁹ ANGELINI/DI SALVO/FERRI stellen darüber hinaus Unterschiede bezüglich der Branchenzugehörigkeit fest.⁶⁶⁰ Bezüglich der unterschiedlichen Rechtsform gab es

⁶⁴⁹ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 368.

⁶⁵⁰ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 368.

⁶⁵¹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 20.

⁶⁵² Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

⁶⁵³ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 941.

⁶⁵⁴ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 22.

⁶⁵⁵ Zur Operationalisierung wurden die Bankmitarbeiter aufgefordert die Management-Qualitäten gemäß nachstehender Frage auf einer 5-Punkt-Likert-Skala zu beurteilen: "The management skill/competence is ... below one of the large average (1) above average (5)". Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 18.

⁶⁵⁶ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 22.

⁶⁵⁷ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

⁶⁵⁸ Zur Erläuterung der Betriebskosten als eine Komponente des Zinssatzes vgl. Kapitel A.3.3. In diesem Kontext ist allerdings das Vorgehen bei der Konditionenkalkulation zu prüfen. Bei der Angebotserstellung liegen dem Firmenkundenbetreuer in aller Regel keine detaillierten Informationen über die tatsächlichen bankinternen Kostenstrukturen vor. Häufig wird mit einem einheitlichen Betriebskostensatz gearbeitet, so dass Fixkostendegressionseffekte keine Berücksichtigung finden.

⁶⁵⁹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 21.

⁶⁶⁰ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

keine signifikanten Effekte.⁶⁶¹ Des Weiteren konnten sie zeigen, dass der Zinssatz größer ist bei Unternehmen, die einen Kreditwunsch haben, und dass der Zinssatz noch größer ist bei Unternehmen, die einen Kreditwunsch haben, der aber abgelehnt wurde bzw. voraussichtlich abgelehnt wird.⁶⁶² Wird eine Kreditablehnung interpretiert als Indikator für eine schlechte Qualität, so bestätigt dieser Zusammenhang die zuvor dargelegten Erkenntnisse, dass Kreditnehmer mit einer schlechten Ratingklasse höhere Zinsen zahlen. Dies steht allerdings im Widerspruch zu dem Modell von BLACKWELL/SANTOMERO, welche vorhersagen, dass kreditrationierte Unternehmen Zinsen unterhalb des Durchschnitts zahlen müssen.⁶⁶³

DEGREYSE/ONGENA zeigen, dass die Distanz zum aktuellen Kreditgeber sowie die Distanz zu potenziellen neuen Kreditgebern einen Einfluss auf den Zins hat.⁶⁶⁴ Der Kreditzins steigt mit zunehmender Distanz zum aktuellen Kreditgeber. Die Distanz zu potenziellen neuen Kreditgebern ist ein Indikator für die Marktmacht der aktuellen Bank. Dementsprechend steigt der Kreditzins mit einer größer werdenden Distanz zu den Konkurrenzbanken. In Tab. A-10 werden die signifikanten Ergebnisse der diversen empirischen Studien hinsichtlich der wesentlichen Einflussparameter in Bezug auf den Zinssatz dargestellt.⁶⁶⁵ Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Ergebnisse im Allgemeinen sehr ambivalent sind. Während bei den Parametern Kreditnehmerqualität, Größe, Alter, zusätzliche Dienstleistungen, Kreditvolumen und Marktkonzentration zumindest keine widersprüchlichen Einflüsse resultieren, werden bei den Variablen Anzahl der Bankverbindungen, Dauer der Geschäftsbeziehung und Sicherheitenstellung sowohl negative als auch positive Einflüsse auf den Zinssatz ermittelt. Die bisher verwendeten Variablen sind somit nicht in der Lage einen eindeutigen Zusammenhang herzustellen. Hinsichtlich der Dauer der Geschäftsbeziehung wäre es ferner interessant zu prüfen, inwiefern der positive Zusammenhang zum Zinssatz in einer wenig kompetitiven Situation und der negative Zusammenhang zum Zinssatz in einer kompetitiven Situation entstanden ist, so dass im ersteren Fall eine mögliche Hold Up-Situation ausgenutzt wurde.

⁶⁶¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁶⁶² Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 940.

⁶⁶³ Vgl. Blackwell/Santomero (1997), S. 121 ff.

⁶⁶⁴ Vgl. Degreyse/Ongena (2005), S. 252.

⁶⁶⁵ Ein signifikanter positiver Einfluss auf den Zinssatz wird durch „+“, ein signifikanter negativer Einfluss durch „-“ und ein nicht-signifikanter Einfluss durch „0“ visualisiert.

	Operationalisierung Zinssatz	Unternehmensbezogen				Beziehungsbezogen						Marktbezogen			
		Kreditnehmerqualität	Größe	Alter	Anzahl der Bankverbindungen	Dauer der GB	Zusätzliche Dienstleistungen	Sicherheitsstellung	Art der Sicherheit	Kreditwunsch	Kreditvollzugsraten		Mitgliedschaft	Distanz zu Bank	Marktkonzentration
Angelini/Di Salvo/Ferri (1998)	Kreditlinie	-	-	-	+	+					+		-		0
Berger/Udell (1995)	Kreditlinie	0	0		-		0								
Blackwell/Winters (1997)	Kreditlinie	-	-	-	-		0	+							
Degryse/Ongena (2005)	Darlehen	-	-	-	+		-							-	+
Degryse/Van Cayseele (1998)	Darlehen				+		-								
Degryse/Van Cayseele (2000)	Darlehen			-			-								
Elas/Krahen (1998)	Kreditlinie	-	-	-	0		+							-	0
Harhoff/Körting (1998)	Kreditlinie	-	-	0	0	0	-								
Lehmann/Neuberger (2001)	Darlehen	-	-		0		-								
Machauer/Weber (1998)	Kreditlinie	-	-	+	-		+							-	
Petersen/Rajan (1994)	Darlehen	0	-	+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Petersen/Rajan (1995)	Darlehen			0	+										-

Tab. A-10: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zum Zinssatz⁶⁶⁶

⁶⁶⁶ Eigene Darstellung. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 937 f., Berger/Udell (1995), S. 364, Blackwell/Winters (1997), S. 283, Degryse/Van Cayseele (2005), S. 247, 252, Degryse/Van Cayseele (1998), S. 12, Degryse/Van Cayseele (2000), S. 100, Elsas/Krahen (1998), S. 1302, Harhoff/Körting (1998b), S. 1342, Harhoff/Körting (1998b), S. 1342, Lehmann/Neuberger (2001), S. 350, Machauer/Weber (1998), S. 1362, Petersen/Rajan (1994), S. 12 f., Petersen/Rajan (1995), S. 436. Eine Übersicht mit ähnlichen Studien und weiteren Variablen findet sich bei Segbers (2007), S. 212.

4.3.2.3 Sicherheitenstellung

Hinsichtlich der Sicherheitenstellung lassen sich die Untersuchungen u.a. dahingehend differenzieren, inwiefern die Sicherheitenstellung ausschließlich als unabhängige oder auch als abhängige Variable betrachtet wird. So wurde die Sicherheitenstellung bereits im Rahmen der Untersuchungen zum Zinssatz als unabhängige Variable analysiert, die Sicherheitenstellung als eigenständiger Bestandteil des Kreditvertrags und somit als abhängige Variable wurde von PETERSEN/RAJAN, ELSAS/KRAHNEN oder ANGELINI/DI SALVO/FERRI allerdings nicht angesprochen.⁶⁶⁷

Die Studien, die die Sicherheitenstellung als abhängige Variable berücksichtigen, lassen sich nach der Art der Operationalisierung unterscheiden. BERGER/UDELL und DEGRYSE/VAN CAYSEELE untersuchen nicht den Einfluss auf die Höhe der Sicherheitenstellung, sondern ob Sicherheiten gestellt werden.⁶⁶⁸ MACHAUER/WEBER hingegen verwendet den Blankoanteil der Kreditlinie.⁶⁶⁹

Dauer

BERGER/UDELL zeigen, dass Unternehmen in langen Bankbeziehungen mit geringerer Wahrscheinlichkeit Sicherheiten stellen.⁶⁷⁰ Auch HARHOFF/KÖRTING finden für den deutschen Markt, dass mit steigender Dauer der Bankbeziehung die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung sinkt.⁶⁷¹ Dies entspricht dem Modell von BOOT/THAKOR, welches zeigt, dass Kreditnehmer mit längeren Bankbeziehungen weniger oft Sicherheiten stellen.⁶⁷² Durch Sicherheitenstellung im frühen Stadium einer Beziehung kann das Moral Hazard-Problem abgebaut werden. Junge Firmen mit neuen Bankbeziehungen sind bereit, die Kosten der Sicherheitenstellung zu tragen, da sie wissen, dass das Problem der Informationsasymmetrien dadurch gemindert wird.⁶⁷³

Für den belgischen Markt können DEGRYSE/VAN CAYSEELE weder in der Untersuchung von 1998 noch von 2000 einen Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung feststellen.⁶⁷⁴

Bei MACHAUER/WEBER hingegen steigt die Sicherheitenquote mit zunehmender Beziehungsdauer, allerdings ist der Effekt nicht signifikant.⁶⁷⁵ Die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen von DEGRYSE/VAN CAYSEELE ist aufgrund der unterschiedlichen Ope-

⁶⁶⁷ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 3 ff., Petersen/Rajan (1995), S. 407 ff., Elsas/Krahn (1998), S. 1283 ff., Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 925 ff.

⁶⁶⁸ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 373, Degryse/Van Cayseele (1998), S. 12 ff. und Degryse/Van Cayseele (2000), S. 100 ff.

⁶⁶⁹ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1362.

⁶⁷⁰ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 373.

⁶⁷¹ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 14.

⁶⁷² Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899.

⁶⁷³ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 377.

⁶⁷⁴ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239. Während bei den anderen Studien stets mehrere Banken untersucht wurden, haben Degryse/Van Cayseele genau eine Bank betrachtet. Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

⁶⁷⁵ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1370.

rationalisierung nur eingeschränkt gegeben. Eine mögliche Erklärung für das abweichende Ergebnis besteht darin, dass die Banken aufgrund der Dauer der Bankbeziehung besser informiert sind über die Vermögensgegenstände, die als Sicherheit verfügbar sind.

Scope

Für den belgischen Markt stellen DEGRYSE/VAN CAYSEELE fest, dass für einen Kunden mit einer umfangreichen Produktnutzung bei einer Bank die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung steigt.⁶⁷⁶ Die Ursachen hierfür sind allerdings unklar, wenngleich diese Ergebnisse auch in anderen Studien gefunden wurden.⁶⁷⁷ Ein Erklärungsansatz besteht darin, dass die Banken den Lock-In-Effekt über den Scope der Bankbeziehung nutzen.⁶⁷⁸ Der Kunde kann die Bankbeziehung nicht wechseln und – wie bereits bei MACHAUER/WEBER in Bezug auf die Dauer der Bankbeziehung argumentiert – aufgrund der Breite der Bankbeziehung ist die Bank besser informiert über die Vermögensgegenstände, die als Sicherheit verfügbar sind.⁶⁷⁹ Die Bank ist somit aufgrund ihrer Machtposition und ihres Wissensvorsprungs besser in der Lage geeignete, d.h. verwertbare Sicherheiten, zu fordern.

Anzahl der Bankverbindungen

Für den deutschen Markt finden HARHOFF/KÖRTING, dass mit steigender Anzahl der Bankverbindungen die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung steigt.⁶⁸⁰ Ursächlich hierfür könnte sein, dass in diesem Fall keine Bank einen Informationsvorsprung besitzt und keine Bank das Unternehmen dahingehend beurteilen kann, inwiefern die Gefahr des Moral Hazard existiert bzw. wie groß die Gefahr bei diesem Unternehmen ist. Ferner könnte eine schlechte Unternehmensqualität und die fehlende Kreditverfügbarkeit bei den ersten Banken das Unternehmen dazu veranlassen, mehrere Bankverbindungen aufzubauen. Allerdings hat die Bonität des Unternehmens keinen unmittelbaren Einfluss auf die Sicherheitenstellung.

⁶⁷⁶ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 92.

⁶⁷⁷ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

⁶⁷⁸ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

⁶⁷⁹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

⁶⁸⁰ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 14.

	Operationalisierung Sicherheiten	Unternehmensbezogen			Beziehungbezogen			
		Kreditnehmer- qualität	Größe	Alter	Anzahl der Bankver- bindungen	Dauer der GB	Zusätzliche Dienst- leistungen	Kredit- volumen
Berger/Udell	(1995)	-	+	-		-		
Degryse/Van Cayseele	(1998)					0		
Degryse/Van Cayseele	(2000)					0	+	-
Harhoff/Körting	(1998a)	0	-	-	+	-		+
Harhoff/Körting	(1998b)	0	-	-	+	-		+
Lehmann/Neuberger	(2001)	+	-	-			0	
Mauchauer/Weber	(1998)	0			-	0		

Tab. A-11: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zur
Sicherheitenstellung⁶⁸¹

Finanzielle Charakteristika

BERGER/UDELL haben auch den Zusammenhang zwischen Kreditnehmerisiko und Sicherheitenstellung untersucht. Ein höherer Leverage Ratio, d.h. eine höhere Relation

⁶⁸¹ Eigene Darstellung. Vgl. Berger/Udell (1995), S. 374, Degryse/Van Cayseele (1998), S. 22, Degryse/Van Cayseele (2000), S. 105, Harhoff/Körting (1998a), S. 12, Harhoff/Körting (1998b), S. 1338, Lehmann/Neuberger (2001), S. 351. f., Mauchauer/Weber (1998), S. 1362. Eine Übersicht mit ähnlichen Studien und weiteren Variablen findet sich bei Segbers (2007), S. 213.

von Fremd- zu Eigenkapital, und somit ein höheres Kreditnehmerrisiko führt zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung.⁶⁸² Dieses Ergebnis stimmt überein mit früheren Untersuchungen, z.B. von HESTER und BERGER/UDELL, und bestätigt das „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma.⁶⁸³

LEHMANN/NEUBERGER hingegen konnten zeigen, dass Kreditnehmer mit einer schlechten Ratingbeurteilung weniger Sicherheiten stellen als gute Kreditnehmer.⁶⁸⁴ Dies entspricht somit dem „Sorting-by-private-information“-Paradigma gemäß BESANKO/THAKOR.⁶⁸⁵ Eine andere Erklärung gemäß LEHMANN/NEUBERGER hierfür ist, dass Kreditnehmer, die mehr Sicherheiten stellen, als weniger risikoreich erachtet werden und ein besseres Rating erhalten, so dass das Rating eigentlich endogen ist.⁶⁸⁶ Die Ratingklasse beinhaltet allerdings nur die Ausfallwahrscheinlichkeit, nicht die Recovery Rate bzw. das Exposure, so dass die Ratingklasse die Sicherheitenstellung nicht berücksichtigen sollte.

Bei MACHAUER/WEBER sinkt zwar der Anteil der Besicherungsquote zunächst für Unternehmen mit einer schlechteren Ratingklasse, allerdings steigt dieser Anteil wiederum für die schlechtesten Ratingklassen und bewegt sich auf dem Niveau der besten Ratingklasse. Es konnte kein eindeutiges Ergebnis erzielt werden.⁶⁸⁷ Denkbar wäre, dass hier den Sicherheiten in Abhängigkeit von der Kreditnehmerqualität mal eine Anreiz- und mal eine Signalling-Funktion zukommt.

Weitere Erkenntnisse

Ebenso wie DEGRYSE/VAN CAYSEELE finden HARHOFF/KÖRTING, dass mit steigendem Kreditvolumen die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung steigt.⁶⁸⁸ Für den belgischen Markt zeigen DEGRYSE/VAN CAYSEELE darüber hinaus, dass Kredite mit langer Laufzeit und kleine Kapitalgesellschaften im Vergleich zu Einzelunternehmen häufiger besichert sind.⁶⁸⁹ Letzterer Zusammenhang könnte auf die beschränkte Haftung bei Kapitalgesellschaften zurückzuführen sein, wobei dieser Aspekt nicht weiter untersucht wurde. Bei Einzelunternehmen hingegen haftet der Unternehmer mit seinem kompletten Privatvermögen. LEHMANN/NEUBERGER hingegen zeigen, dass Kapitalgesellschaften ebenso wie größere Unternehmen weniger Sicherheiten stellen.⁶⁹⁰ Unter der Annahme, dass diese Parameter als Proxy für das Unternehmensrisiko stehen, entsprechen die Ergebnisse dem „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma. Es ist kritisch zu hinterfragen, inwiefern die Rechtsform Ausdruck des Unternehmensrisikos

⁶⁸² Vgl. Berger/Udell (1995), S. 377.

⁶⁸³ Vgl. Hester (1979), S. 349 ff., Berger/Udell (1990), S. 21 ff. und Berger/Udell (1992), S. 1047 ff.

⁶⁸⁴ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

⁶⁸⁵ Vgl. Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff.

⁶⁸⁶ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

⁶⁸⁷ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1368 f.

⁶⁸⁸ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 13.

⁶⁸⁹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

⁶⁹⁰ Vgl. hier und im Folgenden Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

ist. Möglicherweise besteht zwischen den Variablen Unternehmensgröße und Kapitalgesellschaft ein inhaltlicher und ggf. auch statistischer Zusammenhang, so dass eine isolierte Interpretation der Koeffizienten nicht aussagekräftig ist. Die Ergebnisse zur Unternehmensgröße werden von HARHOFF/KÖRTING bestätigt, sie zeigen, dass mit steigendem Alter und Unternehmensgröße die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung sinkt.⁶⁹¹ Eine Zusammenfassung der zentralen empirischen Ergebnisse hinsichtlich der Sicherheitenstellung kann Tab. A-11 entnommen werden. Die Resultate hinsichtlich der Kreditnehmerqualität sind sehr heterogen. Sowohl das „Sorting-by-private-information“- als auch das „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma findet Bestätigung.

4.3.2.4 Kreditverfügbarkeit

Bei der Untersuchung des Einflusses von unternehmens-, beziehungs- oder marktbezogenen Parametern auf die Kreditverfügbarkeit muss zunächst die Operationalisierung geklärt werden, denn die Kreditverfügbarkeit ist nicht direkt beobachtbar und somit sind die Operationalisierungen in den bestehenden Studien z.T. sehr unterschiedlich. Ausgangspunkt ist die Definition, dass ein ökonomischer Agent dann als liquiditätsbeschränkt betrachtet wird, wenn er zu einem Zinssatz, der seiner Risikoklasse entspricht ein größeres Kreditvolumen nachfragt, selbiges aber im Markt nicht erlangen kann.⁶⁹² Im Kontext der theoretischen Modelle wurde bereits erläutert, dass STIGLITZ/WEISS unter Kreditrationierung die pauschale Ablehnung einiger Kreditanträge verstehen, obwohl es darunter auch potenzielle Kreditnehmer guter Qualität gibt, und obwohl diese bereit wären, höhere Zinsen zu zahlen und alle sonstigen Forderungen der Kreditgeber zu erfüllen.⁶⁹³ Alternativ kann Kreditrationierung auch derart interpretiert werden, dass Kreditgeber potenzielle Kreditnehmer mit bestimmten negativen Qualitätsmerkmalen ablehnen.⁶⁹⁴ Da in der Realität direkte Messgrößen für Liquiditätsrestriktionen allerdings nicht beobachtet werden können, werden in der empirischen Literatur eine Vielzahl von Proxys verwendet.⁶⁹⁵

FAZZARI/HUBBARD/PETERSEN gruppieren die Firmen auf Basis der Dividendenpolitik und argumentieren, dass es bei Firmen mit einem hohen Anteil an thesaurierten Gewinnen wahrscheinlicher ist, dass Liquiditätsrestriktionen bestehen.⁶⁹⁶ Es wird angenommen, dass Unternehmen mit bestehenden Liquiditätsrestriktionen geringere Ausschüttungen vornehmen. HOSHI/KASHYAP/SCHARFSTEIN verwenden die Kundenbeziehung als Identifikationskriterium und vermuten, dass Firmen mit engen Beziehungen weniger wahrscheinlich unter Liquiditätsrestriktionen leiden.⁶⁹⁷ Allerdings soll dieser Zusammenhang im Folgenden schließlich erst genauer untersucht werden, so dass

⁶⁹¹ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 13 f.

⁶⁹² Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 930.

⁶⁹³ Vgl. Stiglitz/Weiss (1981), S. 393 ff.

⁶⁹⁴ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 139.

⁶⁹⁵ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 930.

⁶⁹⁶ Für eine ausführliche Darstellung vgl. Fazzari/Hubbard/Petersen (1988), S. 141 ff.

⁶⁹⁷ Für eine ausführliche Darstellung vgl. Hoshi/Kashyap/Scharfstein (1990a), S. 67 ff.

dieser Ansatz aus Sicht des Autors für die vorliegende Zielstellung keine Lösungsmöglichkeit bietet.

PETERSEN/RAJAN nehmen an, dass Unternehmen mit Liquiditätsbeschränkungen eher bereit sind, hohe Zinssätze zu zahlen, um zusätzliche Kredite zu bekommen.⁶⁹⁸ Basierend auf dieser Annahme identifizieren sie liquiditätsbeschränkte Firmen als solche, die auf Kredite von nicht-institutionellen Kreditgebern zu Zinssätzen oberhalb des Marktniveaus zurückgreifen. Zur Ableitung eines Indikators für die Kreditverfügbarkeit gehen sie folgendermaßen vor. Wenn ein Unternehmen keine zusätzlichen Kredite von einer Bank bekommt, so ist das Unternehmen gezwungen, auf teurere Finanzierungsquellen zurückzugreifen. Das Unternehmen ist aber nur bereit diesen Preis zu zahlen, sofern die Investitionsrückflüsse die Finanzierungskosten dieser Quelle überschreiten.⁶⁹⁹ Sie untersuchen aus diesem Grund die Verwendung von Lieferantenkrediten als eine sehr teure Finanzierungsquelle. Dies operationalisieren sie in ihrer Studie, indem sie den Anteil an Skontoziehungen sowie den Anteil an verspäteten Zahlungen als abhängige Variable berücksichtigen.⁷⁰⁰

Das Problem dieser indirekten Indikatoren besteht darin, dass die Qualität der ausgewählten Proxys nicht verifiziert werden kann. Selbige könnte nur bei Existenz von direkten Indikatoren überprüft werden. Zudem können sich in diesen Proxys unabhängig von der Güte derselben zusätzliche Effekte widerspiegeln, die nichts oder nur wenig mit Liquiditätsrestriktionen zu tun haben.⁷⁰¹ So kann zwar die Dividendenpolitik durch das Kreditvergabeverhalten der Banken und durch die Kreditverfügbarkeit des Unternehmens beeinflusst werden, zusätzlich können hier aber auch andere Aspekte wie strategische Entscheidungen im Unternehmen oder die Risikofreudigkeit des Unternehmens eine Rolle spielen.

Einen interessanten, weil direkten Ansatz wählen ANGELINI/DI SALVO/FERRI, so dass dieser im Folgenden ausführlicher behandelt werden soll.⁷⁰² Jedes Unternehmen wurde direkt befragt zu bestehenden Kreditwünschen, zur Bereitschaft auch schlechtere Konditionen in Kauf zu nehmen und inwiefern die Bank bereits bezüglich des Kreditwunsches kontaktiert wurde. In ihrer Untersuchung haben sie dann drei verschiedene Definitionen von Kreditverfügbarkeit bzw. Liquiditätsrestriktionen – in der Abb. A-7 fett umrandet dargestellt – herangezogen und als abhängige Variablen verwendet.

Bei Betrachtung nur der in Abb. A-7 schwarz umrandeten Kästchen hatten 16,2% der Unternehmen in der Studie einen Kreditwunsch, allerdings nur zu den aktuellen Konditionen. 7,4% der befragten Unternehmen gaben an, dass zwar ein Kreditwunsch – auch zu schlechteren Konditionen – existiere, jedoch die Bank noch nicht gefragt wurde. Weitere 2,6% der befragten Unternehmen gaben an, dass zwar ein Kreditwunsch – auch zu schlechteren Konditionen – existiere, jedoch von einer Ablehnung ausgegangen wird und die Bank deshalb noch nicht gefragt wurde bzw. der Kredit

⁶⁹⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 19.

⁶⁹⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 19.

⁷⁰⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 24.

⁷⁰¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 931.

⁷⁰² Vgl. hier und im Folgenden Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 931.

bereits abgelehnt wurde. Bei diesem Ansatz wird somit explizit berücksichtigt, inwiefern ein Kreditwunsch bei dem Unternehmen besteht. Hinsichtlich der Kreditablehnungen werden sowohl bereits erfolgte als auch durch den Kunden erwartete Kreditablehnungen durch die Bank berücksichtigt. Bei den erwarteten Kreditablehnungen handelt es sich um eine Einschätzung des Firmenkunden. Hier wäre es sinnvoll, zusätzlich die Beurteilung der Bank heranzuziehen.

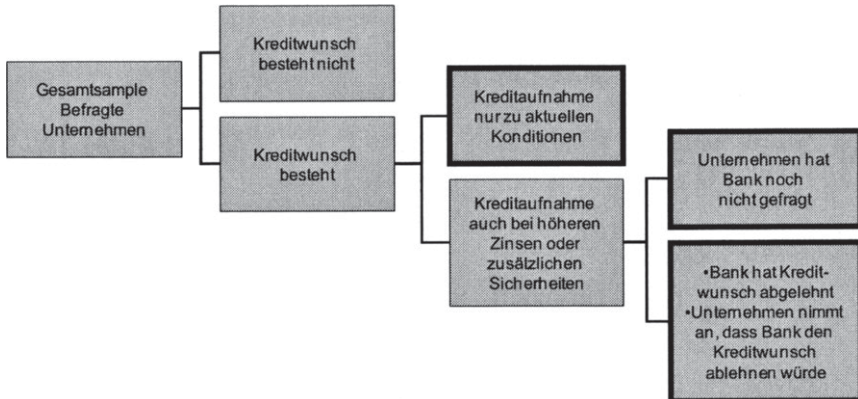


Abb. A-7: Vorgehen zur direkten Messung der Kreditverfügbarkeit⁷⁰³

Dauer

COLE misst ebenso wie ANGELINI/DI SALVO/FERRI den direkten Effekt der beziehungsbezogenen Variablen auf die Kreditverfügbarkeit, indem er untersucht, inwiefern selbige die Wahrscheinlichkeit beeinflusst, dass der potenzielle Kreditnehmer der Bank den Kredit ausdehnt oder ablehnt.⁷⁰⁴ COLE zeigt, dass die Kreditverfügbarkeit nur während des ersten Jahres der Bankbeziehung steigt, später hingegen nicht mehr.⁷⁰⁵ PETERSEN/RAJAN finden heraus, dass die berichtete Dauer der Bankbeziehung einen positiven, signifikanten Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit hat, wobei selbige an der Häufigkeit der verspäteten Zahlungen an die Lieferanten gemessen wurde.⁷⁰⁶ Bei Verwendung der Dauer der Bankbeziehung als Proxy für die Informiertheit der Bank lässt sich konstatieren, dass die Unternehmen also weniger häufig mit Verspätung zahlen, wenn die Kreditgeber gut informiert sind. PETERSEN/RAJAN führen zwei theoretische Erklärungen an, warum sich die Dauer der Beziehung auf die Kreditverfügbarkeit, jedoch nur gering auf den Preis auswirkt. Wenn Kreditrationierung nach STIGLITZ/WEISS tatsächlich stattfindet, dann können die marginalen Gewinne aus der Investition deutlich höher sein als die Kreditzinsen. Sofern die Unternehmen in dieser Situation die Wahl hätten, würden sie sich eher mehr Kredite als günstigere Kredite

⁷⁰³ Eigene Darstellung in Anlehnung an Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 932.

⁷⁰⁴ Vgl. Cole (1998), S. 960 f. Datengrundlage für seine Untersuchung war der Datensatz des National Survey of Small Business Finances von 1993.

⁷⁰⁵ Vgl. Cole (1998), S. 971 f.

⁷⁰⁶ Vgl. hier und im Folgenden Petersen/Rajan (1994), S. 28.

wünschen.⁷⁰⁷ Die zweite Erklärung besteht darin, dass durch die Dauer der Beziehung zwar die Kosten aufgrund der gestiegenen Informationen sinken, allerdings das Informationsmonopol sich festigt, und deswegen die Einsparungen nicht an die Kunden weitergegeben werden.⁷⁰⁸

Auch für den italienischen Markt kommen ANGELINI/DI SALVO/FERRI zu dem Ergebnis, dass mit steigender Dauer der Bankbeziehung die Kreditverfügbarkeit steigt.⁷⁰⁹ Insbesondere für Unternehmen mit einer Beziehungsdauer von nicht mehr als drei Jahren ist die Kreditverfügbarkeit geringer als bei Unternehmen mit einer längeren Beziehungsdauer. Dies stimmt überein mit den Ergebnissen von COLE, der feststellt, dass die Länge der Beziehung nach mehr als einem Jahr irrelevant wird.⁷¹⁰ Bei einer Studie von LEHMANN/NEUBERGER ist die Wahrscheinlichkeit, keinen Kredit zu bekommen, dann am größten, wenn das Unternehmen noch nicht Kunde der Bank ist.⁷¹¹ Dies könnte als ein Versuch der Kundenabwerbung bzw. allgemein der Kundengewinnung interpretiert werden.

Bei deutschen Studien kommen HARHOFF/KÖRTING zu dem Ergebnis, dass die Dauer der Bankbeziehung keinen signifikanten Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit hat.⁷¹² Analog zu PETERSEN/RAJAN messen sie die Kreditverfügbarkeit anhand einer indirekten Variablen, indem sie ebenfalls auf die Existenz von Lieferantenkrediten rekurrieren. Sie argumentieren gleichermaßen, dass Kreditbeschränkungen indirekt dadurch identifizierbar sind, dass ein Unternehmen auf eine Form der Mittelbeschaffung, bei der die Zinsen deutlich über den Bankzinsen liegen, zurückgreift. Als Variable verwenden sie den Anteil der gezogenen in Relation zu den angebotenen Skontomöglichkeiten.⁷¹³

Alter

PETERSEN/RAJAN können zeigen, dass ältere Firmen die Lieferantenverbindlichkeiten seltener zu spät zurückzahlen, und führen dies auf weniger Kreditrationierungen zurück.⁷¹⁴ Da das Alter des Unternehmens und die Dauer der Bankbeziehung einen signifikanten Effekt auf die Häufigkeit der verspäteten Zahlungen haben, kann konstatiert werden, dass die Unternehmen also weniger häufig mit Verspätung zahlen, wenn die Kreditgeber gut informiert sind. Zu gleichen Ergebnissen kommen ANGELINI/DI SALVO/FERRI und HARHOFF/KÖRTING, auch bei ihrer Studie sinken die Liquiditätsrestrik-

⁷⁰⁷ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 35.

⁷⁰⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 35. Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel A.4.3.1.2.

⁷⁰⁹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 946.

⁷¹⁰ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 946 und Cole (1998), S. 971 f.

⁷¹¹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 24.

⁷¹² Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 18.

⁷¹³ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 18. Der Preisnachlass ist relativ hoch und beträgt in Deutschland üblicherweise 2%, wenn die Zahlung innerhalb von 14 Tagen erfolgt. Bei einem Zahlungsziel von 50 Tagen, einer Skontofrist von 14 Tagen und einen Skontosatz von 2% beträgt der effektive Jahreszins eines Lieferantenkredits 20,41%. Vgl. Hahn/Meyer (2003), S. 242 ff.

⁷¹⁴ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

tionen mit zunehmendem Unternehmensalter.⁷¹⁵ COLE zeigt, dass die Kreditverfügbarkeit zwar mit zunehmendem Unternehmensalter steigt, allerdings nimmt der marginale Effekt ab.⁷¹⁶ Dieser Effekt zeigt somit, dass nicht nur der Wert der privaten, sondern auch der öffentlichen Informationen im Zeitablauf abnimmt.⁷¹⁷

Scope

HODGMAN findet heraus, dass Kundenbetreuer die Qualität einer Geschäftsbeziehung hinsichtlich der Anlagengeschäfte als wesentliches Kriterium für die Entscheidung betrachten, ob ein Darlehen bzw. ein neues Darlehen vergeben werden soll oder nicht.⁷¹⁸ PETERSEN/RAJAN zeigen, dass Unternehmen, die andere Dienstleistungen von Banken in Anspruch nehmen weniger liquiditätsbeschränkt sind.⁷¹⁹ Der Einfluss zeigt sich darin, dass der Anteil der verspäteten Zahlungen sinkt. Der Anteil der Skontoziehungen als zweite Form der Operationalisierung wird nicht signifikant beeinflusst.

COLE kommt zu der Erkenntnis, dass die Wahrscheinlichkeit für eine Kreditverlängerung oder Neuvergabe steigt, wenn der potenzielle Kreditgeber bereits Produktlieferant für Spar- oder Anlagekonten und Financial Management-Dienstleistungen war.⁷²⁰ COLE hat dazu vier Variablen in der Untersuchung berücksichtigt, die die Art der beanspruchten Finanzdienstleistungen beschreiben. Diese Variablen sind Kontokorrentkonten, Sparkonten, Kredite (Kreditlinien, Darlehen für die Anschaffung von Maschinen oder Automobilen, Hypothekendarlehen, sonstige Kredite und Kapital-Leasing) und Financial Management Services (Cash Management-Dienstleistungen, kreditbezogene Dienstleistungen, Wertpapiergeschäfte und Dienstleistungen im Bereich Investment und Pensionsfonds).⁷²¹ Anders als PETERSEN/RAJAN verwendet COLE mehrere Variablen für die jeweiligen Kontoarten. Dies ist dahingehend wichtig, als dass in der Studie von COLE 70% der Unternehmen, die einen Kredit beantragt haben Kontokorrentkonten beim potenziellen Kreditgeber besitzen, allerdings nur 22% der Unternehmen ihre Einlagengeschäfte beim selbigen tätigen.⁷²² Des Weiteren ist die Art der Information, die beim Monitoring eines Kontokorrentkontos generiert werden, anders als selbige beim Monitoring eines Einlagenkontos. COLE findet in Übereinstimmung mit seiner Hypothese einen positiven Zusammenhang zwischen der Verwendung von Spar- und Einlagekonten und Financial Management-Dienstleistungen auf der einen Seite und der Kreditverfügbarkeit auf der anderen Seite.⁷²³ Für die Existenz von Kontokorrentkonten ging er von einem positiven Effekt auf die Kreditverfüg-

⁷¹⁵ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 934 und Harhoff/Körting (1998a), S. 18.

⁷¹⁶ Vgl. Cole (1998), S. 971.

⁷¹⁷ Vgl. Cole (1998), S. 971 f.

⁷¹⁸ Vgl. Hodgman (1961), S. 257 ff. Dieser Zusammenhang kann in neueren Studien nicht mit dieser Bestimmtheit nachgewiesen werden. Cole findet allerdings einen positiven Zusammenhang zwischen der Kreditverfügbarkeit und der Existenz von Spar- und Einlagekonten bei dem Kreditinstitut. Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁷¹⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

⁷²⁰ Vgl. Cole (1998), S. 962.

⁷²¹ Vgl. Cole (1998), S. 962.

⁷²² Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁷²³ Vgl. Cole (1998), S. 973.

barkeit aus,⁷²⁴ allerdings war die empirisch ermittelte Wirkrichtung nicht immer eindeutig. Bei Existenz bestehender Kredite führt eine zusätzliche Kreditaufnahme zu einer Erhöhung der Fremdkapitalquote, was den Effekt der Informationsgewinnung konterkariert, so dass die Wirkrichtung ambivalent ist.⁷²⁵ Der positive Zusammenhang bei Spar- und Einlagekonten und Financial Management-Dienstleistungen ist konsistent mit vorherigen Studien, die ebenfalls gezeigt haben, dass Banken Informationen über das Kreditrisiko gewinnen, indem sie die Einlagengeschäfte des Kreditnehmers überwachen.⁷²⁶ ANGELINI/DI SALVO/FERRI weisen nach, dass Mitglieder von Genossenschaftsbanken (mutual banks) einfacher Kredite erhalten als Nicht-Mitglieder und somit von einer höheren Kreditverfügbarkeit profitieren.⁷²⁷

Anzahl der Bankverbindungen

PETERSEN/RAJAN finden heraus, dass Unternehmen mit mehreren Bankverbindungen eine geringere Kreditverfügbarkeit aufweisen als Unternehmen mit nur einer Bankverbindung.⁷²⁸ Zu ähnlichen Ergebnissen kommen HARHOFF/KÖRTING, ANGELINI/DI SALVO/FERRI und COLE.⁷²⁹ Dies lässt sich darin begründen, dass die Informationen über die Firmenspezifika bei einer Bank größer sind, wenn das Unternehmen nur bei einer oder wenigen Banken Kredite aufnimmt.⁷³⁰ Dies ist konsistent mit den Ergebnissen von ONGENA/SMITH, welche zeigen, dass Unternehmen mit mehreren Bankbeziehungen eine Bankbeziehung schneller beenden als Unternehmen mit nur einer Bankbeziehung, weshalb vermutet werden kann, dass eine bestehende Bankbeziehung für Unternehmen mit mehreren Verbindungen einen geringeren Wert stiftet.⁷³¹ ANGELINI/DI SALVO/FERRI belegen, dass Unternehmen, die Mitglieder der Bank sind und ausschließlich bei dieser einen Bank Kredit aufnehmen, eine bessere Kreditverfügbarkeit haben als Mitglieder, die mehrere Kreditbankbeziehungen haben oder als Nicht-Mitglieder.⁷³²

Marktkonzentration

PETERSEN/RAJAN zeigen, dass der Bankenkreditmarkt für kleine Unternehmen in den USA stark konzentriert ist.⁷³³ Selbst wenn die Unternehmen verschiedene Kreditquellen haben, so tendieren sie doch dahin, die Kredite bei einer Bank zu konzentrieren.⁷³⁴ Dieses Verhalten ist bei größeren Firmen weniger offensichtlich. Das Ausmaß der Kreditmarktkonzentration wird durch den Herfindahl-Index der Kreditgeber innerhalb

⁷²⁴ Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁷²⁵ Vgl. Cole (1998), S. 963.

⁷²⁶ Vgl. Duca (1998), S. 978. Vgl. hierzu auch die Studien von Fama (1985) und Nakamura (1994).

⁷²⁷ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 241.

⁷²⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

⁷²⁹ Vgl. Harhoff/Körtting (1998a), S. 18, Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 946 und Cole (1998), S. 963.

⁷³⁰ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 946.

⁷³¹ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 247.

⁷³² Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 949.

⁷³³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

⁷³⁴ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 247.

der Region des Unternehmens gemessen. Hinsichtlich der Auswirkungen auf die Kreditverfügbarkeit zeigen PETERSEN/RAJAN, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen der Marktkonzentration und der Kreditverfügbarkeit gibt, d.h. eine größere Marktkonzentration führt zu einer höheren Kreditverfügbarkeit.⁷³⁵

ANGELINI/DI SALVO/FERRI konnten anders als PETERSEN/RAJAN keinen signifikanten Effekt der Wettbewerbsintensität, welche sie ebenfalls aus dem Herfindahl-Index abgeleitet haben, auf die Kreditverfügbarkeit feststellen.⁷³⁶ Als eine mögliche Ursache für die im Vergleich zu PETERSEN/RAJAN abweichenden Ergebnisse führen sie an, dass die von ihnen betrachteten Kreditmärkte geographisch kleiner waren als die bei PETERSEN/RAJAN.⁷³⁷

BERLIN/MESTER präsentieren Ergebnisse, die den Schluss zulassen, dass Banken mit starker Marktmacht in Bezug auf die Einlagen entgegenkommender und weniger restriktiv in Bezug auf die Kreditvergabe sind.⁷³⁸ Die hier genannte Begründung ist, dass Banken, die einen Großteil der Einlagen der Region halten, weniger empfindlich sind in Bezug auf wirtschaftliche Schwankungen.

Größe

GERTLER/GILCHRIST gehen davon aus, dass große Firmen in der Regel Zugang zu einer größeren Palette an alternativen Finanzierungsquellen haben und deswegen seltener Kreditrationierungen unterliegen als kleine Firmen.⁷³⁹ Dieser Effekt wird in anderen Studien bestätigt,⁷⁴⁰ so zahlen größere Firmen die Lieferantenverbindlichkeiten seltener zu spät. Auch hier kann der Informationseffekt ursächlich sein, denn bei größeren Unternehmen ist der Umfang der öffentlich zur Verfügung stehenden Informationen wahrscheinlich größer als bei kleinen Unternehmen. Die Unternehmen zahlen also weniger häufig mit Verspätung, wenn die Kreditgeber gut informiert sind. In weiteren Studien konnte allerdings kein Effekt der Größe auf die Kreditverfügbarkeit konstatiert werden.⁷⁴¹

Weitere Erkenntnisse

ANGELINI/DI SALVO/FERRI finden, dass es hinsichtlich der Region und der Branche des Unternehmens signifikante Unterschiede hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit gibt, wohingegen die Rechtsform und die Unternehmensperformance keinen Einfluss ausüben.⁷⁴² Gemäß PETERSEN/RAJAN zahlen profitablere Firmen zwar die Lieferantenverbindlichkeiten seltener zu spät als weniger profitable Firmen, jedoch ist dieser Effekt

⁷³⁵ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 28.

⁷³⁶ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁷³⁷ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

⁷³⁸ Vgl. Berlin/Mester (1998), S. 873.

⁷³⁹ Vgl. Gertler/Gilchrist (1994), S. 309 ff.

⁷⁴⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26, Petersen/Rajan (1995), S. 428, Cole (1998), S. 973, Scott/Dunkelberg (2003), 1010 f.

⁷⁴¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 934, Lehmann/Neuberger (2001), S. 24.

⁷⁴² Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 934.

nicht signifikant.⁷⁴³ Bei COLE hingegen lässt sich jedoch ein Zusammenhang zwischen der Kreditnehmerqualität und der Verfügbarkeit finden. So zeigt er, dass Zahlungsprobleme in der Vergangenheit, gemessen an der Zahl der Überziehungen, einen negativen Effekt auf die Kreditverfügbarkeit haben.⁷⁴⁴ LEHMANN/NEUBERGER bestätigen die Ergebnisse von COLE, so reduziert eine schlechte Kreditnehmerqualität, gemessen an der Ratingklasse, die Wahrscheinlichkeit der Kreditzusage.⁷⁴⁵

Wie in Tab. A-12 zusammengefasst, lässt sich hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit feststellen, dass sich auch hier kein einheitliches Bild abzeichnet. So zeigen die Variablen Alter des Unternehmens, Anzahl der Bankverbindungen, zusätzliche Dienstleistungen und Marktkonzentration eine einheitliche Tendenz, hingegen sind die Ergebnisse bei den Variablen Kreditnehmerqualität, Größe und Dauer der Bankverbindung uneinheitlich. Kritisch zu sehen sind vor allem die indirekten Messungen der Kreditverfügbarkeit. Wie auch bereits von ANGELINI/DI SALVO/FERRI moniert, wirken hier möglicherweise auch noch andere Einflussparameter auf die indirekten Parameter.⁷⁴⁶

⁷⁴³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

⁷⁴⁴ Vgl. Cole (1998), S. 975.

⁷⁴⁵ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 24.

⁷⁴⁶ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 931.

	Operationalisierung/Kreditverfügbarkeit	Kreditnehmerqualität			Anzahl der Bankverbindungen	Dauer der GB	Zusätzliche Dienstleistungen	Mitgliedschaft	Marktbezogen	
		Größe	Alter	Kreditnehmerqualität					Markt-konformation	Markt-konformation
Angelini/Di Salvo/Ferri (1998)	Kreditwunsch/Kreditbewilligung	0	+	+	-	+	+	+	0	0
Cole (1998)	Kreditwunsch/Kreditbewilligung	+	+	-	-	+	+			
Cole/Goldberg/White (2001)	Kreditwunsch/Kreditbewilligung	0	+	0	-	0	0			
Harhoff/Körting (1998b)	Prozentsatz der verspätet gezahlten Lieferantenkredite	0	0	0	-	0				
Lehmann/Neuberger (2001)	Kreditwunsch/Kreditbewilligung	-	-	-	-	-				
Petersen/Rajan (1994)	Prozentsatz der verspätet gezahlten Lieferantenkredite	0	+	0	-	+	+		+	
Petersen/Rajan (1995)	Prozentsatz der verspätet gezahlten Lieferantenkredite	0	+	0	-	+	+			0
Scott/Dunkelberg (2003)	Kreditwunsch/Kreditbewilligung		+		0	0	0			

* Cole differenziert nach den verschiedenen Arten an Dienstleistungen..

Tab. A-12: Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Studien zur Kreditverfügbarkeit⁷⁴⁷

⁷⁴⁷ Eigene Darstellung. Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944 f., Cole (1998), S. 971 bzw. S. 974 f., Cole/Goldberg/White (2001), S. 44 f., Harhoff/Körting (1998b), S. 1346 f., Lehmann/Neuberger (2001), S. 352, Petersen/Rajan (1994), S. 27, Petersen/Rajan (1995), S. 428 und Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f. Eine Übersicht mit ähnlichen Studien und weiteren Variablen findet sich bei Segbers (2007), S. 211.

4.3.2.5 Kritische Würdigung der bisherigen empirischen Studien sowie Darstellung bestehender Erweiterungen um verhaltenswissenschaftliche Aspekte

4.3.2.5.1 Kritische Würdigung der bisherigen empirischen Studien

Zentrale Parameter bei den zahlreichen Studien sind die Dauer der Beziehung sowie der Scope. Diese Variablen werden jeweils als Indikator für die Stärke der Bankbeziehung und als Medium zur Beseitigung von Informationsasymmetrien herangezogen. Es bleibt hierbei jedoch gänzlich offen, wie die privaten Informationen generiert werden, inwiefern es sich bei der Informationsgenerierung weitestgehend um einen Automatismus, bspw. in Abhängigkeit von der Dauer der Beziehung handelt, und welche Rolle soziale Interaktionen im Rahmen dieser Beziehungen spielen. Diese Aspekte fehlen, obwohl bereits bei MAIN die persönliche Beziehung zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem Kunden als zentrales Merkmal der Kunde-Bank-Beziehung betont wurde und bei MORIARTY/KIMBALL/GAY die persönliche Beziehung als intangibler, aber wesentlicher Nutzen hervorgehoben wurde.⁷⁴⁸

Vor diesem Hintergrund bieten die Interaktionstheorien, welche beide Seiten einer Beziehung betrachten, in der Individuen aktiv involviert sind, eine sinnvolle Erweiterung.⁷⁴⁹ In diesem theoretischen Rahmen haben verschiedene Studien – vornehmlich aus dem Bereich des Industriegütermarketings – versucht, die Determinanten einer erfolgreichen langfristigen Beziehung zu identifizieren.⁷⁵⁰ Eine Erkenntnis ist, dass Vertrauen und Zufriedenheit eine Schlüsselrolle in der Entwicklung einer Beziehung einnehmen.⁷⁵¹ Im Vergleich zu Gütermärkten sind allerdings die sozialen Interaktionen zwischen Bankmitarbeitern und den Unternehmern weniger klar und sehr variabel.⁷⁵² PERRIEN/RICARD merken an, dass auch innerhalb einer Bank die Bankmitarbeiter eine unterschiedliche Wahrnehmung in Bezug auf die Positionierung der Bank zum Relationship vs. Transaction Banking der eigenen Bank und der Konkurrenzbanken haben,⁷⁵³ so dass auch die Person des Firmenkundenbetreuers in den Studien Berücksichtigung finden sollte. ENNEW/BINKS berichten, dass informale Aspekte einer Bankbeziehung das Ausmaß beeinflussen, in dem sich ein Kunde der Bank gegenüber verpflichtet fühlt, und dass der Informationsfluss innerhalb der Bankbeziehung wichtig für das gegenseitige Verstehen der Partner ist.⁷⁵⁴ Auch hier wird noch mal der Aspekt der in der Beziehung agierenden Personen als wesentlich herausgestellt.

Eine Schlüsselvariable für die Beschreibung der sozialen Interaktion ist Vertrauen, welches von positiven Erfahrungen in der Vergangenheit ausstrahlen kann. Da Ver-

⁷⁴⁸ Vgl. Kapitel A.4.1.

⁷⁴⁹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 11. Für eine ausführliche Diskussion vgl. Ford (1990) und Axelsson/Easton (1992).

⁷⁵⁰ Vgl. Perrien/Ricard (1995), S. 40.

⁷⁵¹ Vgl. Ganesan (1994), S. 3 f.

⁷⁵² Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 11.

⁷⁵³ Vgl. Perrien/Ricard (1995), S. 40.

⁷⁵⁴ Vgl. Ennew/Binks (1995), S. 57 ff.

trauen Moral Hazard-Probleme und somit Monitoring-Kosten reduziert, sind geringere Risikoaufschläge beim Zinssatz erforderlich,⁷⁵⁵ so dass sich daraus, wie in Abb. A-8 dargestellt, ein direkter Effekt auf die Konditionen ergibt. Die Beschaffenheit der Beziehung, die sich unter anderem im Umfang des bestehenden Vertrauens widerspiegelt, wird aber auch die Quantität und die Qualität der Informationen, die der Bank zur Verfügung gestellt werden, beeinflussen. In einer engen Beziehung versteht die Bank das spezifische Geschäfts- und Branchenumfeld des Unternehmens. Die Bank erhält Signale zu Managereigenschaften und Geschäftsperspektiven.⁷⁵⁶ Somit bietet die Beziehung eine Basis für das Verstehen der Kundenbedarfe. Des Weiteren führt der erhöhte Informationsfluss zu einem besseren Verständnis des Geschäftspartners.⁷⁵⁷ Dies führt erneut zu einer Reduktion der Monitoring-Kosten und potenziell auch der Zinssätze.⁷⁵⁸

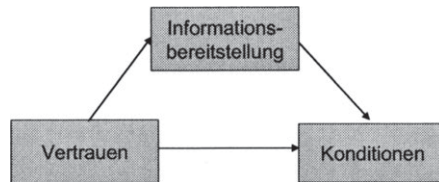


Abb. A-8: Auswirkung von Vertrauen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung⁷⁵⁹

Dieser Vertrauensaspekt wird häufig in den beschriebenen Studien am Rande angesprochen oder bei langen Bankbeziehungen implizit unterstellt, ohne selbigen näher zu erläutern oder dezidiert zu hinterfragen. Wie die nachstehenden Ausführungen zeigen, werden Begriffe wie „vertrauenswürdig“, „Vertrauen“ und „vertraulich“ zwar im Rahmen der theoretischen Ausführungen verwendet, in der Empirie aber nicht erneut aufgegriffen. So weist BOOT darauf hin, dass vertrauliche Informationen im Rahmen einer festen Kunde-Bank-Beziehung ausgetauscht werden.⁷⁶⁰ Die feste Kunde-Bank-Beziehung wird in seiner Studie ausschließlich durch die Dauer der Beziehung operationalisiert. Die alleinige Tatsache, dass eine lange Beziehung besteht, lässt allerdings nicht den Schluss zu, dass vertrauliche Informationen ausgetauscht werden, obgleich die Wahrscheinlichkeit höher ist als bei einer noch jungen Beziehung. DOBERANZKE betrachtet Vertrauen als wichtige Voraussetzung für eine Partnerschaft zwischen Bank und Kunde.⁷⁶¹ Gemäß PETERSEN/RAJAN steigert eine lange Dauer der Bankbeziehung und eine lange gemeinsame Kredithistorie die Wahrscheinlichkeit, dass das Unter-

⁷⁵⁵ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 12.

⁷⁵⁶ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 12.

⁷⁵⁷ Vgl. Ennew/Binks (1995), S. 57 ff.

⁷⁵⁸ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 12.

⁷⁵⁹ Eigene Darstellung.

⁷⁶⁰ Vgl. Boot (2000), S. 10.

⁷⁶¹ Vgl. Doberanzke (1993), S. 22.

nehmen überlebensfähig und der Unternehmer vertrauenswürdig ist.⁷⁶² Ebenso argumentieren sie, dass bei jungen Unternehmen eine Unsicherheit bezüglich Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit besteht.⁷⁶³ Zwar sollte mit zunehmender Beziehungsdauer die Beurteilungsfähigkeit hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit steigen, die Schlussfolgerung, dass eine zunehmende Beziehungsdauer zwangsläufig zu einem größeren Vertrauen führt, abstrahiert zu stark von der Komplexität des Phänomens Vertrauen.

Bei dem Prozess des Informationsaustausches und des Vertrauensaufbaus handelt es sich allerdings nicht um einen einseitigen Prozess; der Prozess erfordert Mitwirkung von beiden Seiten. So kann die Bank nur die Kundenwünsche und -bedürfnisse erfüllen, wenn der Unternehmer die richtigen Informationen zeitnah liefert. Diese Kooperation führt wiederum zu einer stabilen Beziehung, in der sich die Partner gegenseitig verpflichtet fühlen.⁷⁶⁴ Ein guter Informationsfluss ist einerseits Ergebnis und andererseits Voraussetzung für eine gute und enge Beziehung. Eine gute und enge Beziehung und Bindung ist aber von wesentlicher Bedeutung, denn die Aufrechterhaltung der Beziehung zwischen Kunde und Bank wurde als eine Voraussetzung für den intertemporalen Konditionenausgleich genannt. Wesentliche Einflussgrößen waren hier die Marktkonzentration und die Anzahl der Bankverbindungen des einzelnen Unternehmens. Diese Größen reflektieren vor allem die Möglichkeit, die Bankverbindung zu wechseln und somit den Grad der Gebundenheit des Kunden an die Bank. Unter Gebundenheit wird hier das Nicht-Wechseln-Können des Kunden verstanden.⁷⁶⁵ Das Nicht-Wechseln-Wollen wurde bisher in den Studien weitestgehend vernachlässigt, so findet sich in den untersuchten Studien keine Variable, die diese eher emotionale Komponente abbildet.

Im Folgenden werden drei Studien angesprochen, die einen ersten Ansatz darstellen, einzelne Aspekte der Theorie der sozialen Interaktion auf die Relationship Banking-Forschung zu übertragen.

4.3.2.5.2 Sozial eingebundene Geschäftsbeziehungen bei Uzzi

UZZI/LANCASTER untersuchen, inwiefern informelle firmenübergreifende Beziehungen den Wissenstransfer und die Lerneffekte über die Unternehmensgrenzen hinaus beeinflussen.⁷⁶⁶ Als theoretische Grundlage greifen sie auf die Theorie der sozialen Eingebundenheit zurück. Bei diesem Ansatz wird die Qualität der informellen Bindungen als variabel angesehen in Abhängigkeit von dem Grad der sozialen Eingebundenheit der Geschäftsbeziehung.⁷⁶⁷ Der Grad der Eingebundenheit kann entweder als eingebunden oder als ‚at arm’s length‘ charakterisiert werden.

Bei ‚at arm’s length‘ handelt es sich um die konventionelle Betrachtung der unternehmensübergreifenden Bindungen, hierbei sind die Beziehungen kühl, unpersönlich,

⁷⁶² Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 5.

⁷⁶³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 5.

⁷⁶⁴ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 12.

⁷⁶⁵ Vgl. Eggert (1999), S. 52 f.

⁷⁶⁶ Vgl. Uzzi/Lancaster (2003), S. 383.

⁷⁶⁷ Vgl. Uzzi/Lancaster (2003), S. 383.

atomistisch und die Akteure werden motiviert durch ein instrumentelles Gewinnstreben. Bei sozial eingebundenen Geschäftsbeziehungen findet eine Verwebung von privaten und geschäftlichen Verhaltensweisen und Kontakten in der Form statt, dass keine eindeutige Unterscheidung zwischen diesen mehr möglich ist.⁷⁶⁸ Diese Beziehungen schaffen Verhaltenserwartungen, die bei der atomistischen Betrachtung der Transaktionen irrelevant sind, während sie bei eingebundenen Beziehungen dazu führen, dass eine Verschiebung von Opportunismus zu einem vertrauensvollen, kooperativen Verhalten erwartet wird.⁷⁶⁹

In ihrer Untersuchung unterscheiden UZZI/LANCASTER dabei zwischen zwei Typen von Informationen, öffentlichen und privaten Informationen.⁷⁷⁰ UZZI zeigt, dass Arm's length-Beziehungen den Fluss von öffentlichen Informationen, eingebundene Beziehungen hingegen den Fluss von privaten Informationen, die ja gerade für die Funktion von Hausbankbeziehungen charakteristisch sind, fördern.⁷⁷¹ Denn die Erwartung von Vertrauen in dieser Beziehung und die Annahme der Reziprozität des Vertrauens liefert eine Absicherung dahingehend, dass die Informationen nur zum beiderseitigen Nutzen verwendet werden.⁷⁷² In einer Feldstudie haben UZZI/LANCASTER Interviews mit 24 Firmenkundenbetreuern von mittelständischen Unternehmen durchgeführt, in der sie genau diesen Zusammenhang bestätigen. Gleichzeitig sind diese Ausführungen ein Hinweis darauf, dass eine Hausbankbeziehung nicht per se zu positiven (ökonomischen) Konsequenzen führt, sondern dass gerade der Grad der Relationalität, verstanden als Ausmaß der sozialen Eingebundenheit, hierbei eine wichtige Rolle spielt.⁷⁷³

Gegenstand der Studie von UZZI/GILLESPIE ist die Frage, inwiefern die sozialen Beziehungen und Netzwerke zwischen Banken und Unternehmen einzigartige finanzielle Fähigkeiten und Ressourcen schaffen, die wiederum das Management von Lieferantenkrediten beeinflussen.⁷⁷⁴ In ihrer Studie untersuchen sie konkret, welche Auswirkungen die Dauer der Bankbeziehung, die Multiplexität der Bankbeziehung und die Größe des Banknetzwerkes auf das Zahlungsverhalten in Bezug auf Lieferantenkredite hat. Hierbei unterscheiden sie zwischen dem Anteil an Skontoziehungen sowie dem Anteil an verspäteter Zahlung jeweils in Bezug auf die Lieferantenkredite.⁷⁷⁵ Die Multiplexität wird gemessen anhand der Zahl der Bankdienstleistungen, die vom Unternehmen und vom Unternehmer in Anspruch genommen werden, denn gerade die Dienstleistungen im privaten Bereich führen dazu, dass die sozialen Beziehungen

⁷⁶⁸ Vgl. Iacobucci/Ostrom (1996), S. 53 ff. Dies umfasst bspw. private Einladungen, gemeinsame Hobbies oder auch gemeinsame Bekannte. Hier wird eine gewisse Nähe zur Argumentation in der Studie von Angelini/Di Salvo/Ferri sichtbar. Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 925 ff.

⁷⁶⁹ Vgl. Uzzi/Lancaster (2003), S. 383.

⁷⁷⁰ Vgl. Uzzi/Lancaster (2003), S. 385.

⁷⁷¹ Vgl. Uzzi (1999), S. 481 ff.

⁷⁷² Vgl. Uzzi/Lancaster (2003), S. 385.

⁷⁷³ Fraglich ist dann, ob bei wenig relationalen Beziehungen überhaupt von Hausbankbeziehungen gesprochen werden kann. An dieser Stelle soll diese Sichtweise einmal beibehalten werden.

⁷⁷⁴ Vgl. Uzzi/Gillespie (2002), S. 602.

⁷⁷⁵ Vgl. Uzzi/Gillespie (2002), S. 602.

vertieft werden.⁷⁷⁶ Die Netzwerkgröße wird gemessen als Anzahl der Bankverbindungen des Unternehmens.

Hinsichtlich der Dauer der Bankbeziehung kommen sie zu dem Ergebnis, dass mit zunehmender Dauer der Bankbeziehung die Skontoziehungen steigen und die verspäteten Zahlungen sinken. Sie leiten daraus ab, dass die Dauer der Bankbeziehung ein Indikator für den Umfang der ausgetauschten privaten Informationen ist und der Anstieg an privaten Informationen zu einer erhöhten Kreditverfügbarkeit führt.⁷⁷⁷ Ihr Ergebnis hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Dauer der Bankbeziehung und Kreditverfügbarkeit entspricht somit den Studien von PETERSEN/RAJAN und ANGELINI/DI SALVO/FERRI.⁷⁷⁸

Auch mit zunehmender Multiplexität, d.h. Anzahl der genutzten Produkte und Dienstleistungen, kommt es zu einem Anstieg der Skontoziehungen und somit zu einer verbesserten Kreditverfügbarkeit. Allerdings konnte hinsichtlich der verspäteten Zahlungen kein eindeutiges Ergebnis erzielt werden, woraus UZZI/GILLESPIE schlussfolgern, dass die Multiplexität ein weniger robuster Indikator für die soziale Eingebundenheit ist als bspw. die Dauer der Bankbeziehung. Auch hier unterstützt ihr Ergebnis die vorherigen Studien von PETERSEN/RAJAN und COLE,⁷⁷⁹ wengleich die Interpretation der Ergebnisse aufgrund der Einbeziehung der Theorie der sozialen Eingebundenheit eine andere ist.

Ferner führt bei UZZI/GILLESPIE eine zunehmende Netzwerkgröße, d.h. eine größere Anzahl von Bankverbindungen, dazu, dass die Skontoziehungen sinken und die verspäteten Zahlungen steigen, d.h. die Kreditverfügbarkeit sinkt.⁷⁸⁰ Auch mit diesem Ergebnis können sie vorherige Studien wie bspw. von PETERSEN/RAJAN bestätigen.

Im Endeffekt führen UZZI/GILLESPIE ihre Ergebnisse zwar auf die soziale Austauschtheorie und die Theorie der sozialen Eingebundenheit zurück, allerdings unterscheidet sich ihr Ansatz bezüglich der verwendeten Parameter nicht von den bestehenden, bereits ausführlich diskutierten Studien, so dass die Ergebnisse noch nicht den gewünschten Erkenntnisgewinn hinsichtlich des Einflusses der sozialen Interaktion auf die Kreditkonditionen verschaffen. Wichtig für diese Arbeit ist die empirisch noch nicht hinreichend untersuchte Aussage, dass nicht (nur) die Hausbankbeziehung als solche, sondern der Grad der sozialen Eingebundenheit ökonomische Konsequenzen hervorruft.

⁷⁷⁶ Vgl. Uzzi/Gillespie (2002), S. 604.

⁷⁷⁷ Vgl. Uzzi/Gillespie (2002), S. 610.

⁷⁷⁸ Vgl. Kapitel A.4.3.2.4.

⁷⁷⁹ Vgl. Kapitel A.4.3.2.4.

⁷⁸⁰ Vgl. Uzzi/Gillespie (2002), S. 610.

4.3.2.5.3 Integration von Vertrauen in eine Studie zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung durch HARHOFF/KÖRTING

In Kapitel A.4.3.2.5.1 zur Kritik der zuvor besprochenen Studien wurde die zentrale Rolle von Vertrauen im Rahmen der Bankbeziehung betont. HARHOFF/KÖRTING haben zwecks Beschreibung der Bankbeziehung neben den Parametern Dauer der Bankbeziehung und Anzahl der Bankverbindungen explizit diesen Vertrauensaspekt berücksichtigt. Dazu haben sie die Unternehmensmanager bezüglich des gegenseitigen Vertrauens zwischen Bank und Unternehmen befragt.⁷⁸¹ In 61,5% der betrachteten Fälle (N=994) wurde nun von einem besonderen Vertrauensverhältnis zwischen Unternehmen und Bank berichtet.

Bei der Analyse der Einflussgrößen des Zinssatzes finden HARHOFF/KÖRTING, wie bereits in Kapitel A.4.3.2.2 erläutert, dass die Anzahl der Bankverbindungen und die Dauer der Bankbeziehung keinen signifikanten Effekt auf den Zinssatz ausüben. Dagegen weist die Dummyvariable für das Vertrauen einen signifikanten negativen Effekt aus, d.h. die Existenz von Vertrauen führt zu einer Reduktion des Zinssatzes. Der Koeffizient für den Vertrauensparameter beträgt -0,481 und erklärt somit die Reduktion von 0,48% des Zinssatzes, so dass durchaus von einem ökonomisch signifikanten Einfluss gesprochen werden kann.⁷⁸² Da die Integration der Vertrauensvariable nicht zu einer ökonomisch signifikanten Veränderung der Koeffizienten für die Dauer der Bankbeziehung und die Anzahl der Bankverbindungen führt, wird geschlossen, dass der Vertrauensaspekt gemäß der statistischen Auswertung nicht in den anderen unabhängigen Variablen wie bspw. Dauer der Bankbeziehung enthalten ist und somit eine zusätzliche Erklärung liefert.⁷⁸³

Bei der Analyse der Einflussgrößen in Bezug auf die Sicherheitenstellung zeigen HARHOFF/KÖRTING für den deutschen Markt wie zuvor in Kapitel A.4.3.2.3 dargestellt, dass mit steigender Anzahl der Bankverbindungen die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung steigt, während selbige mit zunehmender Dauer der Bankbeziehung sowie steigendem Unternehmensalter sinkt.⁷⁸⁴ Bemerkenswert ist aber die Erkenntnis, dass die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung bei Existenz von gegenseitigem Vertrauen sinkt.⁷⁸⁵ Auch bei dieser Auswertung ist der Vertrauensaspekt nicht in den anderen unabhängigen Variablen wie bspw. Dauer der Bankbeziehung enthalten.⁷⁸⁶

Hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit konnte kein signifikanter Einfluss der Vertrauensvariablen festgestellt werden. Ferner konnten beim Pseudo-R² nur Werte im

⁷⁸¹ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1319.

⁷⁸² Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1342 f.

⁷⁸³ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1342 f.

⁷⁸⁴ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1342 f.

⁷⁸⁵ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1337 f.

⁷⁸⁶ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1337 f. Die Koeffizienten der Variablen Anzahl der Kreditgeber und Dauer der Beziehung sowie deren Signifikanz sind auch nach Integration der Vertrauensvariablen nahezu unverändert.

Bereich von 0,0150 bis 0,0183 erzielt werden, so dass der Erklärungsgehalt der Regression nur sehr gering ist.⁷⁸⁷

Resümierend lässt sich feststellen, dass Vertrauen zu einer Reduktion des zu zahlenden Zinssatzes und der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung führt, während es keinen signifikanten Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit ausübt. Dies könnte dadurch erklärt werden, dass Vertrauen zu einer Reduktion der Risiken eines Moral Hazard und der deswegen erforderlichen Monitoring-Maßnahmen führt, was wiederum in einen geringeren Bedarf an Sicherheiten und einer kostengünstigeren Kreditüberwachung resultiert. Sofern die Bank die Einsparungen an die Kunden weitergibt, sinken die Kreditzinsen für den Kunden. Während in den bisherigen Studien vielfach angenommen wurde, dass das Vertrauen bspw. in der Variablen Dauer der Bankbeziehung enthalten ist, wird hier gezeigt, dass Vertrauen einen zusätzlichen Erklärungsbeitrag in Ergänzung zu sonstigen Beziehungsvariablen wie der Dauer der Beziehung und der Anzahl der Kapitalgeber liefert. Denn die Koeffizienten der genannten Variablen bleiben auch bei zusätzlicher Aufnahme der Vertrauensvariablen nahezu unverändert.⁷⁸⁸ Somit kann also hier festgehalten werden, dass Vertrauen in Bankbeziehungen eine Rolle spielt und ökonomische Konsequenzen mit sich bringt.

Kritisch angemerkt werden muss allerdings die Operationalisierung des Vertrauenskonstruktes. Bei dem Vertrauenskonstrukt handelt es sich um ein vielschichtiges Phänomen, welches nicht über eine einzige Dummyvariable angemessen und vollumfänglich abgebildet werden kann.⁷⁸⁹ Folgerichtig erscheint es erforderlich, das Konstrukt des Vertrauens umfangreicher zu konzeptualisieren sowie seine Determinanten und Wirkungen in einer Hausbankbeziehung zu explizieren. Ferner können sie auch nicht erklären, was die Entwicklung von Vertrauen in Bankbeziehungen beeinflusst. Allein die Dauer der Beziehung sowie die Anzahl der Wettbewerber liefert keine Erklärung für das Entstehen von Vertrauen.⁷⁹⁰ Aufgrund der fehlenden (verhaltens-)wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem latenten Konstrukt des Vertrauens bleiben auch die Interpretationen der Ergebnisse in der Studie von HARHOFF/KÖRTING eher oberflächlich.⁷⁹¹

⁷⁸⁷ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1346 f. Vor Integration der Vertrauensvariablen liegen die Werte für das Pseudo-R² im Bereich von 0,0150 bis 0,0159. Nach Integration der Variablen liegen die Werte im Bereich von 0,0160 bis 0,0183. Das Pseudo-R² wird bspw. bei der logistischen Regression oder der Tobit-Analyse herangezogen. Es ist wie das R² bei der linearen Regression ein Maß für den Erklärungsgehalt der Regression. Eine ausführliche Darstellung dieses auch bei der logistischen Regression zu verwendenden Gütemaßes erfolgt in Kapitel A.3.5.2.2.

⁷⁸⁸ Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1337 und 1342.

⁷⁸⁹ Siehe hierzu Kapitel A.5.2.3.1.

⁷⁹⁰ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 14.

⁷⁹¹ Dieses gewisse Defizit räumen die Autoren selbst ein: „While we do not have information on what determines the evolution of trust in bank-firm relationships, it seems clear that there is more to it than simply time passing by (i.e. duration) or the extent of competition (number of lenders)“, Harhoff/Körting (1998b), S. 1337. Vgl. hierzu auch Segbers (2007), S. 180.

4.3.2.5.4 Integration von Vertrauen in eine Studie zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung durch LEHMANN/NEUBERGER

Die Studie von LEHMANN/NEUBERGER bietet dahingehend eine Erweiterung der bestehenden klassischen Studien aus dem Bereich Relationship Banking, als dass sie Interaktionsvariablen, welche die sozialen Beziehungen zwischen Kundenbetreuer und Unternehmensmanager messen, integrieren.⁷⁹² Ferner versuchen sie, das Vertrauenskonstrukt detaillierter und wissenschaftlich fundierter abzubilden als dies in der Studie von HARHOFF/KÖRTING der Fall ist. Sie erweitern die Theorien der Finanzintermediation und die Theorien zum Relationship Lending um die Theorien der sozialen Interaktion und kommen zu dem Untersuchungsergebnis, dass ihre noch zu erläuternden Beziehungs- und Interaktionsvariablen Kreditzinsen, Sicherheitserfordernisse und Kreditverfügbarkeit beeinflussen.⁷⁹³ Die theoretische Grundlage für die Erweiterung bei LEHMANN/NEUBERGER bildet im Wesentlichen die länderübergreifende Studie von FISMAN/KHANNA, in der die Rolle von Vertrauen und Informationen untersucht wird.⁷⁹⁴ FISMAN/KHANNA nehmen eine Differenzierung nach Abschreckungs-, Wissens- und Identifikationsbasierung von Vertrauen vor:⁷⁹⁵

- Zentrales Element des abschreckungsbasierten Vertrauens ist die Androhung von Bestrafung, sofern konsistentes Verhalten nicht aufrechterhalten wird (rationales Vertrauen). Die Grundlage bildet das spieltheoretisch fundierte Gefangen-Dilemma. Wenn nun die Spieler nicht in der Lage sind, die anderen zu monitorieren, so wird das opportunistische Verhalten steigen und weniger Kooperation entstehen, da nicht beurteilt werden kann, inwiefern der andere einen Verrat begangen hat. Dieser Ansatz geht von einer positiven Korrelation zwischen Vertrauen und Information aus.⁷⁹⁶ Vertrauen, welches auf Informationen basiert, reduziert Monitoring-Kosten und induziert damit geringere Zinsen in einer Bankbeziehung.
- Wissensbasiertes Vertrauen entsteht dann, wenn eine Partei über genügend Informationen verfügt, um das Verhalten des anderen korrekt vorherzusagen. Ein besserer Informationsfluss zwischen den Parteien führt in Konsequenz dadurch zu mehr Vertrauen, da man über das Verhalten des anderen lernt.
- Identifikationsbasiertes Vertrauen resultiert, wenn jeder Partner die Präferenzen des anderen vollständig internalisiert hat, so dass die andere Partei als Agent dienen kann und gleichzeitig die Zuversicht besteht, dass dadurch die eigenen Interessen gewahrt bleiben.⁷⁹⁷ Ebenso wie beim wissensbasierten Vertrauen

⁷⁹² Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 1.

⁷⁹³ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 1.

⁷⁹⁴ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 1.

⁷⁹⁵ Vgl. Fisman/Khanna (1999), S. 79 ff.

⁷⁹⁶ Vgl. Fisman/Khanna (1999), S. 81.

⁷⁹⁷ Vgl. Fisman/Khanna (1999), S. 81.

führt auch hier ein besserer Informationsfluss zwischen den Parteien zu mehr Vertrauen.⁷⁹⁸

Während in den beschriebenen Vertrauensformen ein höheres Vertrauensniveau mit einem erhöhten Informationsfluss einhergeht, kann allerdings – wie bereits auch von FISMANN/ KHANNA erwähnt – ebenso eine inverse Kausalität vorliegen, d.h. geringeres Vertrauen führt dazu, dass die Individuen mehr in die Informationserlangung investieren und ein Bedürfnis für Monitoring verspüren, um Opportunismus zu reduzieren. In diesem Fall sind Informationen und Vertrauen negativ korreliert.⁷⁹⁹

Um das gegenseitige Vertrauen in einer Bankbeziehung zu messen, operationalisieren LEHMANN/NEUBERGER diese unterschiedlichen Vertrauensformen mit vier Variablen, die den Eindruck der Stabilität, den Informationsfluss, die Verpflichtung zum Partner und die Erfahrungen der Vergangenheit messen.⁸⁰⁰

Die Stabilität der Beziehung hängt vom konsistenten Verhalten ab und dient als Proxy für ein abschreckungsbasiertes Vertrauen. Der Informationsfluss (d.h. die Bereitschaft des Kreditnehmers über Probleme zu informieren) dient als Proxy für wissensbasiertes Vertrauen.⁸⁰¹ Die Verpflichtung gegenüber dem Kooperationspartner ist ein Proxy für das identifikationsbasierte Vertrauen gem. FISMANN/KHANNA und die vergangenen Erfahrungen reflektieren die Reziprozität in einer Beziehung.⁸⁰² Zur Messung dieser Aspekte haben die Kundenbetreuer der Bank eine Beurteilung auf einer 5-wertigen Likert-Skala vorgenommen. Um ordinale Variablen zu vermeiden, wurden die Werte allerdings in eine Binärskala überführt. Damit geht leider auch ein Informationsverlust einher.⁸⁰³

Sowohl die Stabilität der Bankbeziehung (abschreckungsbasiertes Vertrauen) als auch gute Erfahrungen in der Vergangenheit haben einen negativen Effekt auf den Zinssatz, wobei nur die Variable Stabilität einen signifikanten Einfluss ausübt (vgl. Tab. A-13). Die Bereitschaft des Kreditnehmers, die Bank unmittelbar über Probleme zu informieren (wissensbasiertes Vertrauen), übt einen signifikanten positiven Einfluss auf den Zinssatz aus. Eine Erklärung hierfür kann in erhöhten Informationsanforderungen der Banken im Krisenfall vermutet werden.⁸⁰⁴ In diesem Sinne würde allerdings eine umfangreichere Informationsweitergabe durch das Unternehmen weniger ein Ausdruck größeren Vertrauens, sondern vielmehr ein Zeichen von Misstrauen im Krisenfälle

⁷⁹⁸ Einen Überblick über die Bedeutung von Vertrauen in Business-to-Business-Beziehungen gibt Blois (1999). Vgl. Blois (1999).

⁷⁹⁹ Vgl. Fisman/Khanna (1999), S. 82.

⁸⁰⁰ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 13.

⁸⁰¹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 13.

⁸⁰² Vgl. Blois (1999), S. 201.

⁸⁰³ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 349.

⁸⁰⁴ Vgl. auch Lehmann/Neuberger (2001), S. 353. Siehe auch Burghof für ein Beispiel eines derartigen Verhaltens. Vgl. Burghof (2000), S. 282. Segbers/Siemens finden keinen Hinweis auf einen Zusammenhang zwischen der Qualität des Unternehmens und dessen Informationsverhalten gegenüber seiner Bank. Vgl. Segbers/Siemens (2005b), S. 318. Lehmann/Neuberger nehmen jedoch keine explizite Überprüfung dieser These, z.B. durch einen Interaktionsterm mit dem bankinternen Rating, vor.

sein. Ursächlich hierfür könnte die Erwartung einer finanziellen Schieflage sein, wenn der Kunde Probleme berichtet.⁸⁰⁵

	Vertrauensform gem. Fisman/Khanna	Zinssatz	Sicherheiten	Kreditverfügbarkeit
Stabilität	Abschreckungsbasiertes Vertrauen	..**	+.**	+
Informationsfluss	Wissensbasiertes Vertrauen	+.*	-	+.***
Verpflichtung zum Partner	Identifikationsbasiertes Vertrauen	+	-	+
Erfahrungen der Vergangenheit	----	-	-	+.**
Gesamtheit der Interaktionsvariablen	----	+.**	+	+.***
* Signifikant auf dem 10%-Niveau.				
** Signifikant auf dem 5%-Niveau.				
*** Signifikant auf dem 1%-Niveau.				

Tab. A-13: Auswirkung der Vertrauensformen auf die Kreditkonditionen⁸⁰⁶

Die Interaktionsvariablen üben alle mit Ausnahme der Stabilität einen negativen, allerdings nicht signifikanten Einfluss auf die Sicherheitenstellung aus. Die Variable Stabilität übt einen signifikanten positiven Einfluss aus, was dadurch erklärt werden könnte, dass eine höhere Stabilität dann vorliegt, wenn es sich um eine Hausbankbeziehung handelt. Da Hausbanken in der Regel die ersten Kreditgeber eines Unternehmens sind, bekommen sie wahrscheinlich die besten Sicherheiten.⁸⁰⁷ Die Wirkungsrichtung könnte aber auch umgekehrt sein, so dass eine empfundene Stabilität aus einer höheren Besicherungsquote resultiert. Sicherheiten können in diesem Sinne als Ursache und auch als Wirkung der Stabilität betrachtet werden.⁸⁰⁸

Die Kreditverfügbarkeit, gemessen als die Wahrscheinlichkeit einer Kreditbewilligung, wird positiv beeinflusst durch Erfahrungen aus der Vergangenheit und durch umfangreichere Informationen. Dies ist konsistent zur Sichtweise des Relationship Banking, da beide Faktoren als Ausdruck von proprietärem Wissen verstanden werden können.

Auch wenn hier ein Ansatz zur Erweiterung der bestehenden Studien aus dem Bereich des Relationship Banking um verhaltenswissenschaftliche Aspekte zu sehen ist, so wirkt der Zusammenhang zu den Vertrauensarten teilweise etwas konstruiert.⁸⁰⁹ Es ist

⁸⁰⁵ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 22.

⁸⁰⁶ Eigene Darstellung.

⁸⁰⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 23 f.

⁸⁰⁸ Vgl. Segbers (2007), S. 182.

⁸⁰⁹ Dies zeigt sich auch bei einem Blick auf eine frühere Version des Artikels, in der noch kein Zusammenhang der vorgestellten Indikatoren zu den Vertrauensarten nach Fisman/Khanna hergestellt wurde. Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 8 ff.

z.B. fraglich, inwiefern eine empfundene Stabilität als eine Operationalisierung von abschreckungsbasiertem Vertrauen angesehen werden kann.⁸¹⁰ Des Weiteren kann auch die Verpflichtung der Bank gegenüber dem Kreditnehmer nur bedingt als Indikator für ein hohes Vertrauen eingestuft werden. Schließlich ist zu differenzieren, inwiefern es sich um Vertrauen in den Ansprechpartner oder in das Unternehmen handelt. Ferner fehlt die bei latenten Konstrukten grundsätzlich gebotene Überprüfung der Konstrukt-reliabilität und -validität gänzlich.⁸¹¹ Es bleibt offen, inwiefern die einzelnen Fragen geeignet sind, das zu messen, was sie messen sollen, oder inwiefern die verschiedenen Fragen möglicherweise das Gleiche messen. Bspw. besteht vermutlich ein großer Zusammenhang zwischen einem guten Informationsfluss und den guten Erfahrungen der Vergangenheit. Hinsichtlich der Konzeptualisierung und Operationalisierung des Vertrauens bei LEHMANN/NEUBERGER lässt sich konstatieren, dass es an einer umfassenden verhaltenswissenschaftlichen Fundierung mangelt.

4.4 Fazit des aktuellen Standes der Relationship Banking-Forschung

In der Relationship Banking-Theorie liegt der Fokus auf der Analyse der Informationsasymmetrien in der Beziehung zwischen Bank und Kunde. Diese Informationsasymmetrien wirken sich unmittelbar auf den Verhaltensspielraum der Bank und des Kunden aus, was zu opportunistischen und gläubigerschädigendem Verhalten führen kann. Die Banken antizipieren diese Möglichkeiten und berücksichtigen selbige, wie in Abb. A-9 dargestellt, bei der Konditionengestaltung, d.h. der Festlegung der Parameter Kreditzins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit.

Die Informationsasymmetrien bestehen allerdings nicht nur zwischen dem Kunden und den Banken, sondern auch zwischen der Inside-Bank und den Outside-Banken. Die Informationsasymmetrie zwischen Kunde und Inside-Bank ist im Wesentlichen Ausdruck für das Risiko der Inside-Bank bzw. der Präzision der Risikobeurteilung und wird im Risikoaufschlag der Bank berücksichtigt. Die Informationsasymmetrie zwischen Inside- und Outside-Bank determinieren u.a. die Macht der Inside-Bank hinsichtlich der Konditionengestaltung und der Möglichkeit zur Ausnutzung der Kundenbeziehung. Der Grad der Informationsasymmetrie zwischen Inside-Bank und Kunde beeinflusst die Konditionengestaltung, wobei selbiger insbesondere durch die Intensität und Qualität der Geschäftsbeziehung determiniert wird. Unter anderem aufgrund dieser verschiedenen zu berücksichtigenden Beziehungen ist eine allgemeingültige Aussage zur Wirkungsrichtung in Bezug auf die Konditionen nicht möglich. Während die dargestellten Modelle von einer steigenden Kreditverfügbarkeit mit zunehmender Monopolmacht der Inside-Bank, z.B. aufgrund des Informationsvorsprungs ausgehen, sind die Erkenntnisse in Bezug auf den Kreditzins und die Sicherheitenstellung uneinheitlich.

⁸¹⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 181.

⁸¹¹ Vgl. zur Konstruktreliaibilität und -validität und deren Prüfung Homburg/Giering (1996), S. 6 ff. Eine Darstellung der wesentlichen Kriterien erfolgt zudem in Kapitel B.3.2.2.

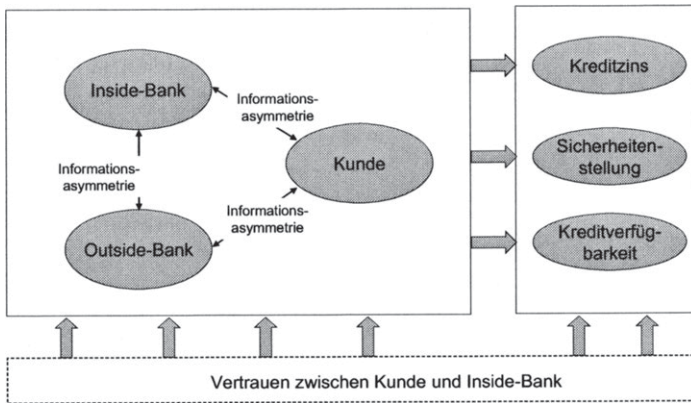


Abb. A-9: Ökonomische Wirkungen der Informationsasymmetrie⁸¹²

Auf der empirischen Ebene dominiert ein Begriffsverständnis, das die Geschäftsbeziehung mit den Dimensionen Intensität und Qualität insbesondere durch die Parameter Dauer der Beziehung und Breite der genutzten Produktpalette beschreibt. Ein Verständnis der Geschäftsbeziehung als ein komplexes Merkmal findet dagegen nur selten Anwendung. Aspekte wie die Interaktionen zwischen den agierenden Personen, die Entwicklung einer gemeinsamen Vertrauensbasis, der Aufbau einer zwischenmenschlichen Beziehung oder einer Beziehung zwischen den beteiligten Unternehmen werden weitestgehend ignoriert. Die bereits kurz skizzierten Ansätze von UZZI, UZZI/LANCASTER, UZZI/GILLESPIE, HARHOFF/KÖRTING und LEHMANN/NEUBERGER stellen erste Ansätze dar, diese Forschungslücke zu schließen. HARHOFF/KÖRTING und LEHMANN/NEUBERGER haben zu diesem Zweck Vertrauensvariablen integriert. Das Vertrauen wirkt sich zum einen unmittelbar auf die Konditionengestaltung und zum anderen auf den Grad der Informationsasymmetrie und dadurch mittelbar auf die Konditionengestaltung aus.

Im Folgenden soll die Geschäftsbeziehung aus der Perspektive des Marketing im Allgemeinen und der Interaktionstheorie im Speziellen untersucht werden, um daraus weitere Erkenntnisse hinsichtlich der zentralen Determinanten und Dimensionen zur Beschreibung einer Geschäftsbeziehung zu erlangen. Mit der Konzeptualisierung und der Operationalisierung der relevanten, noch im Detail zu erarbeitenden Dimensionen soll die Diskrepanz zwischen dem theoretischen Anspruch und dem operablen Begriffsinhalt verringert werden.

⁸¹² Eigene Darstellung.

5 Analyse der Geschäftsbeziehung in einem verhaltenswissenschaftlichen Bezugsrahmen

Der Begriff der Geschäftsbeziehung ist bis heute vornehmlich in den Arbeiten des Investitionsgütermarketing verwendet worden.⁸¹³ Im Folgenden soll im Wesentlichen aufbauend auf den dort behandelten Ansätzen untersucht werden, welche Aspekte aus diesem Bereich der Betriebswirtschaftslehre für das Relationship Banking relevant und somit im Rahmen einer empirischen Analyse der Kunde-Bank-Beziehung zu berücksichtigen sind. Ziel dieses Kapitels ist es, Konstrukte und Variablen zu erarbeiten, die für die empirische Analyse einen weiteren Erklärungsbeitrag liefern, um somit die in Kapitel A.4.3.2.5 und A.4.4 dargestellte Forschungslücke weiter schließen zu können.

In Kapitel A.5.1 erfolgt eine definitorische Abgrenzung des Begriffs der Geschäftsbeziehung, um anschließend die Grundlagen der Interaktionstheorie darzustellen. Diese bilden die Basis für die im nächsten Schritt zu betrachtenden theoretischen Modelle zur Beschreibung von Geschäftsbeziehungen. Die wesentliche Erkenntnis dieser theoretischen Modelle besteht darin, dass die Konstrukte Vertrauen und Commitment eine zentrale Rolle im Rahmen einer langfristigen Geschäftsbeziehung spielen. In einem weiteren Schritt erfolgt eine theoretische Auseinandersetzung mit den beiden Konstrukten sowie die Darstellung der verschiedenen empirischen Untersuchungen zu selbigen aus dem Bereich des Relationship Marketing.

5.1 Definition der Geschäftsbeziehung im Kontext des Investitionsgütermarketing

In der Marketingforschung zeigte sich in den letzten Jahren verstärkt, dass die klassischen Modelle aus dem Bereich des Konsumgütermarketing die Realität der Vermarktung von Investitionsgütern nicht adäquat abzubilden vermögen, da selbige primär die Reaktionen der Nachfrager auf die Aktivitäten der Anbieter analysieren.⁸¹⁴ So wurde festgestellt, dass bei Investitionsgütertransaktionen die real ablaufenden Vorgänge eher durch wechselseitige Austauschbeziehungen zwischen Vertretern der Hersteller- und Vertretern der Verwendefirma gekennzeichnet sind.⁸¹⁵ In der Literatur wird der organisatorische Rahmen, in dem derartige Austauschbeziehungen stattfinden, in der Regel längerfristige Geschäftsbeziehung genannt.⁸¹⁶ Das Attribut der Längerfristigkeit weist darauf hin, dass die Beziehung zwischen der Hersteller- und der Verwendefirma nach Abschluss der Transaktion nicht beendet wird, sondern vielmehr auch danach häufig noch fortbesteht.⁸¹⁷

PLINKE definiert eine Geschäftsbeziehung als eine Folge von Einzeltransaktionen zwischen selbstständigen Marktpartnern, bei denen eine innere Verbindung besteht.⁸¹⁸

⁸¹³ Vgl. Backhaus/Voeth (2007), S. 105 ff. und Diller/Kusterer (1988), S. 211.

⁸¹⁴ Vgl. Backhaus/Voeth (2007), S. 105 ff. und Diller/Kusterer (1988), S. 211.

⁸¹⁵ Vgl. auch Morgan/Hunt (1994), S. 20 ff. zum Relationship Marketing.

⁸¹⁶ Vgl. Backhaus/Voeth (2007), S. 112, Ganesan (1994), S. 1, Håkansson (1982), S. 1.

⁸¹⁷ Vgl. Werp (1998), S. 25.

⁸¹⁸ Vgl. Plinke (1989), S. 307 f.

Gemäß einer Definition nach GEMÜNDEn handelt es sich bei einer Geschäftsbeziehung um „langfristig angelegte, von ökonomischen Zielen geleitete Interaktionsprozesse und Bindungen zwischen Mitgliedern verschiedener Organisationen, die auf eine Folge von Austauschprozessen gerichtet sind“⁸¹⁹. Neben der Langfristorientierung betont GEMÜNDEn, dass Mitglieder von Organisationen, somit Personen und nicht die Organisationen selbst eine Bindung zueinander aufbauen, so dass neben der Unternehmensebene die persönliche Ebene explizit in die Definition integriert wird. Diese Ebene wurde zwar zum Teil im Rahmen der in Kapitel A.4.1 dargestellten Definitionen von Relationship Banking integriert, im Rahmen der empirischen Studien ist die persönliche Ebene allerdings nur bei HARHOFF/KÖRTING über einen und bei LEHMANN/NEUBERGER über vier Vertrauensparameter⁸²⁰ abgebildet worden.

Nach DILLER/KUSTERER lässt sich eine Geschäftsbeziehung auffassen “als jeden von ökonomischen Zielen zweier Organisationen geleiteten Interaktionsprozess zwischen zwei oder mehr Personen ab dem ersten Geschäftsabschluss“⁸²¹. Von zentraler Bedeutung bei einer Geschäftsbeziehung ist das persönliche Verhältnis oder das atmosphärische Klima zwischen den Geschäftspartnern. Allerdings umfassen Geschäftsbeziehungen sehr viel weiter die Gesamtheit der von ökonomischen Zielen geleiteten, direkten, integrativen und auf mehrmalige Transaktionen ausgerichteten Interaktionsprozesse zwischen den Geschäftspartnern.⁸²²

In Analogie zu WERP wird bei den folgenden Ausführungen der in der Definition von DILLER/KUSTERER erhobene Forderung, dass eine Geschäftsbeziehung erst ab dem ersten Geschäftsabschluss vorliegt, nicht gefolgt.⁸²³ Das Vorliegen einer Geschäftsbeziehung zwischen zwei Unternehmen ist vielmehr an die Existenz persönlicher Beziehungen zwischen Vertretern aus beiden Unternehmen geknüpft.⁸²⁴ Bei WERP wird der Begriff der Geschäftsbeziehung verwendet, um sämtliche zwischen zwei Unternehmen ablaufenden Transaktionen in einem übergeordneten Rahmen zusammenzufassen. Das abstrakte Konstrukt der Geschäftsbeziehung wird als die Gesamtheit aller zwischen zwei Unternehmen existierenden Transaktionen verstanden.⁸²⁵ Im Kontext der Kunde-Bank-Beziehung ist somit nicht nur die Dauer der vertraglichen Bindung, sondern auch die Dauer der Bindung zwischen der Person des Firmenkundens und der Person des Firmenkundenbetreuers von Relevanz. Aufgrund der z.T. sehr speziellen und komplexen Produkte werden in Abhängigkeit von der Größe der Bank neben dem Firmenkundenbetreuer zusätzlich noch Spezialisten bei der Beratung mit eingebunden, z.B. der Spezialist für Auslandsgeschäfte, der Spezialist für Versicherungsprodukte oder der Berater für Vermögensanlage, so dass hier unter Umständen mehrere persönliche Beziehungen aufgebaut werden.

⁸¹⁹ Gemünden (1990), S. 34.

⁸²⁰ Aufgrund der stark vereinfachten Abbildung des Konstruktes Vertrauens wird hier bewusst nicht der Begriff „Konstrukt“ verwendet.

⁸²¹ Diller/Kusterer (1988), S. 211.

⁸²² Vgl. Diller (1994), S. 3.

⁸²³ Vgl. Werp (1998), S. 25.

⁸²⁴ Vgl. Werp (1998), S. 25.

⁸²⁵ Vgl. Werp (1998), S. 26.

Die einzelne Transaktion und die Geschäftsbeziehung als Gesamtheit sind als zwei mögliche Bezugsobjekte des Marketings zu verstehen,⁸²⁶ bei denen die einzelne Transaktion ein Teilelement der gesamten Geschäftsbeziehung ist. Während die Transaktion ein vergleichsweise einfach strukturiertes Bezugsobjekt ist, das die Aufdeckung grundlegender Gesetzmäßigkeiten im Austauschprozess ermöglicht, steht mit der Geschäftsbeziehung ein Bezugsobjekt zur Verfügung, das auch komplexe Vorgänge im Austauschprozess abzubilden vermag.⁸²⁷ Die einzelne Transaktion im Rahmen einer Bankbeziehung, z.B. die Kreditbereitstellung, lässt sich relativ einfach durch die Vertragsparameter beschreiben, d.h. Kreditvolumen, Zinssatz, Sicherheit, Auszahlungszeitpunkt, Laufzeit etc. Hingegen fällt die Beschreibung der Geschäftsbeziehung, auch aufgrund der zuvor bereits erwähnten Komplexität hinsichtlich der vielfältigen persönlichen Bindungen und der Entwicklung im Zeitablauf, schwer. Im nächsten Kapitel erfolgt eine Darstellung bestehender Ansätze zur Analyse der Geschäftsbeziehung, wobei der Fokus auf den Ansätzen liegt, die die wechselseitige Interaktion der Geschäftspartner berücksichtigt.

5.2 Interaktionsansätze zur Analyse bestehender Geschäftsbeziehungen

5.2.1 Definitiorische Abgrenzung der Begriffe Interaktion und Interaktionsansätze

Hinsichtlich der Erforschung von interorganisationalen Beziehungen kann von einer Situation der wissenschaftlichen Pluralität gesprochen werden.⁸²⁸ Häufig stehen die Ansätze zur Erforschung dieser Beziehungen dabei unabhängig nebeneinander oder in einem sich ergänzenden Verhältnis zueinander. Eine integrierende Metatheorie, die die unterschiedlichen Ansätze hierarchisieren und integrieren könnte, fehlt.⁸²⁹ Im Rahmen der Erklärung von Geschäftsbeziehungen wird häufig die Transaktionskosten-Theorie herangezogen, die sich als ökonomische Theorie in einem geschlossenen theoretischen Rahmen mit der institutionellen Koordination von ökonomischen Aktivitäten auseinandersetzt.⁸³⁰ Hingegen setzt sich die Prinzipal-Agenten-Theorie mit bestehenden Geschäftsbeziehungen, insbesondere mit den Problemen der Informationsasymmetrien zwischen den verschiedenen Parteien, auseinander.⁸³¹ Die Interaktionstheorie als ein weiterer Theoriezweig befasst sich mit der Analyse bestehender Geschäftsbeziehungen und untersucht hier im Wesentlichen die wechselseitige Kommunikation und Beeinflussung der Interaktionspartner.⁸³²

⁸²⁶ Vgl. Bliemel/Eggert (1997b), S. 3.

⁸²⁷ Vgl. Eggert (1999), S. 14.

⁸²⁸ Vgl. Söllner (1993), S. 81.

⁸²⁹ Vgl. Söllner (1993), S. 82.

⁸³⁰ Vgl. Söllner (1993), S. 85.

⁸³¹ Vgl. Kapitel A.4.2.

⁸³² Vgl. Kirsch/Kutschker (1978), S. 18.

Zunächst soll der Begriff der Interaktion definiert werden, wobei hier in der Literatur kein einheitliches Begriffsverständnis vorliegt. Eine Interaktion wird von HOMANS wie folgt definiert: „When we refer to the fact that some unit of activity of some man follows, or (...) is stimulated by some unit of activity of another, (...) then we are referring to interaction.“⁸³³ TRÖNDLE versteht unter dem Begriff der Interaktion „eine zielgerichtete, wechselseitige Handlung zwischen mindestens zwei agierenden Personen [...] – im Rahmen einer Kooperation also als wechselseitige Handlungen zwischen Kooperationsträgern“⁸³⁴. Er betont ferner, dass Interaktion immer zugleich ein Kommunikationsprozess ist. SCHOCH versteht unter einer Interaktion „eine Folge von sinngemäß aufeinander bezogenen und aneinander orientierten verbalen und nicht-verbalen Handlungen (Aktionen) von zwei oder mehreren Individuen in unmittelbarer physischer Gegenwart“⁸³⁵. Ebenso wie TRÖNDLE hebt auch SCHOCH in seiner Beschreibung sehr stark die personelle Komponente in einer Interaktion hervor. So bezieht SCHOCH allerdings neben der Kommunikation auch explizit die Aktionen der an der Interaktion beteiligten Personen mit ein. Allen drei Definitionen ist der Aspekt der Wechselseitigkeit gemein. Auch bei KIRSCH/KUTSCHKER ist neben der Kommunikation zwischen den an der Beziehung beteiligten Partnern auch die wechselseitige Beeinflussung konstituierender Bestandteil einer Interaktion.⁸³⁶ Ähnlich definiert KERN eine Interaktion als den Umstand, dass mindestens zwei Individuen miteinander in Kontakt treten, sich eine zeitliche Abfolge von Aktionen und Reaktionen ergibt und die Handlungen der Partner interdependent und sinngemäß aneinander orientiert sind.⁸³⁷

Als Interaktion wird an dieser Stelle in Anlehnung an WERP ein iterativer Prozess verstanden, in dem auf eine von einem Unternehmen ausgeführte Aktion eine Reaktion des anderen an der Kooperation beteiligten Unternehmens folgt,⁸³⁸ wobei die aktionsbegleitende Kommunikation eine zentrale Rolle spielt. Zentrale Elemente einer Interaktion zwischen zwei Unternehmen sind etwa Verhandlungen zur Abstimmung der Zusammenarbeitsinhalte, Kommunikation, d.h. der Austausch von Informationen, sowie ein Tausch, eine Kombination oder eine Zusammenlegung von Ressourcen.⁸³⁹ Neben der Bereitstellung von Ressourcen (z.B. in Form von Krediten) spielt der Informationsaspekt (z.B. der Bereitstellung von Finanzkennzahlen oder auch weichen unternehmerischen Informationen, geplanten Investitionen) eine zentrale Rolle im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung.

Ausgehend von der Definition von Interaktionen behandeln Interaktionstheorien gemäß SÖLLNER „[...] als deskriptive und explikative Theorien über soziale Austauschprozesse das wechselseitige Verhalten in zwischenmenschlichen Beziehungen“⁸⁴⁰. Die Wechselbeziehungen zwischen Individuen stehen im Mittelpunkt der Interaktionstheo-

⁸³³ Homans (1950), S. 36.

⁸³⁴ Tröndle (1987), S. 77.

⁸³⁵ Schoch (1969), S. 94.

⁸³⁶ Vgl. Kirsch/Kutschker (1978), S. 17.

⁸³⁷ Vgl. Kern (1990), S. 9.

⁸³⁸ Vgl. Werp (1998), S. 22.

⁸³⁹ Vgl. Werp (1998), S. 22.

⁸⁴⁰ Söllner (1993), S. 94.

rie von HOMANS, der dieses abstrakte und sehr allgemein gehaltene Theoriegebäude entwickelte, um Erklärungsmuster für elementare Beziehungsverläufe zwischen zwei Individuen abzuleiten.⁸⁴¹ HOMANS geht davon aus, dass sich in einem Interaktionsprozess das Verhalten eines Individuums unmittelbar an dem vorangegangenen Verhalten des anderen beteiligten Individuums orientiert und die von Kosten-Nutzen-Überlegungen geleiteten Individuen die Interaktion nur dann fortsetzen, wenn sie einen zufriedenstellenden Nutzen aus der Interaktion ziehen.⁸⁴² Stabile Beziehungen etablieren sich nur dann, wenn beide Individuen über positive Erfahrungen früherer Verhaltensweisen des jeweils anderen Individuums verfügen und sich die Individuen konsistent, d.h. entsprechend den Erwartungen des Gegenübers, verhalten.⁸⁴³ Ferner heben die Interaktionsansätze hervor, dass die Aufrechterhaltung und Entwicklung einer Beziehung das Ergebnis sowohl von Aktivitäten der beiden Seiten als auch der sich ändernden Umweltbedingungen im Zeitablauf ist. Bei den Interaktionsansätzen handelt es sich aber weniger um Erklärungsansätze, sondern eher um Analyseansätze für zwischenbetriebliche Zusammenarbeit.⁸⁴⁴

Ausgehend von einer kurzen Darstellung und Analyse verschiedener Modelle aus der Interaktionstheorie, die sich mit Geschäftsbeziehungen auseinandersetzen, werden die bei der Analyse der Geschäftsbeziehung zentralen Konstrukte herausgearbeitet, um anschließend die theoretische Basis zu schaffen sowie die Möglichkeiten der Operationalisierung in empirischen Studien zu prüfen.

5.2.2 Theoretische Modelle zur Analyse von Geschäftsbeziehungen

Im Rahmen der Interaktionstheorie lassen sich statische und dynamische Modelle unterscheiden. Während Erstere nur eine Zeitpunktbetrachtung vornehmen, wird bei dynamischen Modellen die Entwicklung der Geschäftsbeziehung im Zeitablauf explizit integriert. Ergänzt werden die beiden Modelle in dieser Arbeit um einen Ansatz von SEGBERS, der ein Modell für die Analyse von Hausbankbeziehungen entwickelt hat.⁸⁴⁵

5.2.2.1 Statische Modelle

5.2.2.1.1 Modellbeschreibung

Im Folgenden werden zunächst statische Modelle betrachtet. Bei selbigen stellt das Modell der IMP-GROUP, das auf dem Interaktionsansatz von KUTSCHKER/KIRSCH⁸⁴⁶ aufbaut,⁸⁴⁷ einen zentralen Ansatz dar. Die theoretische Basis des Modells leitet sich aus der Neuen Institutionenökonomie und der sozialen Austauschtheorie ab. Die in dem Modell postulierten Zusammenhänge beruhen auf Daten einer empirischen Unter-

⁸⁴¹ Vgl. Schoch (1969), S. 103 ff.

⁸⁴² Vgl. Werp (1998), S. 70.

⁸⁴³ Vgl. Schrader (1993), S. 235.

⁸⁴⁴ Vgl. Werp (1998), S. 51.

⁸⁴⁵ Vgl. Segbers (2007).

⁸⁴⁶ Vgl. Kutschker/Kirsch (1978).

⁸⁴⁷ Vgl. Kern (1990), S. 46 ff.

suchung zu Geschäftsbeziehungen in internationalen Investitionsgütermärkten.⁸⁴⁸ Untersuchungsschwerpunkt der Studie und somit des Modells bildet eine dyadische Interaktionsbeziehung zwischen einem Hersteller und einem Verwender.⁸⁴⁹ Diese Erkenntnisse lassen sich auch auf andere Interaktionsbeziehungen, wie bspw. die Kunde-Bank-Beziehung, übertragen. Die Interaktionen zwischen den Partnern werden dabei von vier Faktoren beeinflusst:

- dem Prozess der Interaktion,⁸⁵⁰
- den Teilnehmern/Parteien des Interaktionsprozesses,⁸⁵¹
- der Makro-Umwelt und
- der Atmosphäre der Beziehung.⁸⁵²

Während des *Prozesses der Interaktion* kommt es zum Austausch von Produkten und Dienstleistungen, zum Informationsaustausch, zum Austausch von Finanzen und zum sozialen Austausch, wobei diese Austausche nicht immer zeitgleich stattfinden.⁸⁵³ Der Austausch von Produkten und Dienstleistungen stellt im Rahmen der Hersteller-Verwender-Beziehung den Kern des Austausches dar und hat somit einen signifikanten Effekt auf die Geschäftsbeziehung im Ganzen. Ein zentraler Aspekt ist hier die Unsicherheit, die bezüglich des Produktes oder der Dienstleistung besteht. Im Bankkontext kann die Qualität einer Bankdienstleistung, z.B. einer Vermögensberatung, durch den Kunden aufgrund des in der Regel niedrigeren Kenntnisstandes nur schwer beurteilt werden. Beim Austausch von Finanzen ist die Menge oder das ausgetauschte Volumen ein Indikator für die ökonomische Bedeutung der Beziehung. In Bezug auf eine Bankbeziehung kann die absolute Bedeutung sowie bei Existenz mehrerer Bankverbindungen die relative Bedeutung der einzelnen Bankverbindungen beurteilt werden. Ersteres lässt sich anhand des Anteils der Bankverbindlichkeiten einer einzelnen Bank an der Bilanzsumme beurteilen, Letzteres durch Vergleich der Anteile der Bankverbindlichkeiten der verschiedenen Banken. Der soziale Austausch hat die wesentliche Funktion, die Unsicherheit zwischen den beiden Parteien zu reduzieren.⁸⁵⁴ Es kann durchaus Phasen innerhalb der Geschäftsbeziehung geben, in denen es nur zum sozialen Austausch und nicht zum Austausch von Produkten oder Dienstleistungen kommt. Durch sukzessive soziale Austauschperioden werden die zwei Parteien umso stärker miteinander verbunden.⁸⁵⁵ Viele Aspekte innerhalb einer Vereinbarung zwischen Käufer und Verkäufer sind nicht vollständig formalisiert. Das gegenseitige Vertrauen wird zu einer Basis der Beziehung. Der Aufbau von Vertrauen ist ein sozialer Prozess, der Zeit in Anspruch nimmt und auf persönlicher Erfahrung sowie auf der erfolgreichen Durchführung der anderen Austausche basiert.

⁸⁴⁸ Vgl. IMP-Group (1982), S. 10 ff.

⁸⁴⁹ Vgl. Håkansson (1982), S. 14.

⁸⁵⁰ Vgl. IMP-Group (1982), S. 16 ff.

⁸⁵¹ Vgl. IMP-Group (1982), S. 18 ff.

⁸⁵² Vgl. Schmitz (1997), S. 71, IMP-Group (1982), S. 12 ff. Einen Überblick über die verschiedenen interaktionsbezogenen Variablen gibt Hadwich (2003), S. 35.

⁸⁵³ Vgl. IMP-Group (1982), S. 12 ff.

⁸⁵⁴ Vgl. hier und im Folgenden IMP-Group (1982), S. 13.

⁸⁵⁵ Vgl. IMP-Group (1982), S. 13.

Die Betrachtung der *Parteien des Interaktionsprozesses* beschränkt sich in diesem Ansatz nicht auf die beiden Unternehmen als organisationale Ebene, sondern die einzelnen Vertreter aus beiden Unternehmen als Integration der personalen Ebene werden explizit in der Untersuchung berücksichtigt. Auf organisationaler Ebene bilden beispielsweise die Strategie und Struktur der Unternehmung sowie die in ihr verfügbaren Ressourcen und Technologien wichtige Untersuchungsschwerpunkte.⁸⁵⁶ Bei einer Bank könnte dies z.B. die Kreditrisikostrategie, die das Kreditvergabeverhalten beeinflusst, oder die Größe der Bank sein. Bei dem Unternehmen als Geschäftspartner der Bank könnte dies ebenfalls die Größe sein, die technischen und personellen Ressourcen für die Unterstützung der Kommunikation gegenüber der Bank, um unterjährige Auswertungen oder Planzahlen zu erstellen. Auf individueller Ebene interessiert sich der Ansatz in erster Linie für die Aufgaben und Funktionen der entscheidenden Unternehmensvertreter sowie für ihre persönlichen Ziele und Berufserfahrungen, z.B. mit dem jeweils anderen Unternehmen. Die Erfahrung, die in den einzelnen Phasen der Geschäftsbeziehung gesammelt wird, führt zu einer Total-Erfahrung.⁸⁵⁷ Bei dem Firmenkundenbetreuer stellt sich die Frage, wie stark selbiger mit administrativen Aufgaben betraut ist und inwiefern er bspw. schlechte Erfahrungen mit dem konkreten Unternehmen gemacht hat. Die Total-Erfahrung wird auf personeller Ebene ferner durch die Anzahl und Art der Kontakte, z.B. qualifizierte Kundengespräche oder E-Mailverkehr, mit dem Ansprechpartner und dem Unternehmen beeinflusst.

Die *Makro-Umwelt* als dritte Dimension umfasst ökonomische und soziale Variablen, wie bspw. die Marktstruktur oder die Marktdynamik, die ebenfalls wesentlichen Einfluss auf den Interaktionsprozess ausüben.⁸⁵⁸ Der Interaktionsansatz der IMP-GROUP stellt eine einzelne Geschäftsbeziehung in einen größeren Zusammenhang, indem die Umwelt des Interaktionsprozesses mit berücksichtigt wird. Der Markt, in dem sich die Unternehmen befinden, kann einen entscheidenden Einfluss auf die Anzahl und Gestalt von Geschäftsbeziehungen ausüben. Dies kann soweit gehen, dass ein Unternehmen quasi aufgrund mangelnder alternativer Partner zu einer Geschäftsbeziehung mit einem bestimmten Unternehmen gezwungen wird.⁸⁵⁹ Das Ausmaß der Konzentration im Markt determiniert die Anzahl der verfügbaren Alternativen der betrachteten Firma.⁸⁶⁰ Dies lässt sich unmittelbar auf den Bankenmarkt übertragen, denn bei einer hohen Marktkonzentration in einem abgegrenzten Markt hat der Firmenkunde per se zunächst einmal geringe Wechselmöglichkeiten. Während im Privatkundengeschäft die Abgrenzung des relevanten Marktes in räumlicher Hinsicht, z.B. aufgrund des Internetbanking, z.T. schwer fällt, ist im Firmenkundengeschäft die räumliche Nähe zur Bank wesentlich.⁸⁶¹

Die *Atmosphäre der Beziehung* schließt z.B. Macht- oder Abhängigkeitsverhältnisse, das Kooperationsniveau, Vertrauenswürdigkeit der Partner oder deren Erwartungen

⁸⁵⁶ Vgl. hier und im Folgenden IMP-Group (1982), S. 15, Werp (1998), S. 81.

⁸⁵⁷ Vgl. IMP-Group (1982), S. 16.

⁸⁵⁸ Vgl. IMP-Group (1982), S. 20 f.

⁸⁵⁹ Vgl. Werp (1998), S. 82.

⁸⁶⁰ Vgl. IMP-Group (1982), S. 16.

⁸⁶¹ Vgl. Degryse/Ongena (2005), S. 240 ff.

ein.⁸⁶² Die globale Atmosphäre ist einer der wichtigsten Aspekte der Beziehung, der durch eine bewusste Planung beeinflusst werden kann.⁸⁶³ Die Atmosphäre wird beschrieben durch Parameter wie das Macht-Abhängigkeitsverhältnis, das Spannungsverhältnis und schließlich die Distanz. Hier spielen insbesondere auch die wechselseitigen Erwartungen der beiden Unternehmen an das jeweils andere Unternehmen, die sich im Laufe der Beziehung aufgebaut haben, eine wichtige Rolle.⁸⁶⁴ Insgesamt kann die Atmosphäre einer Geschäftsbeziehung etwa durch Konstrukte wie z.B. Vertrauen, Commitment, Macht, Abhängigkeit oder Distanz charakterisiert werden.⁸⁶⁵ Die Atmosphäre der Geschäftsbeziehung wird auf organisationaler Ebene durch die Gesamtheit der interpersonalen Interaktionsbeziehungen zwischen individuellen Akteuren aus beiden Unternehmen beeinflusst.⁸⁶⁶ Neben dem Machtverhältnis, was bspw. wiederum durch die Größe des Kreditnehmers und durch das Kreditvolumen, die Anzahl der Bankverbindungen und somit der Wechselmöglichkeiten gemessen werden kann, erscheinen auf dieser Ebene Vertrauen und Commitment von essenzieller Bedeutung. Es ist davon auszugehen, dass die Atmosphäre zwischen beiden Unternehmen den Aufbau einer stabilen und dauerhaften Geschäftsbeziehung maßgeblich beeinflusst,⁸⁶⁷ aber auch dass eine gute Atmosphäre aus einer gemeinsamen stabilen und dauerhaften Geschäftsbeziehung resultiert. Aufgrunddessen nimmt dieses Konstrukt eine zentrale Stellung in dem theoretischen Bezugsrahmen ein. In Bezug auf die Kunde-Bank-Beziehung kann vermutet werden, dass eine gute Atmosphäre bestehende Informationsasymmetrien und den Monitoring-Bedarf reduzieren kann und die Bereitschaft auf beiden Seiten erhöht, spezifische Investitionen, z.B. in Form von speziellen Datenaufbereitungen für die Bank, vorzunehmen. Wie in Abb. A-10 dargestellt, ist die Makro-Umwelt zwar als Rahmen der Geschäftsbeziehung zu verstehen, gleichzeitig beeinflusst selbige aber in erheblichem Umfang auch die Atmosphäre der Beziehung. Die Konstrukte der Atmosphäre, z.B. Macht und Abhängigkeit, werden u.a. durch die Marktstrukturen bestimmt.

⁸⁶² Vgl. IMP-Group (1982), S. 17, Håkansson (1982), S. 21.

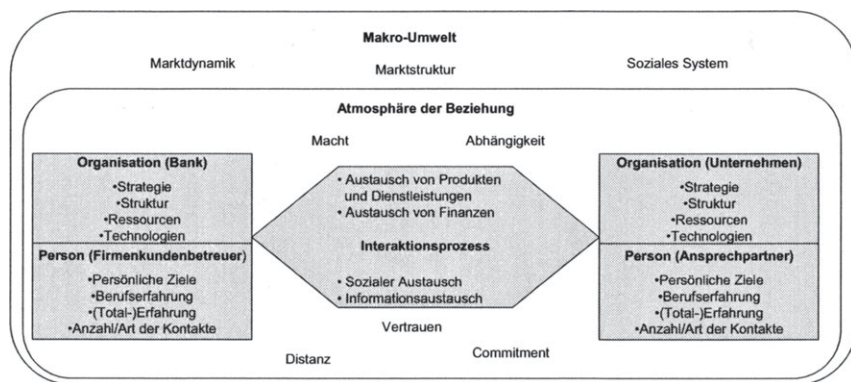
⁸⁶³ Vgl. IMP-Group (1982), S. 17.

⁸⁶⁴ Vgl. IMP-Group (1982), S. 17, Werp (1998), S. 81.

⁸⁶⁵ Vgl. Håkansson (1982), S. 21 f., Turnbull/Valla (1986), S. 6 f.

⁸⁶⁶ Vgl. Werp (1998), S. 167.

⁸⁶⁷ Vgl. Werp (1998), S. 167.

Abb. A-10: Interaktionsmodell der IMP-GROUP⁸⁶⁸

5.2.2.1.2 Fazit und Modellkritik

Es ist kritisch anzumerken, dass die IMP-GROUP den obigen Bezugsrahmen in seiner Gesamtheit bisher noch keiner umfassenden empirischen Untersuchung unterzogen hat.⁸⁶⁹ Jedoch liegt eine Reihe von Arbeiten vor, die Teilaspekte aus dem Bezugsrahmen untersucht haben und einige bestätigende Teilergebnisse in Form von Erklärungszusammenhängen zwischen einzelnen Variablen oder Variablengruppen vorlegen konnten.⁸⁷⁰ Die empirische Studie von METCALF/FREAR/KRISHNAN zur Überprüfung von Teilen des Modells, insbesondere den Elementen und den Prozessen der Interaktion, zeigt, dass soziale Austauschprozesse und der Austausch von Informationen positiven Einfluss auf die Kooperation sowie das gegenseitige Vertrauen ausüben.⁸⁷¹ Die Wirkungsrichtung zwischen Vertrauen und Informationsfluss ist allerdings wie bereits zuvor angemerkt nicht eindeutig. So postuliert SYDOW eine inverse Wirkungsrichtung, vorherrschendes Vertrauen führt zu einem offeneren Informationsaustausch.⁸⁷²

Eine mögliche Ursache für das bisherige Fehlen eines fundierten allgemeinen Erklärungszusammenhangs mag an der Vielfalt unterschiedlicher Variablen liegen, die sich zum Teil noch auf einem zu hohen Abstraktionsniveau befinden, um unmittelbar einer empirischen Untersuchung zugänglich gemacht werden zu können.⁸⁷³ So bedarf es noch einer exakten Operationalisierung der Variablen bevor diese einer empirischen

⁸⁶⁸ Darstellung in Anlehnung an IMP-Group (1982), S. 20.

⁸⁶⁹ Vgl. Backhaus/Voeth (2007), S. 125 und Kern (1990), S. 55.

⁸⁷⁰ Vgl. Hallén/Johanson/Seyed-Mohamed (1991) führten eine Untersuchung zu Anpassungen in Geschäftsbeziehungen durch. Vgl. Hallén/Johanson/Seyed-Mohamed (1991), S. 29 ff.

⁸⁷¹ Vgl. Metcalf/Frear/Krishan (1992), S. 45.

⁸⁷² Vgl. Sydow (1995), S. 181. Dieser Zusammenhang wurde auch in Kapitel A.4.3.2.5.4 bei Lehmann/Neuberger angesprochen.

⁸⁷³ Vgl. Werp (1998), S. 83.

Untersuchung unterzogen werden können, was in Anbetracht abstrakter Konstrukte wie z.B. Macht oder Vertrauen keine triviale Aufgabe darstellt.⁸⁷⁴

Trotz der Untermauerung durch empirische Studien zumindest in Bezug auf Teilelemente des Modells und der Fülle inhärenter Ideen liefert das Modell nach der Meinung von STAHL nicht mehr als einen allgemeinen Bezugsrahmen.⁸⁷⁵ Weiterhin bezieht sich dieses Modell im Wesentlichen auf eine statische Betrachtung und hat lediglich deskriptiven Charakter. Um Geschäftsbeziehungen erklären zu können, müssen jedoch die einzelnen Phasen bzw. auch die zyklischen Zusammenhänge untersucht werden.⁸⁷⁶ Da in den weiteren Untersuchungen die Geschäftsbeziehungen nicht erklärt, sondern analysiert werden sollen, liefert das Modell für die Untersuchung der Kunde-Bank-Beziehung interessante Ansätze. Während die genannten Elemente wie Macht und Marktumfeld in vielen empirischen Studien aus dem Bereich des Relationship Banking bereits berücksichtigt worden sind, hat das Vertrauen als Basis des sozialen Austauschs und als wesentliches Element der ersten Dimension, aber auch als wesentliches Element für die Beschreibung der Atmosphäre der Geschäftsbeziehung bisher keine hinreichend adäquate Berücksichtigung gefunden. Aufgrund der angesprochenen Effekte einer guten Atmosphäre einer Geschäftsbeziehung erscheint es unerlässlich, selbige stärker in den empirischen Untersuchungen abzubilden.

5.2.2.2 Dynamische Modelle

5.2.2.2.1 Modellbeschreibung

Grundlage des Modells von FORD sind wie im zuvor beschriebenen statischen Modell empirische Erkenntnisse aus dem Projekt der IMP-GROUP.⁸⁷⁷ Gegenstand seines Modells ist im Wesentlichen der Prozess der Etablierung und Entwicklung einer Geschäftsbeziehung.⁸⁷⁸ Er beschreibt die Entwicklung einer Beziehung im Zeitablauf anhand von fünf Phasen, in denen Konstrukte wie Erfahrung, Unsicherheit, Distanz und Commitment einem typischen Entwicklungsprozess unterliegen. Im Zeitablauf der Beziehung wächst die Erfahrung und das Commitment hinsichtlich der Geschäftsbeziehung, während die Unsicherheit und die Distanz zwischen den Unternehmen sinkt (vgl. Abb. A-11). FORD hebt dabei hervor, dass bei Betrachtung einer Geschäftsbeziehung die einzelnen Phasen oder Episoden, die Gesamtbeziehung sowie auch das Verhältnis der beiden zueinander zu analysieren ist. So kann bereits ein Fehler in einer Phase einer Geschäftsbeziehung, z.B. bei einer fehlerhaften Belieferung eines Produzenten mit Rohstoffen, zum Abbruch der gesamten Beziehung führen.

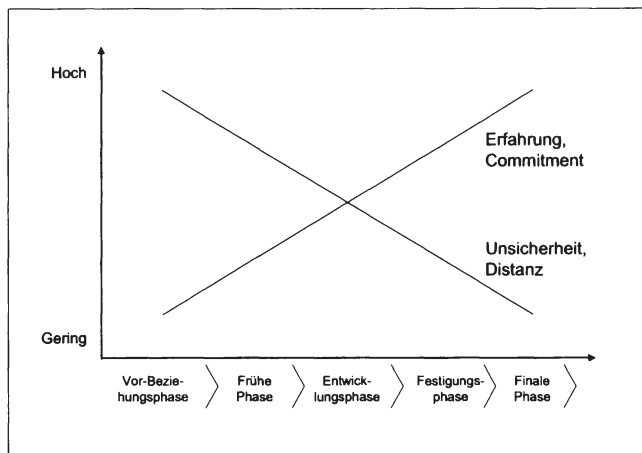
⁸⁷⁴ Vgl. Werp (1998), S. 84.

⁸⁷⁵ Vgl. Stahl (1996), S. 87.

⁸⁷⁶ Vgl. Ford/Håkansson/Johanson (1986), S. 38.

⁸⁷⁷ Vgl. Ford (1990), S. 42.

⁸⁷⁸ Vgl. hier und im Folgenden Ford (1990), S. 44 ff.

Abb. A-11: Dynamisches Modell nach FORD⁸⁷⁹

Im Laufe der Beziehung steigt die Erfahrung von einer anfänglich vollständig fehlenden Erfahrung der beiden Unternehmen im Umgang miteinander auf eine sehr beträchtliche Erfahrung in einem späten Stadium. Dies führt dazu, dass standardisierte Ablaufprozesse und Verhaltensregeln entwickelt werden sowie Vertrauen aufgebaut wird.⁸⁸⁰

Die Unsicherheit bezüglich des Umgangs mit einem bestimmten Partner wird im Laufe der Beziehung auf ein Minimum reduziert.⁸⁸¹ Kosten und Nutzen der Beziehung können hinreichend präzise beurteilt, die Sinnhaftigkeit weiterer Anpassungsinvestitionen korrekt evaluiert werden, wobei die Notwendigkeit für Anpassungen bei einem Austausch komplexer Produkte⁸⁸² wächst.⁸⁸³ Komplexe Produkte sind in der Regel erklärungsbedürftiger und verlangen somit intensivere persönliche Kontakte, so dass bei beiden Geschäftspartnern größere personelle Ressourcen bereitzuhalten sind. Darüber hinaus handelt es sich bei komplexen Produkten tendenziell häufiger um maßgeschneiderte Lösungen für einen Kunden, die im Vorfeld des eigentlichen Austauschs zusätzliche Informationen und Anpassungen mit sich bringen.⁸⁸⁴ Derartige Bindungen werden weitgehend durch soziale Momente auf persönlicher Ebene wie etwa Vertrauen und Zufriedenheit getragen und stellen eine unabdingbare Voraussetzung dar, um

⁸⁷⁹ Eigene Darstellung.

⁸⁸⁰ Vgl. Ford (1990), S. 50.

⁸⁸¹ Vgl. Ford (1990), S. 51.

⁸⁸² Im Investitionsgütermarketing werden unter komplexen Produkten meistens Produkte verstanden, die sich aus einer Vielzahl unterschiedlicher Komponenten zusammensetzen, ein spezielles Know-How sowie meistens auch spezielle Produktionsanlagen zur Herstellung erfordern. Im Bankensektor sind hierunter bspw. Projektfinanzierungen zu subsumieren.

⁸⁸³ Vgl. Hallén/Johanson/Seyed-Mohamed (1991), S. 29 ff.

⁸⁸⁴ Vgl. Werp (1998), S. 164.

weitere Risiken einzugehen und weitergehende Investitionen und Anpassungen durchzuführen.⁸⁸⁵ Sind diese Voraussetzungen erfüllt, so wird die Bereitschaft, komplexere Produkte wie bspw. Währungsabsicherungen abzuschließen, im Zeitablauf der Bankbeziehung zunehmen bzw. in Abhängigkeit von der Persönlichkeit des Unternehmers wird zumindest die gefühlte Unsicherheit bezüglich der Produkte abnehmen.

Die soziale Distanz, d.h. das Ausmaß, in dem die Art des anderen zu arbeiten sowohl den Individuen als auch den Organisationen innerhalb einer Beziehung unbekannt sind, sinkt mit weiterem Fortschreiten der Beziehung auf ein Minimum. So können sich bspw. enge persönliche Beziehungen zwischen den Individuen der Unternehmen bilden.⁸⁸⁶ Gleichzeitig entwickelt sich ein Vertrauen zwischen den Geschäftspartnern, dessen Stärke sich bspw. in den durchgeführten informellen Anpassungsinvestitionen widerspiegelt.

Das Commitment⁸⁸⁷, d.h. die Bindung an den Geschäftspartner, von Käufer- und Verkäufer-Unternehmen zeigt sich in den extensiven formellen und informellen Anpassungen.⁸⁸⁸ Aus Verkäufer-Sicht sind damit allerdings zwei Gefahren verbunden. Für das Verkäufer-Unternehmen ist es schwierig die Balance zu finden zwischen der Notwendigkeit, Commitment gegenüber einem Kunden zu zeigen auf der einen Seite und der Gefahr, übermäßig abhängig zu werden auf der anderen Seite.⁸⁸⁹ Gleiches gilt auch für ein Commitment des Käufer-Unternehmens. Des Weiteren kann die Wahrnehmung des Kunden bezüglich des Commitment des Verkäufers vom tatsächlichen Commitment-Level abweichen.⁸⁹⁰ So signalisiert die Bindung eines Unternehmens an eine Bank in Form einer Exklusivbankfinanzierung zwar ein hohes Commitment, birgt gleichzeitig aber auch die Gefahr, dass die Bank bspw. aufgrund einer geänderten Kreditrisikostategie keine Mittel mehr zur Verfügung stellt oder dass die Bank Zinsen oberhalb des Marktniveaus fordert. Ferner stellt sich hier die Frage, ob die Bindung an die Bank in der Exklusivfinanzierung tatsächlich als Commitment wahrgenommen wird oder ob dies lediglich als Ermangelung von Alternativen betrachtet wird. In einem vergleichbaren Modell von DWYER/SCHURR/OH, welches ebenfalls die Phasenorientierung von Geschäftsbeziehungen betont, wird hervorgehoben, dass die Interdependenzen zwischen den Partnern in der „Commitment-Phase“ ihre höchste Intensität erreichen, so dass alternativen Geschäftspartnern der Eintritt in die Beziehung verwehrt wird.⁸⁹¹

Die letzte Phase, welche mit der Beendigung der Beziehung schließt, ist für Unternehmen mit hohem Commitment nur mit schmerzhaften Verlusten durchzuführen. Den

⁸⁸⁵ Vgl. Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 18.

⁸⁸⁶ Vgl. hier und im Folgenden Ford (1990), S. 51.

⁸⁸⁷ Diller/Kusterer definieren Commitment als „die innere Bereitschaft eines Geschäftspartners zur Geschäftsbeziehung zu stehen und zwar weitgehend unabhängig vom Zeithorizont und von der ökonomischen Bedeutung.“ Diller/Kusterer (1988), S. 218. Eine ausführliche Definition des Commitment-Begriffs erfolgt in Kapitel A.5.2.3.2.1.

⁸⁸⁸ Vgl. Ford (1990), S. 51.

⁸⁸⁹ Vgl. Ford (1990), S. 51.

⁸⁹⁰ Vgl. Ford (1990), S. 51.

⁸⁹¹ Vgl. Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 17.

Grund vermutet SÖLLNER in der Spezifität von Bestandteilen des „Amount at Stake“.⁸⁹² Denn aufgrund der Spezifität der Anpassungen und der durchgeführten Investitionen, z.B. der Etablierung eines speziellen Reporting-Systems, können selbige nicht ohne Verluste in neuen Geschäftsbeziehungen eingesetzt werden.

Zusammenfassend lässt sich die Entwicklung einer Geschäftsbeziehung aus dem Modell von FORD wie folgt beschreiben. Das wahrgenommene und das tatsächliche Commitment, formelle und informelle Anpassungen, Investitionen und Erfahrungen steigen, die Unsicherheit und die Distanz sinken im Zeitablauf.⁸⁹³ Investitionen und Anpassungen während des Anbahnungsprozesses werden aufgrund einer positiven Erwartungshaltung durchgeführt.⁸⁹⁴ Enttäuscht der Partner diese Erwartungshaltung nicht und führt seinerseits ebenfalls Investitionen und Anpassungen durch, die bewusst wahrgenommen werden, so entwickelt sich nach mehreren iterativen Investitions- und Anpassungsrunden allmählich eine Bindung zwischen beiden Unternehmen.⁸⁹⁵ Soziale Elemente auf persönlicher Ebene wie bspw. Vertrauen bilden eine zentrale Grundlage derartiger Beziehung und stellen eine zwingende Voraussetzung zum Eingehen weiterer Risiken wie weitergehende Investitionen und Anpassungen dar.⁸⁹⁶

5.2.2.2.2 Fazit und Modellkritik

Die Besonderheit des Modells von FORD liegt darin, das er als erster die Dynamik der Geschäftsbeziehung berücksichtigt und somit trotz mangelnder Operationalisierung der Konstrukte einen wesentlichen Beitrag zur Erforschung von Geschäftsbeziehungen geleistet hat.⁸⁹⁷ Bei Betrachtung der einzelnen Konstrukte lassen sich Parallelen zum statischen Modell der IMP-GROUP feststellen, allerdings spielt die soziale Distanz in diesem Modell eine deutlich wichtigere Rolle. Dieser Aspekt wird im statischen Ansatz in der ersten Dimension, dem Interaktionsprozess, nur kurz angesprochen. Das Commitment zwischen den beiden Geschäftspartnern ist von einer derartigen Wichtigkeit, dass DWYER/SCHURR/OH in einem ähnlichen Modell sogar eine explizite Commitment-Phase, d.h. eine Phase mit besonders hohem Commitment, in das Modell integriert haben. Vertrauen wird in dem Modell von FORD als Konsequenz der Erfahrungen mit dem Geschäftspartner sowie als Voraussetzung für das Eingehen von Risiken in Bezug auf den Geschäftspartner genannt. Ferner führt auch die Reduktion von sozialer Distanz zu Vertrauen⁸⁹⁸, so dass dem Vertrauen auch in diesem Modell eine essenzielle Bedeutung zugesprochen wird.

Die Untergliederung in einzelne Phasen und die Darstellung des typischen Ablaufs einer Geschäftsbeziehung lässt aber nicht den Schluss zu, dass es sich hierbei um einen Automatismus handelt. Andernfalls würde die Differenzierung nach den verschiede-

⁸⁹² Vgl. Söllner (1993), S. 132.

⁸⁹³ Vgl. Ford (1990), S. 53.

⁸⁹⁴ Vgl. Werp (1998), S. 165.

⁸⁹⁵ Vgl. Ford (1990), S. 49, Hallén/Johanson/Seyed-Mohamed (1991), S. 31.

⁸⁹⁶ Vgl. Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 18.

⁸⁹⁷ Vgl. Schmitz (1997), S. 97 ff.

⁸⁹⁸ Eine Definition des Begriffs „Vertrauen“ folgt in Kapitel A.5.2.3.1.1.

nen Auswirkungen, insbesondere die Hervorhebung des Vertrauens und des Commitments und deren unterschiedliche Ausprägungen, keinen weiteren Nutzen für die vorliegende Arbeit stiften. Bei einem Automatismus könnte man davon ausgehen, dass die Ausprägung allein von der Dauer der Geschäftsbeziehung, möglicherweise auch von der kumulierten Anzahl der Kontakte, abhängt und somit würde es ausreichen, diese Variable in die Untersuchung zu integrieren. Es ist davon auszugehen, dass die Schnelligkeit des Fortschreitens im Phasenmodell von diversen Faktoren abhängt, unter anderem auch von den im statischen Modell genannten Faktoren wie der Makroumwelt. Da diese Faktoren allerdings nicht vollständig bekannt sind, erscheint es notwendig, die aus den jeweiligen Phasen resultierenden Faktoren in die vorliegende Untersuchung zu integrieren; dies könnten die Faktoren Vertrauen, Erfahrung, Zufriedenheit, soziale Distanz oder Commitment sein. Die Unsicherheit spiegelt sich in diesen Variablen wider.

5.2.2.3 Integrierter Ansatz nach SEGBERS

5.2.2.3.1 Modellbeschreibung

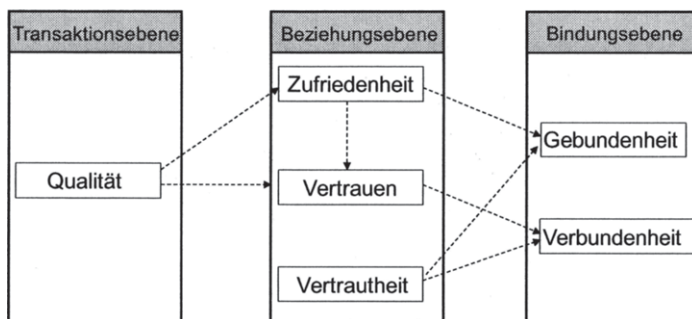
SEGBERS hat ein Modell zur Deskription und Analyse einer Hausbankbeziehung im Allgemeinen und der ökonomischen Wirkungen im Speziellen entwickelt,⁸⁹⁹ wobei sich das Modell auch auf andere Geschäftsbeziehungen übertragen lässt. Eine zentrale Rolle in diesem Modell spielen die theoretischen Konstrukte Vertrauen und Commitment, welche sich aus den Interaktionen zwischen Firmenkundenbetreuer und dem Unternehmer in einer Hausbankbeziehung ergeben.⁹⁰⁰ Die Geschäftsbeziehung wird gemäß dem Prozessmodell der Interaktion als Wechselspiel einer Bewertung einzelner Transaktionen und einer daraus abgeleiteten kumulierten Bewertung der Geschäftsbeziehung aufgefasst.⁹⁰¹ Wie in Abb. A-12 dargestellt, werden in diesem Modell drei Bezugsobjekte der Geschäftsbeziehung unterschieden, die Transaktionsebene, die Beziehungsebene und als neues, bisher noch nicht explizit angesprochenes Bezugsobjekt auch die Bindungsebene, wobei die beiden zuletztgenannten im Fokus des Modells stehen.⁹⁰² Durch die Kombination dieser Ebenen gelingt die integrative Abbildung des Bewertungsprozesses der (Haus-)Bankbeziehung, bei der Betrachtung der Transaktionsebene hingegen liegt der Fokus auf dem „arm's length banking“.

⁸⁹⁹ Vgl. Segbers (2007), S. 306.

⁹⁰⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 306.

⁹⁰¹ Vgl. hierzu auch Kapitel A.5.2.1.

⁹⁰² Vgl. Segbers (2007), S. 308.

Abb. A-12: Modell von SEGBERS⁹⁰³

Auf der Transaktionsebene ist zunächst die Qualität der erbrachten Leistungen durch die Bank von zentraler Bedeutung, da sie die Grundlage für die Konstrukte auf der Beziehungs- und der Bindungsebene bildet. In der Geschäftsbeziehung stellen die Geschäftspartner unterschiedliche Arten von Anforderungen an den Beziehungspartner, wobei hier basierend auf dem Kano-Modell⁹⁰⁴ nach Basis-, Leistungs- und Begeisterungsanforderungen unterschieden wird.⁹⁰⁵ Die Erfüllung der Anforderungen im Rahmen der einzelnen Transaktionen und schließlich die Bewertung derselbigen wirkt sich auf die Beziehungsebene aus.

Auf der Beziehungsebene ist die Zufriedenheit⁹⁰⁶, welche sich aus der Bewertung der einzelnen Transaktionen ergibt, ein zentrales Konstrukt. Die Zufriedenheit mit der gesamten Geschäftsbeziehung ergibt sich aus der Aggregation der Zufriedenheit mit den einzelnen Transaktionen⁹⁰⁷ und ist somit als ein vergangenheitsorientiertes Konstrukt einzustufen.⁹⁰⁸ Die weiteren zentralen Konstrukte der Beziehungsebene sind die Vertrautheit und das Vertrauen.⁹⁰⁹ Vertrautheit wird bei SEGBERS definiert als Grad der Bekanntheit eines Geschäftsbeziehungspartners mit dem anderen Partner.⁹¹⁰ Es wird unterschieden zwischen drei Dimensionen der Vertrautheit: der Vertrautheit gegenüber der Organisation (also der Bank oder dem Unternehmen), der Vertrautheit gegenüber dem Beziehungspartner in seiner Rolle (also dem Firmenkundenbetreuer oder dem Unternehmer) und der Vertrautheit gegenüber der Person als solchen. Vertrautheit ergibt sich insbesondere aus den Erfahrungen der Vergangenheit mit den Beziehungspartnern und entwickelt sich vor allem bei häufigen Kontakten.

⁹⁰³ Eigene Darstellung in Anlehnung an Segbers (2007), S. 339.

⁹⁰⁴ Zum Kano-Modell vgl. Bailom et al. (1996), S. 118.

⁹⁰⁵ Vgl. Segbers (2007), S. 312.

⁹⁰⁶ (Konsumenten-) Zufriedenheit bezeichnet die Übereinstimmung zwischen den subjektiven Erwartungen und der tatsächlich erlebten Motivbefriedigung bei Produkten oder Dienstleistungen. Vgl. Meffert (2000), S. 135.

⁹⁰⁷ Vgl. Segbers (2007), S. 324.

⁹⁰⁸ Vgl. Stauss (1999), S. 6.

⁹⁰⁹ Vgl. Segbers (2007), S. 331.

⁹¹⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 331.

Im Gegensatz zu den beiden bisher genannten Konstrukten ist Vertrauen zukunftsorientiert. Vertrauen beschreibt das Ausmaß, in dem der Unternehmer oder der Firmenkundenbetreuer bereit ist, eine riskante Vorleistung zu tätigen. Durch diese riskante Vorleistung wird er anfällig für den Opportunismus des anderen.⁹¹¹ Vertrauen ist somit die Verhaltenserwartung gegenüber der anderen Person, dass sich selbige nicht opportunistisch verhält. Vertrauen ist ein personenbezogenes Phänomen, für dessen Entwicklung ein hoher Grad an persönlicher Vertrautheit erforderlich ist.

Vertrauen entsteht durch wiederholt erlebte Zufriedenheit mit einem Anbieter.⁹¹² Erfolgreichen Interaktionen in der Vergangenheit fördern das Entstehen von Vertrauen.⁹¹³ Wichtig ist hierbei die Unterscheidung zwischen den verschiedenen Ebenen, so kann auf organisationaler Ebene ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen den beiden Unternehmen vorherrschen, während die Beziehung auf interpersonalen Ebene eher durch Misstrauen gekennzeichnet ist.⁹¹⁴ Ferner kann ein Konflikt auf organisationaler Ebene zu schwerwiegenden Missstimmigkeiten führen, ohne aber die Qualität der interpersonalen Beziehung nachhaltig zu beeinträchtigen.

Als dritte Ebene ist die Bindungsebene zu betrachten, wobei hier unter der Bindung oder dem Commitment⁹¹⁵ die Bereitschaft zur Fortsetzung der Beziehung zu verstehen ist.⁹¹⁶ Bei diesem Konstrukt lassen sich wiederum mehrere Ebenen unterscheiden. Wie in Abb. A-13 dargestellt, existiert zum einen ein kognitives oder kalkulatives Commitment in Form einer Gebundenheit und zum anderen ein affektives Commitment in Form einer Verbundenheit. Bei der Gebundenheit handelt es sich um einen Zustand der ökonomischen Bindung während bei der Verbundenheit eher eine psychologische Bindung vorliegt. Bei der Gebundenheit ist es für den Kunden aus einem rationalen Kosten-Nutzen-Kalkül heraus nicht sinnvoll, den Lieferanten oder die Bank zu wechseln, z.B. weil die Suchkosten ggf. die Kostenersparnis übersteigen. In diesem Fall ist für die Fortsetzung der Beziehung lediglich das Ergebnis von Relevanz, weshalb hier von einer instrumentellen Beziehung gesprochen werden kann.⁹¹⁷ Die Gebundenheit des Kunden beruht auf einer wahrgenommenen Einschränkung der zukünftigen Wahlfreiheit durch den Aufbau von Wechselbarrieren.⁹¹⁸ Die Gebundenheit bezieht sich somit auf die Organisation. Die Verbundenheit resultiert aus emotionalen Ursachen, bspw. wenn sich aus dem rein monetären Nutzen der Bankverbindung ein psychischer Nutzen in Form eines emotionalen Wohlbefindens einstellt. Die Verbundenheit kann zum einen eine Verbundenheit gegenüber dem Interaktionspartner und zum anderen eine Verbundenheit gegenüber der Organisation sein. Verbundenheit basiert unter anderem auf der Zufriedenheit des Kunden mit dem erhaltenen Netto-Nutzen aus einer

⁹¹¹ Vgl. Segbers (2007), S. 341.

⁹¹² Vgl. Eggert (1999), S. 52.

⁹¹³ Vgl. Riemer (2005), S. 43.

⁹¹⁴ Vgl. Werp (1998), S. 168 f. und Söllner (1993), S. 104 in Bezug auf „Commitment“.

⁹¹⁵ Die Begriffe Commitment und Bindung können synonym verwendet werden.

⁹¹⁶ Vgl. Segbers (2007), S. 334.

⁹¹⁷ Vgl. Segbers (2007), S. 335.

⁹¹⁸ Vgl. Eggert (1999), S. 52.

Geschäftsbeziehung.⁹¹⁹ Die Wirkung der Gebundenheit beruht auf einem Nicht-Wechseln-Können des Kunden, die Verbundenheit hingegen auf einem Nicht-Wechseln-Wollen des Kunden.⁹²⁰ Als Einflussparameter auf die Gebundenheit wirken insbesondere das Konstrukt der Zufriedenheit als auch das Konstrukt der Vertrautheit. Denn durch den erhöhten Grad der Vertrautheit entsteht ein Informationsvorteil der Organisation oder des Ansprechpartners. Wesentliche Einflussparameter auf die Verbundenheit sind neben positiven Emotionen in der Bankbeziehung das Vertrauen und die Vertrautheit. Das positive Gefühl der Intimität erweckt den Wunsch, in der Beziehung zu verbleiben, um diesen Zustand nicht bei einer Bank erneut aufbauen zu müssen.⁹²¹

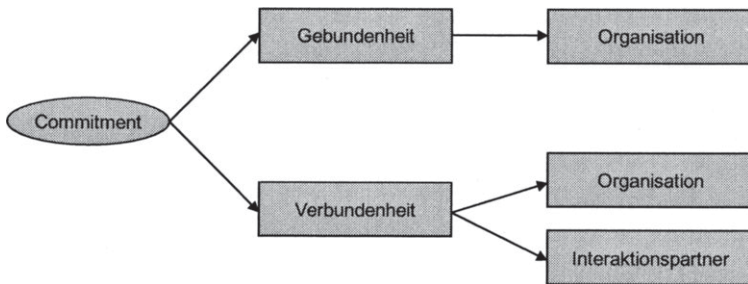


Abb. A-13: Dimensionen von Commitment im Modell von SEGBERS⁹²²

5.2.2.3.2 Modellkritik

Bisher wurden bei der theoretischen Analyse der Kunde-Bank-Beziehung sowie bei der traditionellen empirischen Relationship Banking-Forschung die verhaltenswissenschaftlichen Aspekte vernachlässigt.⁹²³ Erste Ansätze zur Berücksichtigung dieser Aspekte finden sich in den empirischen Studien von UZZI, LEHMANN/NEUBERGER oder HARHOFF/KÖRTING wieder. Allerdings fehlt hier ein integriertes Gesamtmodell. SEGBERS gelingt es, die Ansätze der klassischen Relationship Banking-Modelle um Ansätze aus der Verhaltenwissenschaft und dem Relationship Marketing zu erweitern. Im Vergleich zu den zuvor beschriebenen Geschäftsbeziehungsmodellen ergänzt SEGBERS ferner die Ebenen der Transaktion und der Geschäftsbeziehung um die Bindungsebene. In seinem Modell stellt er die zentralen Kausalzusammenhänge der einzelnen Konstrukte sowie die Auswirkungen auf die ökonomischen Parameter Kreditzins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit dar.

Kritisch zu sehen ist allerdings die fehlende empirische Validierung der Zusammenhänge. Zwar existieren empirische Studien, die sich mit Teilbereichen des Modells

⁹¹⁹ Vgl. Eggert (1999), S. 52.

⁹²⁰ Vgl. Eggert (1999), S. 52 f.

⁹²¹ Vgl. Segbers (2007), S. 338.

⁹²² Eigene Darstellung in Anlehnung an Segbers (2007), S. 337.

⁹²³ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.4.3.2.5.1.

beschäftigen, so hat sich EGGERT intensiv mit den Konstrukten der Verbundenheit und der Gebundenheit auseinandergesetzt,⁹²⁴ allerdings wurden die in dem Modell von SEGBERS dargestellten Zusammenhänge noch nicht analysiert. SEGBERS gibt z.T. detaillierte Vorschläge zur Konzeptualisierung und Validierung der einzelnen Konstrukte.⁹²⁵

Anders als die zuvor beschriebenen Modelle setzt dieses Modell unmittelbar an der Hausbankbeziehung an. Hier wäre eine stärkere Trennung zwischen Bank- und Kundendichte sinnvoll gewesen. So ist aufgrund der unterschiedlichen Abhängigkeitsverhältnisse fraglich, inwiefern der Zustand der Gebundenheit in dieser Form auch bankseitig zum Tragen kommt. Rechtliche Vorgaben verhindern eine zu große Abhängigkeit der Bank von einzelnen Kunden und somit die Aufnahme von Klumpenrisiken.⁹²⁶ Dennoch kann der Verlust eines großen Kunden natürlich negative Konsequenzen haben, sowohl monetärer Art als auch in Bezug auf die Reputation der Bank, was wiederum auch monetäre Konsequenzen hervorrufen kann. Insgesamt ist dieser Zustand der Gebundenheit jedoch eher kundenseitig einzuordnen.

5.2.3 Implikationen der Interaktionsmodelle für die empirische Forschung im Bereich des Relationship Banking

Die zuvor dargestellten Modelle haben gezeigt, dass verschiedene sozialpsychologische Konstrukte eine wichtige Rolle beim Aufbau und der Fortsetzung von Geschäftsbeziehungen spielen. Das Modell der IMP-GROUP betont unter anderem die Wichtigkeit des Informationsaustauschs und des sozialen Austauschs. Mit der Atmosphäre wurde ferner eine in den Relationship Banking-Ansätzen nahezu völlig abwesende Komponente als bedeutsam herausgearbeitet, die durch Konstrukte wie Vertrauen, Commitment, Abhängigkeit und Distanz beschrieben wird. In dem Modell von FORD wird die Geschäftsbeziehung in verschiedenen Phasen analysiert, in denen Konstrukte wie Erfahrung, Unsicherheit, Distanz und Commitment einer typischen Entwicklung unterliegen. Vertrauen ist in dem Modell eine zentrale Voraussetzung für die Beseitigung von Unsicherheit. In dem Modell von SEGBERS spielen auf der Beziehungsebene die Konstrukte Zufriedenheit, Vertrauen und Vertrautheit sowie auf der Bindungsebene das Konstrukt Commitment in der Form der Ge- und der Verbundenheit eine zentrale Rolle. Für die Relationship Banking-Forschung erscheint es unerlässlich, auch Elemente aus der Atmosphäre der Geschäftsbeziehung bei den Studien zu berücksichtigen. Nach einem umfassenden Literaturstudium können Vertrauen und Commitment als die beiden zentralen Grundelemente der Atmosphäre einer Geschäftsbeziehung betrachtet werden.⁹²⁷ MORGAN/HUNT betonen die Wichtigkeit von Commitment und

⁹²⁴ Vgl. Eggert (1999), S. 1 ff.

⁹²⁵ Vgl. Segbers (2007), S. 348.

⁹²⁶ Bspw. müssen Banken gemäß § 13 HGB der Bundesbank Großkredite unverzüglich anzeigen. Großkredite liegen dann vor, wenn das Kreditvolumen an einen Kreditnehmer insgesamt 10% des haftenden Eigenkapitals des Instituts erreicht oder übersteigt. Vgl. HGB (2004), § 13 (1).

⁹²⁷ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 20: „[...]successful relationship marketing requires relationship commitment and trust.“ Vgl. hierzu auch Werp (1998), S. 168.

Vertrauen im Rahmen einer Geschäftsbeziehung.⁹²⁸ Die Konstrukte motivieren die Partner dazu, (1) daran zu arbeiten, die Relationship Investments aufrecht zu erhalten, indem mit dem Partner kooperiert wird, (2) auf andere attraktive kurzfristige Alternativen zugunsten von erwarteten langfristigen Nutzen aus der Beziehung mit dem aktuellen Partner zu verzichten und (3) auch bei riskanteren Aktionen darauf zu vertrauen, dass sich der Partner nicht opportunistisch verhält. Auch bei DWYER/SCHURR/OH sind Vertrauen und Commitment die kritischen Konstrukte hinsichtlich des Prozesses der Entwicklung von Geschäftsbeziehungen.⁹²⁹

Zum Teil wird ausschließlich Vertrauen als zentraler oder kritischer Faktor herausgestellt. WILSON beschreibt „Trust is a fundamental relationship model building block and as such is included in most relationship models.“⁹³⁰ Vertrauen ermöglicht offene Kommunikation, Informationsaustausch und Konfliktmanagement.⁹³¹ Die zentrale Stellung im Modell von DILLER/KUSTERER zeigt – und sie formulieren es auch explizit –, dass Vertrauen gleichermaßen das Ergebnis wie auch der Ausgangspunkt des Kräftespiels im Beziehungsgefüge darstellt.⁹³² Im Idealfall kann Vertrauen eine positive Erfolgsspirale in Gang setzen, in gewissem Umfang Kontrolle ersetzen⁹³³ und die Effektivität von Interaktionen erhöhen.⁹³⁴ RÖSSL hebt die Zirkularität des Vertrauens und dessen sich selbst voraussetzenden sowie gleichzeitig sich selbst bestätigenden Charakter hervor.⁹³⁵ Vertrauen ist aus dem Grund kritisch, als dass es die Vorhersagbarkeit, Anpassungsfähigkeit und die strategische Flexibilität erhöht.⁹³⁶ Vertrauen kann darüber hinaus die Transaktionskosten und soziale Komplexität reduzieren. Im Rahmen der ökonomischen Analyse der Kunde-Bank-Beziehung lassen sich die verschiedenen, in Abb. A-14 dargestellten Vertrauensbeziehungen unterscheiden. Vertrauensgeber ist dabei stets eine Person, d.h. der Ansprechpartner des Unternehmens oder der Firmenkundenbetreuer. Das Vertrauen kann sich dabei auf die andere Organisation oder die Kontaktperson derselben beziehen.

⁹²⁸ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 22.

⁹²⁹ Vgl. Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 22. Bejou gibt einen kurzen Überblick über die Entstehung des Beziehungsmarketing und die wichtigsten statischen und dynamischen Modelle. Vgl. Bejou (1997), S. 729.

⁹³⁰ Vgl. Wilson (1995), S. 337.

⁹³¹ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 249.

⁹³² Vgl. Diller/Kusterer (1988), S. 218.

⁹³³ Vgl. Sydow (1995), S. 181.

⁹³⁴ Vgl. Jung (1999), S. 172.

⁹³⁵ Vgl. Rössl (1994), S. 200.

⁹³⁶ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 249.

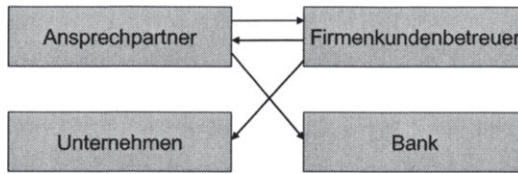


Abb. A-14: Vertrauensbeziehungen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung

Als weiteres zentrales Element wurde Commitment herausgearbeitet. Auch hier sind wieder zwei Perspektiven, die des Unternehmens sowie die der Bank, und zwei Ebenen, die der Organisation sowie die des Interaktionspartners, zu unterscheiden. Bevor eine dezidierte Analyse der ökonomischen Auswirkungen der beiden Konstrukte Vertrauen und Commitment erfolgt, sollen im Folgenden die bestehenden theoretischen Ansätze sowie die empirische Operationalisierung dieser Konstrukte dargestellt werden. So wurde beispielsweise in dem Ansatz von LEHMANN/NEUBERGER deutlich, dass es sich bei dem Vertrauen nicht um ein eindimensionales Konstrukt handelt.⁹³⁷ Da daraus möglicherweise unterschiedliche, ökonomische Konsequenzen resultieren, bedarf es zunächst einer Klärung der Dimensionen der Konstrukte. In den bisherigen Modellen spielen zwar auch weitere Konstrukte, wie z.B. Zufriedenheit und Vertrautheit eine wesentliche Bedeutung, in dem Modell von SEGBERS wirken diese aber nur mittelbar über die Konstrukte Vertrauen und Commitment.⁹³⁸

5.2.3.1 Analyse des Konstruktes Vertrauen

5.2.3.1.1 Definition und Dimensionen von Vertrauen

Bevor im Rahmen der empirischen Studie eine Konzeptualisierung und Operationalisierung des Vertrauenskonstruktes erfolgen kann, sollen zunächst eine Definition sowie die verschiedenen aktuell in der Literatur verwendeten Dimensionen erarbeitet werden. In der Literatur findet sich keine eindeutige Definition von Vertrauen.⁹³⁹ Viel-

⁹³⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2000), S. 1 ff.

⁹³⁸ Beim IMP-Ansatz ist darüber hinaus die Macht als zentrales Element der Atmosphäre der Geschäftsbeziehung zu berücksichtigen. So untersucht Jung den Einfluss von Macht und Vertrauen. Jung interessiert sich für die Erweiterung der bestehenden Geschäftsbeziehungsansätze insbesondere jene sozialpsychologischen Konstrukte und deren Interdependenzen, die die Transaktionskosten beeinflussen. Diese zusätzlichen Aspekte sollen im weiteren Verlauf allerdings vernachlässigt werden, denn mit der vorliegenden empirischen Untersuchung wird nicht das Ziel verfolgt, die Geschäftsbeziehung in ihrer Gänze vollumfänglich zu analysieren. Der Fokus liegt auf der Analyse der ökonomischen Wirkungen von Vertrauen und Commitment. Vgl. Jung (1999), S. 172.

⁹³⁹ Einen Überblick über verschiedene theoretische Ansätze sowie eine Systematisierung der verschiedenen Modelle zum Vertrauenskonstrukt geben Bigley/Pearce sowie etwas kürzer Lewicki/Tomlinson/Gillespie. Vgl. Bigley/Pearce (1998), S. 405 ff. und Lewicki/Tomlinson/Gillespie (2006), S. 991 ff. Ferner findet sich bei Segbers ein Überblick über die Entstehung und Wirkung von Vertrauen. Vgl. Segbers (2007), S. 237 ff.

mehr existiert eine Vielzahl von Vertrauensdefinitionen, die verschiedene Schwerpunkte besitzen und es ist – wie DWYER/LAGACE es festhalten – „[...] difficult to identify an integrative or broadly accepted definition of trust“.⁹⁴⁰ Ein Grund für die große Diversität sind die unterschiedlichen Forschungsbereiche, in denen das Vertrauenskonstrukt behandelt wird. So ist es nicht verwunderlich, dass in der Sozialpsychologie andere Schwerpunkte gesetzt werden als in der Marketingforschung. Die Konzeptualisierungen von Vertrauen gehen in der Literatur im Wesentlichen auf die Überlegungen von ROTTER zurück.⁹⁴¹ So hat ROTTER den Begriff des interpersonalen Vertrauens geprägt.⁹⁴² Mit diesem Begriff werden die Erwartungen einer Person beschrieben, sich auf Versprechen, schriftliche oder verbale Äußerungen einer anderen Person oder einer anderen Gruppe verlassen zu können.⁹⁴³ Die Erwartungen beruhen dabei im Wesentlichen auf Erfahrungen der Vergangenheit. Diese Erfahrungen erzeugen Erwartungen an zukünftiges Verhalten. Die positive Erwartung findet sich ebenso bei SCHURR/OZANNE, sie definieren Vertrauen als „believe that a party’s word or promise is reliable and that a party will fulfill his/her obligations in an exchange relationship.“⁹⁴⁴ Die elementare Bedeutung der positiven Erwartung findet sich auch bei zahlreichen anderen Definitionen wieder.

MOORMAN/DESPANDÉ/ZALTMAN definieren Vertrauen “as a willingness to rely on an exchange partner in whom one has confidence.”⁹⁴⁵ MORGAN/HUNT beschreiben Vertrauen “as existing when one party has confidence in an exchange partner’s reliability and integrity.”⁹⁴⁶ Beide Definitionen heben die Bedeutung von Zuversicht (confidence) hervor. Bei MOORMAN/DESPANDÉ/ZALTMAN ist zudem die Verhaltensabsicht des Vertrauenden elementar, denn ihrer Ansicht nach liegt Vertrauen erst dann vor, wenn der Partner als vertrauenswürdig eingestuft wird und der Vertrauengeber bereit ist, sich darauf zu verlassen.⁹⁴⁷ Diese Bereitschaft und Verhaltensabsicht wird von MORGAN/HUNT implizit unterstellt. Nur wenn selbige vorliegen, kann eine Person als vertrauend beschrieben werden.⁹⁴⁸

⁹⁴⁰ Dwyer/Lagace (1987), S. 11.

⁹⁴¹ Vgl. Rotter (1967), S. 651 ff.

⁹⁴² Vgl. Rotter (1967), S. 652.

⁹⁴³ Dieser Ansatz wird unter anderem von Anderson/Weitz, Morgan/Hunt und Schurr/Ozanne genutzt. Vgl. Anderson/Weitz (1989), S. 18 ff., Morgan/Hunt (1994), S. 20 ff. und Schurr/Ozanne (1985), S. 939 ff.

⁹⁴⁴ Schurr/Ozanne (1985), S. 940. Anderson/Weitz definieren Vertrauen als “one party’s belief that it needs will be fulfilled in the future by actions undertaken by the other party.” Anderson/Weitz (1989), S. 312. Lewicki/McAllister/Blies definieren Vertrauen als „confident positive expectations regarding another’s conduct“. Lewicki/McAllister/Blies (1998), S. 439. Anderson/Narus verknüpfen ihre Vertrauensdefinition mit einem positiven Ergebnis für das Unternehmen. Individuen werden nicht explizit mit in die Definition integriert: “[Trust is] the firm’s belief that it needs will be fulfilled in the future by actions undertaken by the other party.” Anderson/Narus (1990), S. 45. Bei allen Definitionen ist die positive Erwartung elementar.

⁹⁴⁵ Moorman/Deshpandé/Zaltman (1992), S. 315, Schurr/Ozanne (1985), S. 940, Moorman/Deshpandé/Zaltman (1993), S. 82.

⁹⁴⁶ Morgan/Hunt (1994a), S. 23.

⁹⁴⁷ Vgl. Moorman/Deshpandé/Zaltman (1992), S. 315.

⁹⁴⁸ Vgl. Morgan/Hunt (1994a), S. 23.

In einer Vertrauensdefinition, die auf CURRALL/JUDGE zurückgeht, wird deutlich, dass auch die Bereitschaft, ein Risiko einzugehen, wichtiges Strukturmerkmal des Vertrauens ist.⁹⁴⁹ Vertrauen wird definiert als Umstand, bei dem sich ein Individuum bei der Wahl seines Verhaltens unter Eingehen eines Risikos auf eine andere Person verlässt.⁹⁵⁰ Sie definieren Vertrauen als „an individual’s behavioral reliance on another person under a condition of risk“⁹⁵¹. Die Vertrauensvergabe ist stets mit Risiko verbunden, denn wenn der Vertrauensnehmer das erbrachte Vertrauen nicht erweist, ist dies für den Vertrauensgeber von Nachteil.⁹⁵² Möglicherweise wäre es für den Vertrauensnehmer zwar von Vorteil, das Vertrauen zu brechen, allerdings kann daraus ein Reputationsverlust entstehen, was langfristig schwerwiegende Nachteile haben kann.⁹⁵³ Die Wahrnehmung des Risikos und der explizite Wille, ein Risiko auf sich zu nehmen, ist eines der wenigen Merkmale, das in allen Vertrauenssituationen vorkommt.⁹⁵⁴ In allen bisher genannten Definitionen bezieht sich Vertrauen implizit auf in der Zukunft erwartete Verhaltensweisen des Gegenübers. Die Entwicklung von persönlichem Vertrauen ist dabei an Risiko gebunden, d.h. der Interaktionspartner muss also die Möglichkeit haben, auch anders zu handeln und frei von Normen zu sein. Wird das Vertrauen bestätigt, so stabilisiert sich die Zuschreibung positiver Eigenschaften und erleichtert positive Erwartungen für die Zukunft.⁹⁵⁵ Die Bereitschaft zu vertrauen wirkt sich auf den Umfang der ausgetauschten Informationen, auf den Bindungs- und Regelungsgrad sowie auf die Wirkung vertrauensbildender und -bewahrender Maßnahmen aus.⁹⁵⁶

Gemäß dem systemtheoretischen, funktionalistischen Ansatz von LUHMAN kommt dem Vertrauen die Funktion der Komplexitätsreduktion zu.⁹⁵⁷ Ausgangspunkt seines Ansatzes ist die Erkenntnis, dass ein Individuum nicht in der Lage ist, alle Informationen zu verarbeiten.⁹⁵⁸ Vertrauen erschließt durch Reduktion von Komplexität Handlungsmöglichkeiten, die ohne Vertrauen unwahrscheinlich und unattraktiv geblieben wären.⁹⁵⁹

⁹⁴⁹ Vgl. Curral/Judge (1995), S. 151.

⁹⁵⁰ Vgl. Curral/Judge (1995), S. 151.

⁹⁵¹ Curral/Judge (1995), S. 151. Ebenso definieren Rousseau et al. Vertrauen als einen Zustand, der die Absicht, Verwundbarkeit zu akzeptieren, beinhaltet basierend auf positiven Erwartungen über die Absichten oder das Verhalten eine anderen Person. Vgl. Rousseau et al. (1998), S. 395. Coleman beschreibt Vertrauen als den Transfer von Kontrolle über Ressourcen, Handlungen oder Ereignisse. Vgl. Coleman (1982a), S. 282.

⁹⁵² Vgl. Coleman (1982a), S. 283.

⁹⁵³ Vgl. Coleman (1982b), S. 303 f. Dieser Aspekt findet sich in ähnlicher Form auch bei der Neuen Institutionenökonomie wieder. Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.2.4.

⁹⁵⁴ Vgl. Johnson-George/Swap (1982), S. 1306.

⁹⁵⁵ Vgl. Koller (1997), S. 19.

⁹⁵⁶ Vgl. Schade/Schott (1993a), S. 500 f.

⁹⁵⁷ Vgl. Luhmann (2000), S. 1-14.

⁹⁵⁸ Vgl. Koller (1997), S. 19.

⁹⁵⁹ Luhmann (2000), S. 30.

LUHMANN und GIDDENS unterscheiden nach personalem Vertrauen und Systemvertrauen.⁹⁶⁰ Personales Vertrauen wird durch Handeln, im Fall von Unternehmensnetzwerken vor allem durch Managementhandeln, produziert und reproduziert.⁹⁶¹ Da Handlungen Ausgangspunkt des Vertrauens sind, ist die Entstehung und Stabilisierung desselbigen an Personen und an Persönlichkeiten gebunden. Bei dem Systemvertrauen ist das Bezugsobjekt nicht die konkrete Person, sondern ein abstraktes, soziales oder technisches System. Bei der Unternehmung handelt es sich um ein derartiges System. Somit rekurriert die Unterscheidung von personalem Vertrauen und Systemvertrauen auf das Objekt des Vertrauens. Personales Vertrauen bezieht sich grundsätzlich auf personale Akteure und drückt sich aus in dem Vertrauen in die fachliche Kompetenz einer Person oder in dem Vertrauen in die Persönlichkeit.⁹⁶² Die Entwicklung von personalem Vertrauen setzt voraus, dass handelnde Personen miteinander in Kontakt kommen. Auch SCHMITZ nimmt eine Differenzierung nach individuellem Vertrauen und Systemvertrauen vor.⁹⁶³ Beim persönlichen Vertrauen von LUHMANN wird auf die private Persönlichkeit abgezielt, das individuelle Vertrauen zielt hingegen auf die beruflich dargestellte und sozial sichtbar gemachte Persönlichkeit.⁹⁶⁴ Objekte des Systemvertrauens sind technische oder soziale Systeme. Das Vertrauen basiert dabei nicht nur auf personaler Interaktion, sondern basiert zu einem wesentlichen Teil in dem „faith in the correctness of principles“⁹⁶⁵. Interpersonales Vertrauen ist ein zentrales Element in allen sozialen Situationen, die Kooperation und Interdependenz erfordern.⁹⁶⁶ Der Vertrauensgeber muss entscheiden, ob es bei Betrachtung des möglichen positiven Outputs Wert ist, das Risiko einzugehen, verletztlich und abhängig zu werden. Dieses Risikoelement ist charakteristisch für die Entscheidungssituation. Trotz jeglicher Sorgfalt bei der Beurteilung der Intentionen einer Person, der Fähigkeiten und Motive besteht dennoch keine Sicherheit bezüglich eines zufrieden stellenden Ergebnisses. Die Vertrauensbereitschaft wird durch verschiedene spezifische Faktoren bestimmt. Beispielsweise könnte der Fall auftreten, dass man einer Person zwar die Katze zur Beaufsichtigung während der Ferien anvertraut, aber der gleichen Person nicht den Wagen zur Reparatur übergibt. Ferner kann das Systemvertrauen von dem personalen Vertrauen profitieren,⁹⁶⁷ so dass die beiden Formen des Vertrauens nicht isoliert betrachtet werden können. GANESAN/HESS unterscheiden sogar vier Arten: interpersonales, intraorganisationales, organisationales und interorganisationales Vertrauen (vgl. Abb. A-15).⁹⁶⁸ Interpersonales Vertrauen besteht zwischen Personen, ggf. zwischen Personen unterschiedlicher Organisationen. Während sie unter dem Begriff intraorganisationales Vertrauen das Vertrauen einer Person in die eigene Organisation

⁹⁶⁰ Vgl. Luhmann (2000), S. 47 ff. und 60 ff., Giddens (1990), S. 33f. Für einen Vergleich vgl. Sydow (1995), S. 183.

⁹⁶¹ Vgl. Luhmann (2000), S. 51, Giddens (1990), S. 33f.

⁹⁶² Vgl. Sydow (1995), S. 189.

⁹⁶³ Eine Abgrenzung der Vertrauensbegriffe nimmt Schmitz vor. Vgl. Schmitz (1997), S. 161 ff.

⁹⁶⁴ Vgl. Schmitz (1997), S. 161 ff.

⁹⁶⁵ Vgl. Giddens (1990), S. 33 f.

⁹⁶⁶ Vgl. hier und im Folgenden Johnson-George/Swap (1982), S. 1306.

⁹⁶⁷ Vgl. Sydow (1995), S. 190.

⁹⁶⁸ Vgl. hier und im Folgenden Ganesan/Hess (1997), S. 440 f.

verstehen, ist das organisationale Vertrauen das Vertrauen einer Person in eine andere Organisation. Das interorganisationale Vertrauen beschreibt das gegenseitige Vertrauen zwischen den Organisationen.

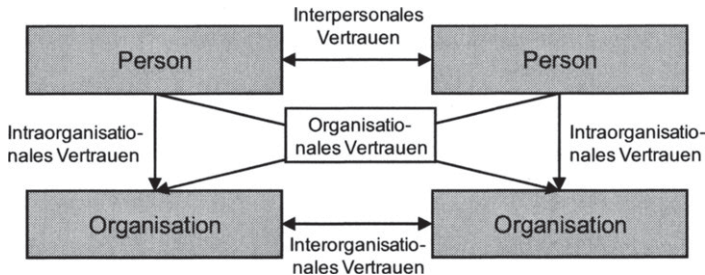


Abb. A-15: Vertrauensdimensionen nach GANESAN/HESS⁹⁶⁹

Während zuvor die verschiedenen potenziellen Bezugsobjekte des Vertrauens angesprochen wurden, wird im Folgenden nach verschiedenen inhaltlichen Dimensionen unterschieden. DONEY/CANNON definieren Vertrauen „as perceived credibility and the benevolence of a target of trust.“⁹⁷⁰ Ebenso für GANESAN besteht Vertrauen aus den beiden Dimensionen Wohlwollen und Glaubwürdigkeit.⁹⁷¹ GANESAN versteht unter Wohlwollen (benevolence) „the qualities, intentions, and the characteristics attributed to the partner rather than its specific behaviors“.⁹⁷² Glaubwürdigkeit (credibility) definiert er als „the belief, that the other party would make commitments that are reliable and has representatives who perform the selling/buying functions effectively.“⁹⁷³ GANESAN/HESS gehen bei ihrer Definition noch einen Schritt weiter: „The first dimension, credibility, is based upon a focal partner’s intention and ability to keep promises and deals with partner characteristics such as task specific competencies, reliability in the delivery of goods and services, and predictability in terms of job related behaviors. The second dimension, benevolence, is based on the qualities, intentions, and characteristics attributed to the focal partner that demonstrate a genuine concern and care for the partner through sacrifices that exceed a purely egocentric profit motive.“⁹⁷⁴ Diese verschiedenen inhaltlichen Dimensionen können sich wiederum auf die zuvor erwähnten verschiedenen Bezugsobjekte bzw. Ebenen beziehen. Die Vertrauensdefinitionen von GANESAN sowie von GANESAN/HESS beziehen sich auf die persönliche

⁹⁶⁹ Eigene Darstellung.

⁹⁷⁰ Doney/Cannon (1997), S. 36.

⁹⁷¹ Vgl. Ganesan (1994), S. 12.

⁹⁷² Ganesan (1994), S. 3.

⁹⁷³ Ganesan (1994), S. 12.

⁹⁷⁴ Ganesan/Hess (1997), S. 440.

Ebene. KUMAR/SCHEER/STEENKAMP unterscheiden ebenfalls zwischen Glaubwürdigkeit bzw. Ehrlichkeit und Wohlwollen, sie zielen aber auf die Organisationsebene ab.⁹⁷⁵

In der Literatur wird davon ausgegangen, dass das Vertrauen mit der Anzahl der positiv verlaufenen Transaktionen zwischen beiden Unternehmen wächst.⁹⁷⁶ So fördert eine auf gegenseitigem Vertrauen basierende Geschäftsbeziehung – wie auch in Kapitel A.4.3.2.5.4 kurz angesprochen – den Informationsaustausch und die Kommunikation zwischen beiden Unternehmen.⁹⁷⁷ Vertrauen erleichtert auch die Durchführung erster Investitionen und Anpassungen in der Anbahnungsphase.⁹⁷⁸ Derartige Investitionen und Anpassungen sind in einigen Fällen nahezu ausschließlich geschäftsbeziehungsspezifisch, so dass die Unternehmen eher bereit sein werden, diese speziellen Investitionen und Anpassungen vorzunehmen, wenn sie Geschäftspartnern vertrauen.⁹⁷⁹ Eine Investitions- und Anpassungsbereitschaft erfordert zwar auf der einen Seite Vertrauen, kann aber auch als vertrauensbildende Maßnahme angesehen werden. Der Aufbau einer Geschäftsbeziehung setzt sich somit auf der Basis des zunehmenden Vertrauens in einer Art „Aufschaukelprozess“ fort.⁹⁸⁰

Im Rahmen einer Geschäftsbeziehung erfüllt Vertrauen diverse Funktionen. So stabilisiert ein höheres Vertrauensniveau soziale Beziehungen und erleichtert allein deshalb die Koordination, macht komplexe vertragliche Vereinbarungen überflüssig und ermöglicht einen offeneren Informationsaustausch und führt insgesamt zu niedrigeren Transaktionskosten.⁹⁸¹ Vertrauensbeziehungen im interorganisationalen Kontext sind u.a. durch nachstehende Merkmale geprägt:⁹⁸²

- einen offeneren Informationsaustausch zwischen den Unternehmungen,
- ein reduziertes Maß an Kontrolle der Austauschbeziehungen,
- ein höheres Maß an (gewährter) Autonomie auch der abhängigen Unternehmung bzw. an Toleranz gegenüber Beeinflussungsversuchen durch die autonomere Unternehmung,
- eine Langfristigkeit und Stabilität interorganisationaler Beziehungen, die weder allein in ein- oder wechselseitiger Abhängigkeit noch in gemeinsamen Anreizen oder präzisen vertraglichen Vereinbarungen begründet ist und
- ein besonderes Risiko auf Seiten des bzw. der Vertrauenden.

Vertrauen im Rahmen einer Kunden-Lieferanten-Beziehung ist insbesondere dann wichtig, wenn es sich bei Wiederkäufen nicht um so genannte unmodifizierte

⁹⁷⁵ Vgl. Kumar/Scheer/Steenkamp (1995), S. 350. Sie verwenden die Dimensionen „Honesty“ und „Benevolence“.

⁹⁷⁶ Vgl. Werp (1998), S. 172.

⁹⁷⁷ Vgl. Werp (1998), S. 172.

⁹⁷⁸ Vgl. Hallén/Johanson/Seyed-Mohamed (1991), S. 29 ff.

⁹⁷⁹ Vgl. Werp (1998), S. 172.

⁹⁸⁰ Vgl. Werp (1998), S. 165.

⁹⁸¹ Vgl. Sydow (1995), S. 178.

⁹⁸² Vgl. Sydow (1995), S. 181 f.

(„Straight Rebuys“)⁹⁸³, sondern um modifizierte Wiederkäufe („Modified Rebuys“)⁹⁸⁴ handelt.⁹⁸⁵ Dies gilt gleichermaßen für die Kunde-Bank-Beziehung, denn nahezu jeder Investitionskredit unterscheidet sich durch die veränderte Sicherheitenstellung vom vorherigen und jeder Abschluss von Versicherungsgeschäften oder Anlagegeschäften unterscheidet sich durch geänderte Konditionen oder geänderte makroökonomische Daten. Bereits SYDOW weist auf die besondere Bedeutung von Vertrauen im Finanzdienstleistungssektor hin.⁹⁸⁶ Da Finanzdienstleistungsprodukte Vertrauensqualitäten aufweisen, d.h. ihre tatsächliche Qualität – anders als bei Erfahrungsgütern – selbst nach „Gebrauch“ kaum feststellbar ist, gibt die Qualität der Geschäftsbeziehung deshalb einen wichtigen Interpretationsrahmen für die Beurteilung der Leistungsqualität ab.⁹⁸⁷

5.2.3.1.2 Stand der empirischen Forschung bei dem Vertrauenskonstrukt sowie Implikationen für die vorliegende Studie

Die verschiedenen zuvor dargestellten Definitionen des Vertrauens spiegeln sich auch in den verschiedenen Vorgehensweisen der Autoren hinsichtlich der Konzeptualisierung und Operationalisierung von Vertrauen wider, so dass sich unterschiedliche Ansätze identifizieren lassen. Vielfach wurde Vertrauen bezüglich der Konstruktdimensionen als eindimensional angesehen.⁹⁸⁸ Im Kern wird das Vertrauen hier auf die Zuverlässigkeit (reliability) des anderen Objekts bzw. Vertrauensnehmers bezogen.

Einige Autoren, wie GANESAN und ANDALEEB, widersprechen dieser Vorstellung und sehen Vertrauen als zweidimensionales Konstrukt an.⁹⁸⁹ ANDALEEB ergänzt die Zuverlässigkeit um die Dimension der Fähigkeit (ability) des Vertrauensnehmers,⁹⁹⁰ die gegebenen Versprechen einzuhalten. GANESAN hingegen verwendet mit der Glaubwürdigkeit (credibility) und dem Wohlwollen (benevolence) zwei neue Dimensionen. Er fand in seiner Studie heraus, dass die Glaubwürdigkeit im Gegensatz zum Wohl-

⁹⁸³ „Modified Rebuys“ oder modifizierte Wiederholungskäufe sind seiner Art nach nicht neu. Der Kaufentscheid ist nicht so innovativ wie beim Erstkauf, aber auch nicht routinisiert. Vgl. Pepels (2004), S. 172 ff.

⁹⁸⁴ „Straight Rebuys“, unmodifizierte Käufe oder reine Wiederholungskäufe sind durch folgende Merkmale charakterisiert: es liegen habitualisierte Kaufprozesse vor, die sich vergleichsweise häufig wiederholen, es erfolgt eine Nachfrage nach denselben normierten und ggf. vorproduzierten Leistungen, die Komplexität des Kaufobjektes ist vergleichsweise gering. Vgl. Pepels (2004), S. 172 ff.

⁹⁸⁵ Vgl. Hadwich (2003), S. 59.

⁹⁸⁶ Vgl. Sydow (1995), S. 182 f.

⁹⁸⁷ Vgl. Sydow (1995), S. 182 f.

⁹⁸⁸ Vgl. Anderson/Weitz (1989), S. 310 ff., Anderson/Narus (1990), S. 42 ff., Crosby/Evans/Cowles (1990), S. 68 ff., Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 11 ff., Moorman/Deshpandé/Zaltman (1993), S. 81 ff. oder Schurr/Ozanne (1985), S. 939 ff.

⁹⁸⁹ Vgl. Ganesan (1994), S. 12. und Andaleeb (1992), S. 11.

⁹⁹⁰ Trust can, thus, be defined in the context of risk of potential loss to A due to B's behavior in which B can be counted upon (1) to be motivated positively and/or (2) to have the ability to produce positive outcomes or consequences from the association." Andaleeb (1992), S. 11.

wollen einen Einfluss auf die langfristige Ausrichtung einer Geschäftsbeziehung hat. Um für den Käufer glaubwürdig zu sein, muss der Verkäufer den nötigen Sachverstand und die Kompetenz besitzen und seine Aufgabe effektiv und zuverlässig erfüllen. Die Zuverlässigkeit wird hier also als Teil der Glaubwürdigkeit angesehen. Das Wohlwollen bezieht sich auf den Glauben des Käufers, dass der Verkäufer grundsätzlich zugunsten des Käufers handelt. DONEY/CANNON stützen sich ebenfalls auf diese Dimensionen, bemerken aber, dass beide Dimensionen soweit verflochten sind, dass eine getrennte Operationalisierung nicht gelingen kann.⁹⁹¹ Die Ergebnisse ihrer Studie zum Vertrauen von Einkaufsmanagern zu ihren Zulieferunternehmen unterstützen diese Vermutung.

Auch aus empirischer Sicht scheint sich kein einheitliches, weit verbreitetes und akzeptiertes Instrument zur Messung von Vertrauen entwickelt zu haben.⁹⁹² Dies ergibt sich unter anderem aus der Verschiedenartigkeit der Beziehungen, in den Vertrauen untersucht werden soll. So wurde die Vertrauensskala von REMPEL/HOLMES/ZANNA primär für enge, intime Beziehungen wie z.B. eine Ehe entwickelt.⁹⁹³ Eine derartige Skala lässt sich nicht ohne Modifikationen auf einen intra- oder interorganisatorischen Kontext übertragen. MORGAN/HUNT haben zur Vertrauensmessung im Rahmen einer Geschäftsbeziehung zwischen Zulieferern und Händlern von Autoreifen die dyadische Vertrauensskala von LARZELER/HUSTON modifiziert,⁹⁹⁴ welche ebenso wie die Skala von REMPEL/HOLMES/ZANNA originär für die enge, intime Beziehungen entwickelt und angewendet wurde.⁹⁹⁵

In einer Übersichtsarbeit, die die empirischen Vertrauensskalen im organisatorischen Kontext analysiert, zeigen MCEVILY/TORTORIELLO, dass von 156 untersuchten Studien 124 Studien eine eindimensionale Vertrauensskala angewendet haben.⁹⁹⁶ Die anderen 32 Studien haben eine mehrdimensionale Konzeptualisierung vorgenommen, wobei in der Mehrzahl maximal vier Dimensionen herangezogen wurden. Bei drei Studien wurde ein 12-dimensionales Vertrauenskonstrukt herangezogen, welches von BUTLER⁹⁹⁷ entwickelt wurde. Insgesamt konnten sie 33 unterschiedliche Dimensionen in den 32 verschiedenen Studien ausmachen, wobei hier eindeutig inhaltlich übereinstimmende Dimensionen verschiedener Studien zusammengefasst worden sind.⁹⁹⁸

Während MCEVILY/TORTORIELLO Vertrauensskalen im organisatorischen Kontext analysiert haben, vergleichen SEPPÄNEN/BLOMQVIST/SUNDQVIST in ihrer Arbeit Vertrauensskalen im interorganisatorischen Kontext.⁹⁹⁹ Die empirischen Vertrauensskalen unterscheiden sich u.a. hinsichtlich des Subjektbezugs, bspw. untersuchen DONEY/CANNON das Vertrauen in Zulieferer und MOORMAN/DESHANDÉ/ZALTMAN das

⁹⁹¹ Vgl. hier und im Folgenden Doney/Cannon (1997), S. 35 ff.

⁹⁹² Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 2.

⁹⁹³ Vgl. Rempel/Holmes/Zanna (1985), S. 95 ff.

⁹⁹⁴ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 28.

⁹⁹⁵ Vgl. Larzeler/Huston (1980), S. 595 ff.

⁹⁹⁶ Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 16 f.

⁹⁹⁷ Vgl. Butler (1991), S. 643 ff.

⁹⁹⁸ Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 18.

⁹⁹⁹ Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 2 ff. und Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 250 ff.

Vertrauen in Marktforschung (vgl. Tab. A-14).¹⁰⁰⁰ Ferner kann nach der Anzahl der Dimensionen und den Inhalten der Dimensionen differenziert werden. So finden sich Studien mit ein oder zwei Dimensionen, wobei sich die Dimensionen als solche ebenfalls unterscheiden, z.B. Wohlwollen, Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit. In den 15 untersuchten Studien werden 21 Dimensionen von Vertrauen verwendet, wie z.B. Wohlwollen, Verlässlichkeit, Abhängigkeit, Glaubwürdigkeit.¹⁰⁰¹ Während GANESAN bspw. die Glaubwürdigkeit und das Wohlwollen auf personaler Ebene untersucht hat, haben KUMAR/SCHER/STEENKAMP diese Dimensionen auf Unternehmensebene operationalisiert.¹⁰⁰² GANESAN/HESS führen eine Synthese dieser Ansätze durch und untersuchen die Glaubwürdigkeit und das Wohlwollen auf personaler Ebene und auf Unternehmensebene.¹⁰⁰³ Neben den Unterschieden bei den Dimensionen bestehen weitere in der Anzahl der Items, die zur Messung der verschiedenen Dimensionen herangezogen werden, den Ausprägungen bzw. der Skala sowie der Reliabilität. Unter der Reliabilität wird die Messgenauigkeit eines Tests verstanden.¹⁰⁰⁴ Diese Unterschiede werden in Tab. A-14 dargestellt.

Autor	Jahr	Dimensionen	Beispiel	Items	Skala	Reliab.
Ganesan/Hess	1997	(interpersonale) Glaubwürdigkeit	Die Kontaktperson des Herstellers hat sich uns gegenüber stets offen und aufrichtig verhalten.	7	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,72
		(interpersonales) Wohlwollen	Die Kontaktperson des Herstellers hat bereits in der Vergangenheit Opfer erbracht.	6	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,91
		(organisatorische) Glaubwürdigkeit	Der Partner hält seine Versprechen ein.	4	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,75
		(organisatorisches) Wohlwollen	Wenn wir dem Partner von unseren Problemen berichten, können wir mit Unterstützung rechnen.	4	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,87
Doney/Cannon	1997	Vertrauen in Zulieferer	Der Zulieferer hält seine Versprechen ein.	8	-	0,94
Kim/Frazier	1997	Vertrauenswürdigkeit des Herstellers	Ich glaube das, was mir der Partner sagt.	4	Lehne stark ab/stimme stark zu (1-7).	-
Andaleeb	1996	Vertrauen	Partner 1 sollte nicht zögern, Vorschläge von Partner 2 anzunehmen.	2	Lehne stark ab/stimme stark zu (1-7).	0,82

¹⁰⁰⁰ Vgl. Doney/Canon (1997), S. 35 ff., Moorman/Deshandé/Zaltman (1993), S. 81.

¹⁰⁰¹ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 255.

¹⁰⁰² Vgl. Ganesan (1994) und Kumar/Scheer/Steenkamp (1995). Kumar/Scheer/Steenkamp (1995) verwenden aber den Begriff „Honesty“ anstelle von „Credibility“.

¹⁰⁰³ Vgl. Ganesan/Hess (1997), S. 439.

¹⁰⁰⁴ Vgl. Bühner (2004), S. 26. Zu den Gütemaßen der Reliabilität vgl. ausführlich Kapitel B.3.2.1.

Autor	Jahr	Dimensionen	Beispiel	Items	Skala	Reliab.
Andaleeb	1995	Vertrauen	Partner 1 ist sehr zuverlässig.	4	Vertrauenswürdig/ vertrauensunwürdig; Fair/unfair; ehrenhaft/ nicht ehrenhaft	0,96
Kumar/ Scheer/ Steenkamp	1995	(organisatio- nales) Ver- trauen in Ehrlichkeit	Der Partner hält seine Versprechen ein.	5	Lehne stark ab/stimme stark zu (1-7).	
		(organisatio- nales) Ver- trauen in Wohlwollen	Wenn wir dem Partner von unseren Problemen berichten, können wir mit Unterstützung rechnen.	5	Lehne stark ab/stimme stark zu (1-7).	
Ganesan	1994	(interperso- nales) Wohl- wollen des Herstellers	Die Kontaktperson des Herstellers hat bereits in der Vergangenheit Opfer erbracht.	5	Trifft auf jeden Fall zu/ trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,88
		(interperso- nales) Wohl- wollen des Händlers	Der Einkäufer, der das Unternehmen repräsen- tiert, hat unseretwegen schon Opfer gebracht.	3	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,76
		(interperso- nale) Glaub- würdigkeit des Herstellers	Die Kontaktperson des Herstellers hat sich uns gegenüber stets offen und aufrichtig verhalten.	7	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,90
		(interperso- nale) Glaub- würdigkeit des Händlers	Der Einkäufer, der das Unternehmen repräsen- tiert, hat sich stets offen und aufrichtig uns ge- genüber verhalten.	4	Trifft auf jeden Fall zu/trifft überhaupt nicht zu (1-7).	0,80
Morgan/ Hunt	1994	Vertrauen	Der Partner ist integer.	7	Stimme stark zu/ stimme überhaupt nicht zu.	0,95
Mohr/ Spekman	1994	Vertrauen	Die Beziehung ist sehr harmonisch.	3	Niedrig/hoch (1-5)	0,75
Moorman/ Deshandé/ Zaltman	1992	Vertrauen in Marktfors- chung	Ich traue dem Marktfors- cher Dinge zu, die ich selbst nicht kann.	5	(1-7)	0,84
Anderson/ Narus	1990	Vertrauen aus Händlersicht	Wie würden Sie auf Basis Ihrer bisherigen Erfahrungen den Ver- trauensgrad zum Her- steller einschätzen?	3	Vertraue dem Her- steller nicht/vertraue dem Hersteller total (1-7).	-
		Vertrauen aus Herstellersicht	Wie würden Sie auf Basis Ihrer bisherigen Erfahrungen den Ver- trauensgrad zum Händler einschätzen?	4	Vertraue dem Händler nicht/vertraue dem Händler total (1-7).	-
Anderson/ Weitz	1989	-	Wie stark ist Ihr Ver- trauen in das faire Ver- halten des Partners aus- geprägt?	2	Wenig/sehr großes Vertrauen (1-7)	0,84
Dwyer/Oh	1987	Vertrauen	Ich kann mich auf die Ehrlichkeit des Partners verlassen.	4	(1-5)	0,79

Autor	Jahr	Dimensionen	Beispiel	Items	Skala	Reliab.
Schurr/ Ozanne	1985	Vertrauen	Vertrauenswürdig/nicht vertrauenswürdig; ehrlich/unehrlich; aufrichtig/nicht aufrichtig; offen/verschlossen; direkt/irreführend; lästig/nicht lästig; zuverlässig/nicht zuverlässig	7	(1-7)	0,90

Tab. A-14: Operationalisierung von Vertrauen in bestehenden Studien¹⁰⁰⁵

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten zur Erfassung von Vertrauen. Die erste Möglichkeit besteht darin, eine bestehende Vertrauensskala an den spezifischen Untersuchungskontext durch Umformulierungen oder Eliminierung von Items zu adaptieren. Daraus resultiert die Gefahr, dass die modifizierte Skala nicht mehr das Vertrauenskonstrukt sowie die zugrunde liegenden Dimensionen in der ursprünglich konzeptionalisierten Form wiedergibt.¹⁰⁰⁶ Die zweite Möglichkeit besteht darin, eine neue Vertrauensskala für den spezifischen Untersuchungskontext zu entwickeln. Der Vorteil dieser Vorgehensweise liegt in der Natur des Phänomens Vertrauen. Da Vertrauen kontextabhängig ist,¹⁰⁰⁷ wird es nur mit inhaltlichen Einschränkungen gelingen, eine allgemeingültige Vertrauensskala zu entwickeln. Der Nachteil besteht darin, dass dies zu einem individuellen Messinstrument für das Vertrauenskonstrukt in jeder einzelnen Studie führen würde, so dass selbige nicht mehr vergleichbar sind.¹⁰⁰⁸ Die Mehrheit der empirischen Untersuchungen zur Messung von Vertrauen im interorganisatorischen Kontext bezieht sich auf technologie-intensive Branchen.¹⁰⁰⁹ Die exakte Nachbildung von bestehenden Studien ist nicht weit verbreitet. Die Items, selbst wenn diese auf Literaturrecherche und vorherigen Untersuchungen basieren, werden häufig durch die Autoren modifiziert und an den spezifischen Untersuchungskontext adaptiert.¹⁰¹⁰

Die Basis für die Konzeptualisierung des Vertrauenskonstruktes im Rahmen der folgenden empirischen Untersuchung bilden sowohl die bestehenden theoretischen Konzeptualisierungen, die zur Erklärung des Vertrauenskonstruktes entwickelt wurden, als auch empirische Studien, die versuchen, die Vertrauensdimensionen zu operationalisieren und messbar zu machen. Die exakte Verwendung der bisherigen empirischen Untersuchungen als Ausgangsbasis für die weitere Analyse ist kritisch zu bewerten. So gibt es gemäß SEPPÄNEN/BLOMQVIST/SUNDQVIST keine Studie im Dienstleistungssektor.¹⁰¹¹

¹⁰⁰⁵ In Anlehnung an Jung (1999), S. 176 f. und Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 251.

¹⁰⁰⁶ Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 5.

¹⁰⁰⁷ Vgl. Rousseau et al. (1998), S. 401. "Conceptualizing trust in only one form in a given relationship risks missing the rich diversity of trust in organizational settings." Zur Kontextabhängigkeit vgl. Kapitel A.5.2.3.1.1.

¹⁰⁰⁸ Vgl. McEvily/Tortoriello (2007), S. 5.

¹⁰⁰⁹ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 251.

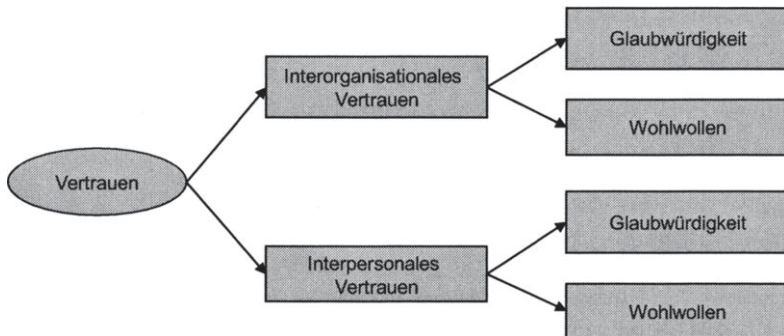
¹⁰¹⁰ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 260.

¹⁰¹¹ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 251.

Aufgrund der Komplexität des Vertrauenskonstruktes erscheint die eindimensionale Abbildung des Konstruktes nicht zielführend. Auch wenn die Mehrzahl der Studien nicht zwischen dem interpersonalen und dem interorganisationalen Vertrauen unterscheidet, so ist diese Trennung unerlässlich. Zwar handeln stets die Personen und nicht die Organisationen, so kann dennoch grundsätzlich ein vertrauensvolles Verhältnis zu einem Unternehmen existieren, obwohl ein einzelner Ansprechpartner des Unternehmens nicht als vertrauenswürdig erachtet wird. Wenn über einen längeren Zeitraum dieser Ansprechpartner der einzige Zugangspunkt zu dem Unternehmen ist, so wird sich vermutlich die Einschätzung der Beziehung zu dem Ansprechpartner auf die Beurteilung der Beziehung zum Unternehmen auswirken. Ebenso kann eine sehr vertrauensvolle Beziehung zum Ansprechpartner des Unternehmens von einer nur wenig vertrauensvollen Beziehung zum Unternehmen umrahmt werden. Die Unterscheidung ist insbesondere dann von Relevanz, wenn es sich bei dem Ansprechpartner nicht um den Geschäftsführer handelt und selbiger somit ggf. nicht für die Investitionsentscheidungen verantwortlich ist. Dies könnte sich derart zeigen, dass Firmenkundenbetreuer und Ansprechpartner sehr vertrauensvoll miteinander umgehen, im Unternehmen aber durch einen Dritten eine Entscheidung zu Ungunsten der Bank getroffen wird, z.B. eine risikoreichere Investition durchgeführt wird als anfänglich geplant.

Ferner soll wie bei GANESAN, KUMAR/SCHEER/STEENKAMP und GANESAN/HESS eine Unterscheidung nach Glaubwürdigkeit und Wohlwollen vorgenommen werden.¹⁰¹² Es erscheint plausibel, dass die Glaubwürdigkeit einen Einfluss auf die langfristige Ausrichtung einer Geschäftsbeziehung hat. Um für den Firmenkundenbetreuer glaubwürdig zu sein, muss der Kunde den nötigen Sachverstand und die notwendige Kompetenz besitzen. Die Zuverlässigkeit wird hier also als Teil der Glaubwürdigkeit angesehen. Dabei bezieht sich der Sachverstand sowohl auf finanzielle Bereiche als auch auf Bereiche, die das Kerngeschäft des Unternehmens betreffen. Das Wohlwollen bezieht sich auf den Glauben des Firmenkundenbetreuers, dass der Kunde grundsätzlich zu Gunsten der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers handelt. Abschließend lässt sich resümieren, dass für die vorliegende empirische Untersuchung die Abbildung von Vertrauen als vierdimensionales Konstrukt (vgl. Abb. A-16) sinnvoll erscheint.

¹⁰¹² Vgl. Ganesan (1994), S. 1 ff., Kumar/Scheer/Steenkamp (1995), S. 348 ff. und Ganesan/Hess (1997), S. 439 ff.

Abb. A-16: Dimensionen von Vertrauen¹⁰¹³

5.2.3.2 Analyse des Konstruktes Commitment

5.2.3.2.1 Definition von Commitment

Der Ursprung des Konstruktes Commitment liegt in der Verhaltensforschung, insbesondere in der Sozialpsychologie. Aufgrund der verschiedenen Forschungsschwerpunkte gibt es kein einheitliches Bild in der Commitment-Forschung.¹⁰¹⁴ Bezugnehmend auf das Relationship Marketing in Dienstleistungsunternehmen gehen BERRY/PARASURAMAN davon aus, dass „[...] relationships are built on the foundation of mutual commitment“¹⁰¹⁵. Commitment lässt sich beschreiben als der starke Glaube eines Beziehungspartners, dass die Beziehung zum Unternehmen derart wichtig für ihn ist, dass er alle Anstrengungen zur Fortsetzung der Beziehung unternimmt.¹⁰¹⁶ Diese Definition ähnelt der Definition von MOORMAN/ZALTMAN/DESHAPANDÉ: „Commitment to the relationship is defined as a desire to maintain a valued relationship.“¹⁰¹⁷ In beiden Definitionen kann Commitment nur dann existieren, wenn die Beziehung von Bedeutung ist, allerdings wird nicht beschrieben, ob es sich hier um eine reine ökonomische oder auch um eine emotionale Betrachtungsweise handelt. DILLER/KUSTERER definieren Commitment als „die innere Bereitschaft eines Geschäftspartners zur Geschäftsbeziehung zu stehen und zwar weitgehend unabhängig vom Zeithorizont und von der ökonomischen Bedeutung.“¹⁰¹⁸ In ihrer Definition wird also die ökonomische Bedeutung der Beziehung explizit als zentrales Element aus der Definition ausgeschlossen. Als commitment-fördernde Elemente betrachten sie gemeinsame Erfolge der Geschäftspartner gegenüber Dritten, den Austausch vertraulicher Informationen und die Offenheit in der Kommunikation sowie persönliche Sympathien und Gemein-

¹⁰¹³ Eigene Darstellung.

¹⁰¹⁴ Einen Überblick gibt Söllner (1993), S. 92 ff.

¹⁰¹⁵ Berry/Parasuraman (1991), S. 139.

¹⁰¹⁶ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 23.

¹⁰¹⁷ Moorman/Zaltman/Deshapandé (1993), S. 92.

¹⁰¹⁸ Diller/Kusterer (1988), S. 218.

samkeiten.¹⁰¹⁹ Commitment ist somit im Wesentlichen ein Resultat der Vergangenheit. Commitment erhöht die Austrittsbarrieren von Geschäftsbeziehungen, indem es die Toleranz gegenüber und die Treue zum Geschäftspartner fördert. So wird in einer derartigen Beziehung die Bereitschaft groß sein, über Fehler des anderen hinwegzusehen oder auch mal Unannehmlichkeiten in Kauf zu nehmen. Commitment stellt ein zentrales beziehungsrelevantes bzw. bei Einführung der Dimension der Bindung¹⁰²⁰ ein bindungsrelevantes Konstrukt dar; es bezieht sich nicht auf einzelne Leistungen des Anbieters, sondern auf den Anbieter als solchen.¹⁰²¹ DWYER/SCHURR/OH haben in ihrem Interaktionsmodell eine „Commitment-Phase“ eingefügt.¹⁰²² In dieser Phase haben die Interaktionspartner aus den Austauschprozessen ein derartiges Zufriedenheitsniveau erreicht, dass potenzielle alternative Geschäftspartner ausgeschlossen werden, auch wenn sie ähnlichen Nutzen stiften könnten. Eine Loyalität von Kunden und Anbieter wird erreicht. Commitment beinhaltet dann die implizite oder explizite Zusicherung von Kontinuität zwischen den Geschäftspartnern. Als gemeinsame Basis des Commitment-Inhalts kann festgehalten werden, dass „ein Individuum in einer Beziehung ein Commitment gegenüber dem Beziehungspartner empfindet, wenn die Beziehung insgesamt als positiv eingeschätzt wird und diese positive Einschätzung als relativ sicher wahrgenommen wird“¹⁰²³.

MORGAN/HUNT postulieren, dass ein erhöhtes Commitment zu einer gesteigerten Ergebenheit, einer geringeren Wahrscheinlichkeit, die Beziehung zu beenden, und mehr Kooperationsbereitschaft führt.¹⁰²⁴ Gemäß MOSER kann Commitment verwendet werden, um konsistentes Verhalten zu erklären, wobei konsistent hier als das Andauern über die Zeit bedeutet.¹⁰²⁵ Commitment besteht aus drei Facetten: zeitliches Andauern des Verhaltens, Verfolgen eines gleich bleibenden Ziels und Zurückweisung von Alternativen.¹⁰²⁶

DWYER/SCHURR/OH messen Commitment anhand dreier Kriterien: Input, Beständigkeit und Konsistenz.¹⁰²⁷ Unter dem ersten Kriterium verstehen sie, dass signifikante ökonomische, kommunikative und/oder emotionale Ressourcen ausgetauscht werden. Eine Beständigkeit setzt voraus, dass die Geschäftspartner den Nutzen der Beziehung erkennen und annehmen, dass die Umwelt eine Fortsetzung derselben ermöglicht. Eine Beständigkeit ist deswegen erforderlich, damit die Geschäftspartner bereit sind, in die Beziehung zu investieren. Das konsistente Verhalten bezieht sich auf die zu leistenden Inputs. Wenn der Input des einen Geschäftspartners stark fluktuiert, so hat der andere

¹⁰¹⁹ Vgl. Diller/Kusterer (1988), S. 218.

¹⁰²⁰ Die Bindungsebene und die Berücksichtigung von Commitment erfolgt bspw. im Modell von Segbers in Kapitel A.5.2.2.3.1.

¹⁰²¹ Vgl. Hadwich (2003), S. 45. Zu den verschiedenen Ebenen der Transaktion, der Beziehung und der Bindung vgl. auch Kapitel A.5.2.2.3.

¹⁰²² Vgl. Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 19.

¹⁰²³ Söllner (1993), S. 102.

¹⁰²⁴ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 23.

¹⁰²⁵ Vgl. Moser (1996), S. 1.

¹⁰²⁶ Vgl. Moser (1996), S. 1.

¹⁰²⁷ Vgl. hier und im Folgenden Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 19.

Geschäftspartner Schwierigkeiten, den Outcome der Austauschbeziehung vorherzusagen. Inkonsistentes Verhalten spiegelt ein geringes Commitment wider und führt zu einer geringeren Verlässlichkeit in Bezug auf den Outcome durch den anderen Partner.

Im Rahmen einer Arbeitsdefinition definiert EGGERT Kundenbindung, wobei der Begriff der Kundenbindung im Folgenden synonym zum Begriff des Commitment verwendet wird, als einen inneren Zustand des Kunden:¹⁰²⁸ „Aus Kundensicht liegt immer dann eine Kundenbindung vor, wenn der Kunde eine Bindung wahrnimmt, d.h. wenn sich der Kunde in einem affektiven, einem kognitiven und/oder einem normativen Zustand der Bindung befindet.“¹⁰²⁹ Die Kundenbindung aus Kundensicht kann sowohl positive als auch negative (z.B. im Sinne von Nicht-Wechseln-Können aufgrund von Wechselkosten) Ausprägungsformen beinhalten.¹⁰³⁰ Im Rahmen der Konzeptualisierung unterscheidet EGGERT genau die drei oben genannten Bindungszustände: den affektiven, den kognitiven und den normativen Bindungszustand.¹⁰³¹

Der affektive Bindungszustand ist Ausdruck des Affiliationsmotivs, d.h. dem Wunsch des Kunden nach sozialen Kontakten zum Anbieter bzw. den Mitarbeitern desselben,¹⁰³² im Kontext der Bankbeziehung der Wunsch des Kunden nach sozialen Kontakten zur Bank und den Firmenkundenbetreuern. Dieser affektive Zustand zeigt sich darin, dass der Kunde die Geschäftsbeziehung zu seinem Anbieter als angenehm empfindet.¹⁰³³ Der Kunde würde den Abbruch der Geschäftsbeziehung persönlich bedauern. In einer derartigen Situation der Bindung, d.h. wenn der Kunde sich dem Anbieter gegenüber persönlich verbunden fühlt, kann eine Geschäftsbeziehung unabhängig von ihrem ökonomischen Wert an Bedeutung gewinnen.¹⁰³⁴ In vielen Situationen bilden affektive Motive die dominierenden Antriebskräfte des Menschen.¹⁰³⁵ Der Einflussbereich betrifft sowohl private als auch gewerbliche Einkäufer.¹⁰³⁶ Hierbei geht es um den Wunsch des Kunden bei demselben Anbieter wieder kaufen zu wollen. Diese Ausprägungsform ist zumeist persönlich verortet und affektiv motiviert.¹⁰³⁷

Der kognitive Bindungszustand ist das Ergebnis kognitiver Bindungsmotive. Hierin manifestiert sich das Streben des Kunden nach instrumenteller Rationalität, d.h. der Fokus dieser Form der Rationalität liegt auf der bewussten Wahl geeigneter Mittel zur Erreichung eines Ziels. Es handelt sich hierbei um eine rationale und gefühlskalte Form der Bindung. Diese Form der Bindung geht teilweise mit Sachzwängen und dem

¹⁰²⁸ Hierbei ist allerdings zu beachten, dass Commitment sowohl bankseitig als auch kundenseitig existieren kann, wohingegen Kundenbindung allein aufgrund der Begrifflichkeit sich ausschließlich auf die Kundenperspektive beschränkt. Im Folgenden wird aufgrunddessen der Begriff Commitment verwendet.

¹⁰²⁹ Eggert (1999), S. 99.

¹⁰³⁰ Vgl. Eggert (1999), S. 96.

¹⁰³¹ Vgl. Eggert (1999), S. 96 f.

¹⁰³² Vgl. Diller (1994), S. 8.

¹⁰³³ Vgl. Rusbult (1983), S. 102.

¹⁰³⁴ Vgl. Buchanan (1974), S. 533.

¹⁰³⁵ Vgl. Hirschman/Holbrook (1982), S. 92.

¹⁰³⁶ Vgl. Hirschman/Holbrook (1982), S. 92.

¹⁰³⁷ Vgl. hier und im Folgenden Eggert (1999), S. 98.

Bewusstsein der Abhängigkeit einher und wird dann von den Kunden i.d.R. auch negativ beurteilt. Diese Form der Bindung kann bspw. dann entstehen, wenn ein Anbieterwechsel mit zusätzlichen Kosten verbunden ist. Gleiches gilt für den Mangel an verfügbaren Alternativen. Dieser Mangel an Alternativen wurde in bestehenden empirischen Arbeiten zum Relationship Banking operationalisiert als die Anzahl der bestehenden Bankverbindungen des Kunden sowie der Marktkonzentration. Für den Kunden entstehen aber möglicherweise bei dem Eingehen einer neuen Bankverbindung Kosten, da er der neuen Bank mehr Informationen bereitstellen muss.

Der normative Bindungszustand ist Ausdruck des Kunden, im Einklang mit den eigenen und gesellschaftlich vorgegebenen Werten zu leben. Da Menschen in einer Gemeinschaft leben und somit nicht nur ihren eigenen Nutzen maximieren, empfinden sie i.d.R. eine Verpflichtung gegenüber moralischen Werten. Im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung ist der normative Bindungszustand vermutlich primär bankseitig ausgeprägt bzw. von Relevanz. So wird eine Bank möglicherweise im Falle einer finanziellen Schieflage des Unternehmens nicht nur eigene Interessen verfolgen, sondern auch berücksichtigen, dass bei fehlender Unterstützung Arbeitsplätze gefährdet sind.

MEYER/ALLEN unterscheiden zwischen affektivem und fortsetzungsbezogenem Commitment, wobei es sich bei ihnen um organisationales Commitment handelt.¹⁰³⁸ Unter affektivem Commitment kann eine positive Haltung zur Organisation verstanden werden, die sich in einer relativ starken Übereinstimmung hinsichtlich Normen und Werten ausdrückt.¹⁰³⁹ Fortsetzungsbezogenes Commitment hingegen beruht darauf, dass die gegenwärtige Position mit weniger Strafen verbunden ist als alternative Positionen.¹⁰⁴⁰ Es resultiert daraus, drohende Verluste oder Opfer abzuwenden. Diese Unterscheidung ähnelt der Unterscheidung von EGGERT, wobei das affektive Commitment weitestgehend identisch definiert wird und das fortsetzungsbezogene Commitment im Wesentlichen dem kognitiven Commitment entspricht.

Neben diesen unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen kann wie bei dem Vertrauenskonstrukt eine Unterscheidung hinsichtlich des Bezugsobjekts vorgenommen werden. So weist SÖLLNER darauf hin, dass bei der Anwendung des Commitment-Konstruktes auf der Ebene der interorganisationalen Beziehung eine Trennung zwischen organisationaler und personaler Ebene erforderlich ist. Häufig wird das organisationale Verhalten als dem Individualverhalten vergleichbar angenommen.¹⁰⁴¹ Allerdings handeln nie Unternehmen, sondern Individuen mit eigenen, individuellen Vorstellungen über Belohnung und Kosten. Bei mittelständischen Unternehmen fällt eine Differenzierung zwischen Unternehmen und Person schwer, da die Identität von Eigentum und Leitung zentrales Charakteristikum ist und somit die Beurteilung des Unternehmens nicht losgelöst von der Person des Unternehmers erfolgen kann.

¹⁰³⁸ Vgl. Meyer/Allen (1984), S. 372 ff.

¹⁰³⁹ Vgl. Moser (1996), S. 6.

¹⁰⁴⁰ Vgl. Moser (1996), S. 5.

¹⁰⁴¹ Vgl. Söllner (1993), S. 105.

Im Folgenden wird der Stand der empirischen Forschung zur Untersuchung von Commitment dargestellt, um daraus weitere Erkenntnisse für die Konzeptualisierung und Operationalisierung des Commitment-Konstruktes im Rahmen der empirischen Erhebung zu erlangen.

5.2.3.2.2 Stand der empirischen Forschung bei dem Commitment-Konstrukt sowie Implikationen für die vorliegende Studie

Aufgrund der Komplexität der Beziehung findet man keine Studien, die alle genannten Dimensionen - die organisationale, die intraorganisationale, die interorganisationale und die interpersonale Dimension - ggf. in Kombination mit den inhaltlichen Dimensionen, abbilden. So gibt es bisher nur wenige Studien, in denen interorganisationales Commitment gemessen wird. Hingegen gibt es zahlreiche Studien, in denen intraorganisationales Commitment erhoben wird, bspw. die Studien von MEYER/ALLEN und von MOWDAY/STEERS/PORTER.¹⁰⁴² MORGAN/HUNT haben darauf aufbauend eine eigene Skala zur Messung von interorganisationalem Commitment entwickelt. Zur Messung von Commitment verwenden sie sieben Items, wobei Commitment hier als eindimensionales Konstrukt betrachtet wird.¹⁰⁴³ Eine Itemformulierung lautet beispielsweise: „The relationship that my firm has with my major supplier deserves our firm’s maximum effort to maintain.“¹⁰⁴⁴ Die Messung erfolgt auf einer 7-Punkte-Skala. Ebenfalls aufbauend auf den oben genannten Studien haben KUMAR/SCHEER/STEENKAMP Commitment anhand der drei Dimensionen affektives Commitment, Erwartung von Kontinuität und Bereitschaft zu weiteren Investitionen gemessen, wobei sie teilweise bestehende Ansätze aus dem intraorganisationalen Commitment adaptiert haben.¹⁰⁴⁵

EGGERT hat das Konstrukt der Kundenbindung zunächst durch drei Bindungszustände – affektives, kognitives und normative Kundenbindung – operationalisiert, wobei die beiden ersten Dimensionen aus fünf und die letzte Dimension aus vier Items bestanden. Als Ergebnis hat er allerdings erhalten, dass die Kundenbindung durch zwei ein-faktorielle Konstrukte repräsentiert wird.¹⁰⁴⁶ Es lassen sich unterscheiden zum einen die Verbundenheit, die auf affektive und normative Bindungszustände zurückzuführen ist, und zum anderen die Gebundenheit des Kunden, die auf kognitiven Bindungsmotiven beruht (vgl. Abb. A-17).¹⁰⁴⁷

¹⁰⁴² Vgl. Meyer/Allen (1984), S. 372 ff. und von Mowday/Steers/Porter (1979), S. 224 ff.

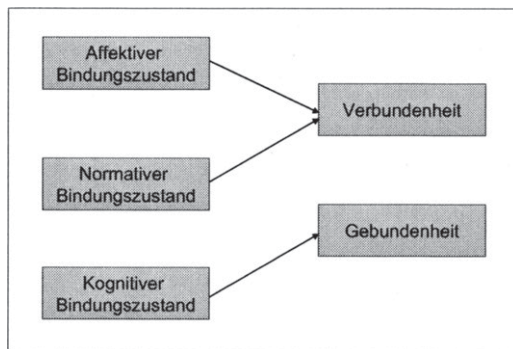
¹⁰⁴³ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 28.

¹⁰⁴⁴ Morgan/Hunt (1994), S. 35.

¹⁰⁴⁵ Grundlage der Studie von Kumar/Scheer/Steenkamp sind vor allem die Arbeiten von Anderson/Weitz, Mohr/Nevin, Meyer/Allen, Noordewier/John/Nevin. Vgl. Kumar/Scheer/Steenkamp (1995), S. 348 ff., Anderson/Weitz (1992), S. 18 ff., Mohr/Nevin (1990), S. 36 ff., Meyer/Allen (1984), S. 372, Noordewier/John/Nevin (1990), S. 80 ff.

¹⁰⁴⁶ Vgl. Eggert (2000), S. 126.

¹⁰⁴⁷ Vgl. Eggert (1999), S. 130.

Abb. A-17: Ebenen der Kundenbindung¹⁰⁴⁸

In Tab. A-15 wird ein Überblick über einige Studien gegeben, die sich mit organisationalem und interorganisationalem Commitment beschäftigen, wobei diese Trennung in den vorliegenden Studien nicht trennscharf ist. Auf die Darstellung der Studien, die sich mit intraorganisationalem Commitment beschäftigen, wird verzichtet, da intraorganisationales Commitment im weiteren Verlauf der Arbeit nicht von Relevanz ist.

Hinsichtlich der Ableitung eines geeigneten Instrumentariums zur Commitment-Messung existieren die gleichen Probleme wie bei der Vertrauensmessung. So hat man die Möglichkeit, ein bestehendes Instrumentarium exakt zu übernehmen, es zu adaptieren oder ein vollständig neues zu entwickeln. Vor dem Hintergrund, dass es bisher keine integrierte Studie mit einer sauberen Trennung sowohl zwischen der organisationalen und der personalen Ebene als auch zwischen den inhaltlichen Dimensionen wie Gebundenheit und Verbundenheit gibt, werden die bestehenden Studien in der vorliegenden Arbeit adaptiert. Wesentliche Grundlage bildet hier die Studie von EG-GERT. Im Folgenden werden zunächst die für diese Arbeit zugrunde gelegten inhaltlichen Dimensionen näher beschreiben.

¹⁰⁴⁸ Eigene Darstellung.

Autor	Jahr	Dimensionen	Beispiel	Anzahl Items	Skala	Reliabilität
Morgan/Hunt	1994	interorganisationales Commitment	The relationship my firm has with my major supplier deserves our firm's maximum effort to maintain.	7	7-Punkte-Skala (Stimme ich stark zu/ Lehne ich stark ab)	0,90
Kumar/Scheer/ Steenkamp	1995	affektives Commitment	Unsere positiven Gefühle für den Lieferanten sind der Hauptgrund für die weitere gemeinsame Arbeit.	3	7-Punkte-Skala (Stimme ich stark zu/ Lehne ich stark ab)	k.A.
		Erwartung von Kontinuität	Wir gehen davon aus, dass die Beziehung mit unserem Lieferanten noch lange Bestand haben wird.	3	7-Punkte-Skala (Stimme ich stark zu/ Lehne ich stark ab)	k.A.
		Bereitschaft zu weiteren Investitionen	Wenn der Lieferant es fordern würde, wären wir bereit, weitere Investitionen zur Optimierung der Lieferkette vorzunehmen.	3	7-Punkte-Skala (Stimme ich stark zu/ Lehne ich stark ab)	k.A.
Eggert	2000	organisationale Gebundenheit	Ich bin auf den Anbieter angewiesen, weil es zurzeit keine gleichwertigen Alternativen auf dem Markt gibt.	3	k.A.	k.A.
		organisationale Verbundenheit	Ich empfinde es als angenehm, mit dem Anbieter zusammenzuarbeiten.	7	k.A.	k.A.

Tab. A-15: Operationalisierung von Commitment in bestehenden Studien¹⁰⁴⁹

Für die weitere Untersuchung ist es wichtig, dass der Kunde die Bindung wahrnimmt. Nur wenn diese Voraussetzung erfüllt ist, können die generischen Bindungszustände, d.h. Verbundenheit und Gebundenheit, das Verhalten des Kunden in der Geschäftsbeziehung prädisponieren.¹⁰⁵⁰ Es erscheint plausibel, dass der Zustand der Verbundenheit die Verhaltensabsichten bzw. die Verhaltensweisen der Kunden positiv prädisponiert.¹⁰⁵¹ Dies könnte sich darin äußern, dass der Kunde seinen Anbieter im Allgemeinen bzw. seine Bank im Speziellen weiterempfiehlt oder dass der Kunde bereit ist, die Geschäftsbeziehung zu intensivieren und auszuweiten. Darüber hinaus lässt sich vermuten, dass der Kunde im Zustand der Verbundenheit nur wenig nach anderen Alternativen sucht und keine extremen Wechselabsichten besitzt.¹⁰⁵² In diesem Kontext führt SÖLLNER den „Amount at stake“ als wesentliche Größe ein. Der „Amount at stake“

¹⁰⁴⁹ Eigene Darstellung. Hinsichtlich der Tabellenbeschriftung vgl. Kapitel A.5.2.3.1.2.

¹⁰⁵⁰ Vgl. Eggert (1999), S. 130.

¹⁰⁵¹ Vgl. Eggert (1999), S. 143.

¹⁰⁵² Vgl. Eggert (1999), S. 144.

beschreibt Werte, die als „Input“ von einem Unternehmen in eine Geschäftsbeziehung eingebracht worden sind bzw. die im Laufe der Geschäftsbeziehung entstehen und die bei einem potenziellen Abbruch gefährdet sind.¹⁰⁵³ Die Bereitschaft, zusätzlich in die Beziehung zu investieren, wird bei gegebener Verbundenheit größer sein. Verbundenheit entsteht durch die Kombination von Kundenzufriedenheit und Kundenvertrauen. Verbundenheit ist eine Bindung, die vom Interesse des Kunden ausgeht und seinem Willen entspricht, und ist ferner auch mit einer emotionalen und zukunftsorientierten Komponente behaftet.¹⁰⁵⁴ Der Kunde möchte auch in Zukunft die Beziehung, die bei ihm eine Verbundenheit erzeugt, beibehalten.

Der Zustand der Gebundenheit hingegen könnte dazu führen, dass der Kunde sich verstärkt nach alternativen Anbietern umsieht, um sich aus der Gebundenheit zu befreien. Die Gebundenheit kann somit auch einen eher negativen Bindungszustand beschreiben.¹⁰⁵⁵ Bei der Gebundenheit handelt es sich um eine Form der Bindung, die vom Interesse des Anbieters geleitet wird.¹⁰⁵⁶

In Kapitel A.5.2.3.2.1 wurde erläutert, dass die Differenzierung nach inhaltlichen Dimensionen um die verschiedenen Bezugsebenen zu erweitern ist. Die Differenzierung nach Gebundenheit und Verbundenheit ist somit mit der Trennung nach organisationaler und personaler Ebene zu verbinden (vgl. Abb. A-18). Wie beim Vertrauen¹⁰⁵⁷ lassen sich aufgrund der verschiedenen möglichen Beziehungen vier Ausprägungen unterscheiden: organisationales, interorganisationales, intraorganisationales und interpersonales Commitment. Das intraorganisationale Commitment, bspw. das Commitment zwischen einem Angestellten und seinem Arbeitgeber, wird in der vorliegenden Arbeit nicht weiter behandelt.

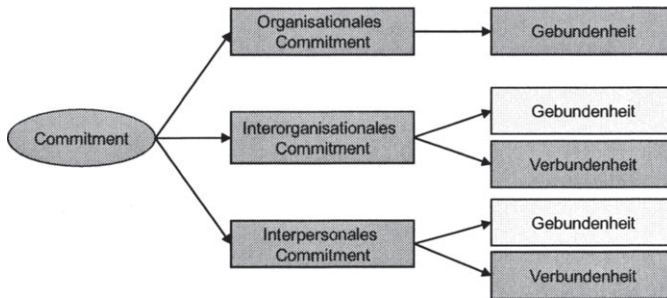
¹⁰⁵³ Vgl. Söllner (1993), S. 112.

¹⁰⁵⁴ Vgl. Bliemel/Eggert (1998), S. 41.

¹⁰⁵⁵ Vgl. Eggert (1999), S. 144.

¹⁰⁵⁶ Vgl. Bliemel/Eggert (1997), S. 41.

¹⁰⁵⁷ Vgl. hierzu Kapitel A.5.2.3.1.2 und insbesondere Abb. A-15.

Abb. A-18: Dimensionen von Commitment¹⁰⁵⁸

Um die verschiedenen Formen des Commitment zu erläutern, wird im Folgenden Bezug auf eine bestehende Kunde-Bank-Beziehung genommen. Eine organisationale Gebundenheit des Kunden ergibt sich bspw. bei fehlenden Alternativen zu einer bestehenden Bankverbindung. Die fehlenden Alternativen können sowohl Konsequenz der Marktbedingungen sein, d.h. geringer Konkurrenzintensität, oder schlichtweg aus der Anzahl der Bankverbindungen eines einzelnen Unternehmens resultieren. Eine geringe Anzahl an Bankverbindungen führt aber nur dann zu einer organisationalen Gebundenheit des Unternehmens, wenn bspw. aufgrund einer schlechten Bonität kein Aufbau neuer Bankverbindungen möglich ist. Eine bankseitige organisationale Gebundenheit könnte dann vorliegen, wenn es sich bei dem Kunden um einen großen Kunden handelt, den die Bank nicht verlieren möchte, weil er zu wichtig für die Bank ist. Die Gebundenheit der Bank kann hier aus rein monetären Aspekten hinsichtlich des einzelnen Kunden resultieren, weil das Geschäftsvolumen mit dem Kunden so groß ist und die Bank umfangreiche Erträge aus dem Kunden generiert. Ferner kann die Gebundenheit auch daher resultieren, dass die Abwanderung dieses Kunden über den rein monetären Verlust auf Einzelkundenebene hinaus mit Reputationsverlusten oder gar mit Abwanderung von anderen Kunden verbunden wäre. Eine Gebundenheit der Kontaktperson des Unternehmens zum Firmenkundenbetreuer und vice versa könnte eventuell auch aus bilateralen Absprachen resultieren, bspw. wenn die Kontaktperson den Abschluss von Anschlussverträgen dem Firmenkundenbetreuer verbal zugesichert hat und andere Personen bei diesen Absprachen nicht involviert waren. Möglicherweise könnten derartige Absprachen auch als eine Form der interorganisationalen Gebundenheit interpretiert werden, wenn aus den Absprachen eine Verpflichtung gegenüber der Bank resultiert. Eine Gebundenheit zwischen Personen bzw. zwischen einer Person und der fremden Organisation erscheint aber eher von sekundärer Bedeutung.

Eine Verbundenheit erfordert immer die Beteiligung einer Person, denn Organisationen können keine emotionale Bindung aufbauen, so dass eine Verbundenheit zum eigenen Unternehmen, zum jeweils anderen Unternehmen und zum Ansprechpartner des anderen Unternehmens aufgebaut werden kann. Die Verbundenheit zum eigenen

¹⁰⁵⁸ Eigene Darstellung.

Unternehmen, d.h. die intraorganisationale Ebene, ist in dieser Arbeit nicht von Relevanz. Die Kontaktperson des Unternehmens kann somit sowohl eine Verbundenheit zur Bank als auch zum Firmenkundenbetreuer aufbauen. Während der Grad der Gebundenheit zwischen Bank und Unternehmen stark asymmetrisch ist und in der Regel nur auf Seiten des Unternehmens existiert, kann hinsichtlich der Verbundenheit von einer Reziprozität ausgegangen werden, denn aufgrund der starken emotionalen Komponenten bei der Verbundenheit erscheint ein Ungleichgewicht auf lange Sicht hin nicht stabil.¹⁰⁵⁹

In Bezug auf das Commitment lässt sich resümieren, dass die Abbildung desselbigen in dieser Arbeit als dreidimensionales Konstrukt mit den Dimensionen organisationale Gebundenheit, interorganisationale Verbundenheit und interpersonale Verbundenheit geeignet erscheint.

5.2.3.3 Ökonomische Wirkungen von Vertrauen und Commitment im Rahmen der Hausbankbeziehung

In Kapitel A.3.3 wurden die Einflüsse der gesetzlichen Rahmenbedingungen auf die ökonomischen Parameter Zins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit analysiert. Nachdem im Kapitel A.4.3 der aktuelle Stand der Relationship Banking-Forschung vorgestellt wurde, konnte in Kapitel A.4.4 die mangelnde Berücksichtigung von verhaltenswissenschaftlichen Einflüssen im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung dargelegt werden. In Kapitel A.5.2.2 wurde aufgezeigt, dass Vertrauen und Commitment im Rahmen einer Geschäftsbeziehung von zentraler Bedeutung sind. Während bis zu diesem Punkt die zentrale Bedeutung von Vertrauen und Commitment im Rahmen einer Geschäftsbeziehung allgemein herausgearbeitet wurde, sollen im Folgenden die Auswirkungen, insbesondere die ökonomischen Auswirkungen, im Rahmen der Hausbankbeziehung herausgearbeitet werden.¹⁰⁶⁰ So postuliert HADWICH, dass Vertrauen als eine Dimension der Beziehungsqualität eine unmittelbare ökonomische Wirkung auslöst.¹⁰⁶¹ SEGBERS vermutet konkrete ökonomische Wirkungen aus den Konstrukten Vertrauen und Commitment auf die Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit im Rahmen einer Hausbankbeziehung.¹⁰⁶² Eine differenzierte Analyse der Auswirkungen der unterschiedlichen Dimensionen von Vertrauen und Commitment auf diese Parameter existiert nach Kenntnis des Verfassers nicht. Aus diesem Grund soll im Folgenden analysiert werden, welche Wirkung konkret durch die einzelnen, in Kapitel A.5.2.3.1.2 und A.5.2.3.2.2 angesprochenen Dimensionen verursacht werden. Diese verschiedenen Dimensionen werden somit hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf den Kreditzins, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit untersucht (vgl. Abb. A-19).

¹⁰⁵⁹ Hinsichtlich der emotionalen Komponenten vgl. Bliemel/Eggert (1998), S. 41.

¹⁰⁶⁰ Vgl. zu den ökonomischen Auswirkungen auch Segbers (2007), S. 352 f.

¹⁰⁶¹ Vgl. Hadwich (2003), S. 83 ff.

¹⁰⁶² Vgl. Segbers (2007), S. 357 ff.

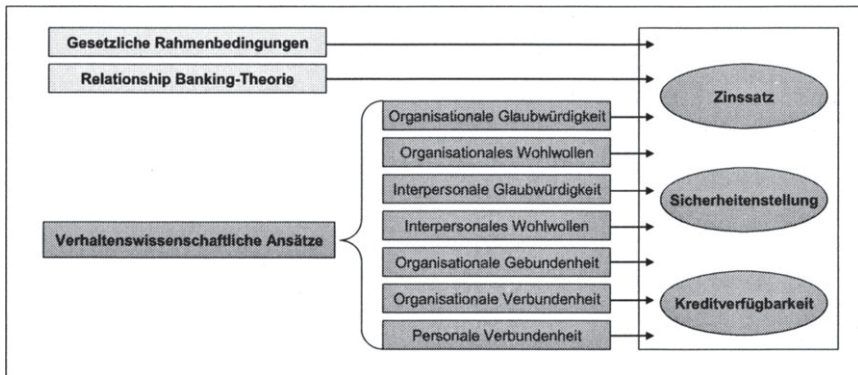


Abb. A-19: Analyse der Auswirkungen der verhaltenswissenschaftlichen Parameter¹⁰⁶³

Es werden zunächst die vermuteten Auswirkungen des Vertrauenskonstruktes und anschließend des Commitment-Konstruktes analysiert. Hierbei wird jeweils unterschieden zwischen den Ausprägungen auf Kunden- und auf Bankseite, da sich hieraus unterschiedliche Effekte ableiten lassen. Eine Annahme hinsichtlich des Commitment ist es, dass jeweils die durch die andere Person wahrgenommene Ausprägung der Dimension von Relevanz ist. So wirkt sich nicht die tatsächliche Verbundenheit, sondern die wahrgenommene Verbundenheit des Kunden auf das Verhalten des Firmenkundenbetreuers aus. Die hier erarbeiteten Zusammenhänge bilden die Grundlage für die Bildung der Hypothesen in Kapitel B.2.

Kundenseitiges Vertrauen in den Firmenkundenbetreuer

Interpersonales Vertrauen seitens des Ansprechpartners im Unternehmen in Bezug auf den Firmenkundenbetreuer wird die Kommunikation zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem Ansprechpartner des Unternehmens positiv beeinflussen.¹⁰⁶⁴ Dies kann sich in einer erhöhten Informationsbereitstellung äußern, indem bspw. auch vertrauensvolle oder intime Informationen mitgeteilt werden. Da die Kommunikation primär über einen Ansprechpartner erfolgt, ist hier das interpersonale Vertrauen nicht nur ein Förderer der Kommunikation, sondern eine *Conditio sine qua non*; denn der Ansprechpartner würde ansonsten gegebenenfalls bewusst Informationen zurückhalten. Hinsichtlich des Informationsflusses ist insbesondere das wahrgenommene Wohlwollen, weniger die wahrgenommene Glaubwürdigkeit des Firmenkundenbe-

¹⁰⁶³ Eigene Darstellung. Da im weiteren Verlauf der Arbeit der Fokus auf der Unterscheidung zwischen der personalen und der organisationalen Ebene liegt, wird nachstehend nicht mehr differenziert zwischen dem organisationalen und dem interorganisationalen Commitment, stattdessen werden vereinfachend die Begriffe organisationale Ge- und Verbundenheit verwendet. Aus dem gleichen Grund werden im Folgenden die Begriffe organisationale Glaubwürdigkeit und organisationales Wohlwollen verwendet.

¹⁰⁶⁴ Vgl. Jung (1999), S. 192.

treuers, z.B. in Form von fachlicher Kompetenz, von Relevanz. Daraus ergibt sich ein mittelbarer Effekt für den Kunden. Die umfangreichere Informationsbereitstellung führt zu einer präziseren Risikoeinschätzung durch die Bank über den Kunden. Die erhöhte Informationsbereitstellung durch den Kunden reduziert somit die bankseitige Entscheidungsunsicherheit, die sowohl hinsichtlich der grundsätzlichen Kreditbereitstellung als auch hinsichtlich der Höhe des zu fordernden Zinssatzes besteht. Die präzisere Beurteilung und der Verzicht auf einen Risikoaufschlag für die Unsicherheitskomponente führt somit in der Regel zu günstigeren Zinsen (vgl. Abb. A-20) und einer besseren Kreditverfügbarkeit. Dies setzt voraus, dass die Bank den niedrigeren Risikoaufschlag auch an die Kunden weitergibt, anderenfalls steigt die Gewinnmarge der Bank. Wird das Kriterium der Kreditverfügbarkeit allerdings nicht derart interpretiert, ob, sondern wie schnell gegebenenfalls der Kredit bereitgestellt wird, so kann aufgrund der erhöhten Informationen davon ausgegangen werden, dass der Kreditentscheid als solcher schneller getroffen wird.



Abb. A-20: Einfluss des interpersonalen Wohlwollens auf den Zinssatz¹⁰⁶⁵

Zuvor wurde die Wirkungskette unter der Annahme der Reduktion der Verhaltensunsicherheit aufgrund eines gesteigerten Informationsflusses betrachtet. Basierend auf der Annahme, dass intime Informationen insbesondere in Krisenzeiten relevant sind, ist in Bezug auf den Zinssatz aber auch eine weitere Wirkungskette denkbar. Ein erhöhter Informationsfluss resultiert aus einem höheren betrieblichen Risiko bzw. aus einer finanziell angespannten Lage des Unternehmens. In diesem Szenario steigen die Zinsen. In diesem Fall ist das Vertrauen zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für den erhöhten Informationsfluss. Neben dem Vertrauen ist die angespannte finanzielle Lage zumindest ein Auslöser für einen erhöhten Informationsfluss.

Hinsichtlich der Sicherheitenstellung kann keine eindeutige Aussage getroffen werden. Den Sicherheiten werden zwei Funktionen, die Sortierung- und die Anreizfunktion, zugeschrieben, die bisher im Wesentlichen noch parallel nebeneinander existieren. Unter der Annahme, dass die Sortierungsfunktion der Sicherheiten primär vor Beginn der Geschäftsbeziehung von Relevanz ist und die Anreizfunktion erst im Laufe der Geschäftsbeziehung zum Einsatz kommt, kann sich das Vertrauen nur auf die Anreizfunktion auswirken, denn das Vertrauen in den Firmenkundenbetreuer entwickelt sich erst im Laufe der Geschäftsbeziehung. Der gestiegene Informationsfluss kann dann dazu führen, dass das Moral Hazard-Risiko besser eingeschätzt werden kann und möglicherweise im Durchschnitt niedrigere Sicherheiten gefordert werden, da der Unsicherheitsfaktor reduziert wird. Es kann ferner angenommen werden, dass bei Bekanntwerden der Information, dass ein bestimmter Kunde ein großes Moral Hazard-Risiko birgt, dieser keine Kredite mehr bekommt und in Konsequenz solche Kunden

¹⁰⁶⁵ Eigene Darstellung.

aus dem Portfolio der Bank verschwinden. Das gesamte Moral Hazard-Risiko der Bank sinkt bei Betrachtung des Gesamtportfolios.

Das kundenseitige interpersonale Vertrauen in den Firmenkundenbetreuer spiegelt sich somit im Informationsfluss wider, wird dadurch für Firmenkundenbetreuer sichtbar und wirkt sich schließlich ggf. auf die Konditionen aus. Ein durch den Kunden wahrgenommenes Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers könnte sich dadurch mittelbar auf die Konditionen auswirken.

Ferner kann Vertrauen die Entscheidungsunsicherheit bei dem Unternehmen bzw. dem Ansprechpartner reduzieren.¹⁰⁶⁶ Ein erhöhtes Vertrauen in die fachliche Kompetenz der Bank bzw. des Beraters, wobei es sich hierbei um ein Element der Glaubwürdigkeit der Bank bzw. des Beraters handelt,¹⁰⁶⁷ führt dazu, dass der Kunde auch komplexere Produkte bei der Bank abschließt. In diesem Fall wirkt sowohl die wahrgenommene Kompetenz des Beraters als auch die Kompetenz der Bank im Allgemeinen, so dass sowohl die personale als auch die organisationale Glaubwürdigkeit zu vermehrten Produktabschlüssen führen wird. Beispielsweise wird der Kunde unter Umständen ex ante weniger Vergleiche mit anderen Anbietern und ex interim weniger Kontrollen der tatsächlichen Vorteilhaftigkeit der Produkte durchführen. Im Rahmen der vorliegenden Studie wird dieser Zusammenhang nicht detailliert untersucht, denn die Nutzung einer breiten Produktpalette und die resultierende Möglichkeit der Quersubventionierung ist hier Einflussparameter in Bezug auf die Zinsen und wird nicht als abhängige Variable untersucht. Der mittelbare Effekt über die breitere Produktpalette könnte jedoch gerade aufgrund der Möglichkeit zur Quersubventionierung zu niedrigeren Zinsen führen. Weitere mittelbare Effekte sind zwar noch denkbar, sollen aber aufgrund der eher geringeren ökonomischen Auswirkung nicht weiter betrachtet werden. Eine Zusammenfassung der wesentlichen Auswirkungen des Vertrauens in die Bank kann Tab. A-16 entnommen werden.

¹⁰⁶⁶ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 35.

¹⁰⁶⁷ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.3.1.

	Informationen Richtung Bank	Zinssatz	Sicherheiten	Kredit- verfügbarkeit
Interpersonales Wohlwollen (des FKB)	+	-	-	+
Interpersonale Glaubwürdigkeit (des FKB)	o	(-)	o	o
Organisationales Wohlwollen (der Bank)	o	o	o	o
Organisationale Glaubwürdigkeit (der Bank)	o	(-)	o	o

Tab. A-16: Zusammenfassung der Auswirkungen des Vertrauens in die Bank¹⁰⁶⁸

Bankseitiges Vertrauen und Kreditzinsen

Hinsichtlich des interpersonalen Wohlwollens kann von einer Reziprozität ausgegangen werden, so dass schließlich auch ein erhöhtes wahrgenommenes interpersonales Wohlwollen in Bezug auf die Kontaktperson zu besseren Informationen führt und die Unsicherheit in Bezug auf die Risikoeinschätzung des Unternehmens sinkt. Infolgedessen sinken die Risikokosten der Bank und dem Kunden kann ein niedrigerer Zinssatz gegeben werden.

Denkbar wäre aber auch ein direkter Effekt derart, dass der Firmenkundenbetreuer das interpersonale Wohlwollen der Kontaktperson wahrnimmt und derselbigen einen Gefallen tun möchte, den Zinssatz allein deshalb senkt und der Kontaktperson dadurch ein Erfolgsgefühl vermittelt. Je nach Ausgestaltung des Anreizsystems bei dem Unternehmen kann sich dieser Erfolg sogar monetär bei der Kontaktperson auswirken. Einen vergleichbaren Effekt kann das wahrgenommene Wohlwollen des Unternehmens bei dem Firmenkundenbetreuer auslösen, so dass der Firmenkundenbetreuer den Wunsch verspürt, dem Unternehmen, ggf. aufgrund einer finanziell schwierigen Lage, günstigere Konditionen zu geben.

Die Effekte aus der Glaubwürdigkeit sind stärker rationaler Natur. Die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners führt dazu, dass den gelieferten Zahlen und Berichten sowie den mündlichen Aussagen eher Glauben geschenkt wird. Die organisationale Glaubwürdigkeit wirkt sich primär auf die Zuversicht des Firmenkundenbetreuers bezüglich des Erfolges eines zu finanzierenden Projektes aus. Beides hat zur Konsequenz, dass weniger Prüf- und Überwachungsaktivitäten durchgeführt werden und somit die Transaktionskosten sinken, wobei der Effekt aus der organisationalen Glaubwürdigkeit überwiegen wird. Dieser Effekt führt zu niedrigeren Betriebskosten und somit zu niedrigeren geforderten Zinsen. Sofern der Ansprechpartner auch die

¹⁰⁶⁸ Eigene Darstellung. Ein „+“ symbolisiert einen verstärkenden bzw. erhöhenden Effekt, ein „-“ einen reduzierenden Effekt und ein „o“ einen indefiniten bzw. keinen Einfluss. Durch die Klammern wird ein eher schwacher Einfluss und durch „++“ bzw. „--“ ein besonders starker Effekt visualisiert.

Investitionsentscheidungen, für den Projekterfolg zentrale Personalentscheidungen oder Entscheidungen hinsichtlich der vertragsgerechten Kreditrückzahlung trifft und nicht nur die Verträge mit der Bank abschließt oder vorbereitet, wirkt die interpersonale Glaubwürdigkeit umso stärker transaktionskostensenkend, da die interpersonale Glaubwürdigkeit dann weitreichendere Konsequenzen hat. Es resultiert ein nahezu fließender Übergang zur organisationalen Glaubwürdigkeit. Unter der Annahme, dass ein positiver Zusammenhang zwischen einer hohen wahrgenommenen Glaubwürdigkeit und der tatsächlichen Kompetenz des Unternehmens besteht, steigt die Erfolgswahrscheinlichkeit des Unternehmens mit zunehmender Glaubwürdigkeit. Dieser Zusammenhang führt zu niedrigeren erwarteten Verlusten und somit zu niedrigeren Risikokosten der Bank und niedrigeren geforderten Zinsen. Diesem vermuteten Zusammenhang zwischen Zinsen und Vertrauen bzw. Glaubwürdigkeit liegt die Annahme zugrunde, dass Kostenersparnisse unmittelbar an die Unternehmen weiter gegeben werden. Wie im Rahmen der theoretischen Modelle und insbesondere im Modell von PETERSEN/RAJAN dargestellt,¹⁰⁶⁹ spielt bei der Weitergabe der Kostenersparnis die Marktmacht der Bank und der anderen im Markt agierenden Banken eine zentrale Rolle, so dass auf den ersten Blick, d.h. ohne Berücksichtigung dieser Einflussgröße, die Effekte nicht eindeutig sind. Bei einer vertrauensvollen Beziehung kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Bank das Informationsmonopol nicht ausnutzt und damit langfristig die Vertrauensbasis gefährdet. Diese Hold Up-Gefahr kann somit durch ein gegenseitiges Vertrauen weitestgehend eliminiert werden, was wiederum die Weitergabe der Kostenersparnis für den Kunden und somit eine Zinsreduktion bewirkt.

Bankseitiges Vertrauen und Sicherheiten

Im nächsten Schritt wird der Einfluss des Vertrauens auf die Sicherheitenstellung untersucht. Wesentliche Funktionen von Sicherheiten sind die Reduzierung der Verlustquote im Insolvenzfall sowie die Sortierungs- und die Anreizfunktion. Die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit durch die Bank, dass es zum Insolvenzfall kommt, fällt in einer Vertrauenssituation niedriger aus, da die positiven Erfahrungen der Vergangenheit in die Zukunft projiziert werden. Auch hier erscheint die organisationale Glaubwürdigkeit, d.h. das Vertrauen in die Unternehmensentscheidungen im Allgemeinen und das Vertrauen in sinnvolle Investitionsentscheidungen im Speziellen gewichtiger als das Vertrauen in den einzelnen Ansprechpartner. Sofern hier Identität des Entscheiders und des Ansprechpartners des Unternehmens vorliegt, ist wiederum eine Separation zwischen interpersonaler und organisationaler Glaubwürdigkeit nur schwer möglich. In Bezug auf die Sortierungsfunktion ist auch an dieser Stelle zu berücksichtigen, dass diese im Wesentlichen vor Aufnahme der Geschäftsbeziehung von Relevanz ist, so dass der Aufbau von Vertrauen bzw. die Beurteilung der Glaubwürdigkeit und des Wohlwollens des Unternehmens und des Ansprechpartners noch nicht möglich war. Hinsichtlich der Funktion der Anreizsteigerung entfällt die Grundlage bei vorherrschendem Vertrauen, da in einer derartigen Beziehung keine extrinsischen

¹⁰⁶⁹ Vgl. Kapitel A.4.3.1.2.1.

Anreize zur Leistungssteigerung notwendig sind.¹⁰⁷⁰ Es gilt wiederum, dass die organisationale Glaubwürdigkeit wichtiger ist als die interpersonale Glaubwürdigkeit. Vom Grundsatz her widerspricht die Sicherheitenstellung als solche sogar in Teilen der Vertrauensdefinition. So wurden als wesentliche Elemente des Vertrauens für einen Großteil der Definitionen das bewusste Eingehen einer Risikosituation und die Verwundbarkeit herausgearbeitet.¹⁰⁷¹ Eine vertrauensvolle Beziehung erfordert allerdings kein blindes und grenzenloses Vertrauen, so dass die Existenz von Vertrauen in Form von Glaubwürdigkeit nicht den Verzicht auf Sicherheiten impliziert. Ferner gibt es rechtliche Vorschriften, die zu beachten sind. Auch wenn zu allen Kunden eine vertrauensvolle Beziehung besteht, kann eine Bank nicht ausschließlich Blankokredite vergeben, denn die Verlusthöhe im Falle des Kreditausfalls hat Einfluss auf das zu hinterlegende Eigenkapital der Bank, so dass Blankokredite das Kreditvergebavolumen reduzieren.¹⁰⁷²

Hinsichtlich des Wohlwollens wird angenommen, dass selbiges die Gefahr des Moral Hazard reduziert. Ein wohlwollendes Unternehmen und ein wohlwollender Ansprechpartner wird nicht versuchen, der Bank zu schaden. Ferner kann – ähnlich wie bereits – zuvor angenommen werden, dass das organisationale und das personale Wohlwollen den Firmenkundenbetreuer ggf. dazu verleitet, weniger Sicherheiten einzufordern. Während das organisationale Wohlwollen eher dazu führt, dass der Firmenkundenbetreuer dem Unternehmen einen monetären Vorteil in der Form verschaffen will, dass der Unternehmer aufgrund der größeren noch zur Verfügung stehenden Sicherheiten einen größeren Finanzierungsspielraum hat, bewirkt das personale Wohlwollen eher, dass der Firmenkundenbetreuer dem Ansprechpartner einen Gefallen tun möchte und somit einen aus Kundensicht vorteilhafteren Vertrag abschließt.

Als konterkarierender Effekt ist hier wiederum die vermehrte Informationsbereitstellung bei einer Vertrauensbeziehung durch den Kunden zu berücksichtigen, die dem Firmenkundenbetreuer ggf. auch Zugang zu mehr unvoreilhaftigen Informationen verschafft. Somit kann seine Einschätzung des Kunden zwar präziser, aber negativer ausfallen.¹⁰⁷³ Während der Ausgangspunkt für die erstgenannten Effekte das bankseitige Vertrauen ist, wirkt bei der erhöhten Informationsbereitstellung durch den Kunden die interpersonale Glaubwürdigkeit und das interpersonale Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers. Da Vertrauen reziprok ist, erscheint eine saubere Trennung nicht immer möglich und notwendig.

Bankseitiges Vertrauen und Kreditverfügbarkeit

Die Unsicherheit der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers bezüglich der Auswahl eines investitionsrechnerisch guten Projektes und die Verhaltensunsicherheit hinsichtlich einer möglichen Asset Substitution sinkt bei einem größeren organisationalen Vertrauen. Ausschlaggebend sind hier die Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und

¹⁰⁷⁰ Vgl. hierzu auch ausführlicher Segbers (2007), S. 356.

¹⁰⁷¹ Vgl. hierzu Kapitel A.5.2.3.1.1.

¹⁰⁷² Vgl. hierzu auch Kapitel A.3.1.2.1 und A.3.3.

¹⁰⁷³ Vgl. hierzu auch ausführlicher Segbers (2007), S. 356.

Kompetenz des Unternehmens, weniger das Wohlwollen des Unternehmens gegenüber der Bank. Es ist aber auch denkbar, dass der Firmenkundenbetreuer das Wohlwollen des Unternehmens bei der Kreditvergabe berücksichtigt. Beispielsweise könnte sich der Firmenkundenbetreuer dafür revanchieren, dass der Kunde sich trotz bankseitiger Probleme, wie bspw. ein temporärer Ausfall des Online-Banking, sehr verständnisvoll erwiesen hat.

Die Effekte auf interpersonaler Ebene sollten in Bezug auf die Kreditverfügbarkeit von sekundärer Bedeutung sein. Während die Zinshöhe leichter von zwischenmenschlichen Komponenten beeinflusst wird, sollte dieser Effekt aufgrund der größeren Auswirkungen bei der Kreditvergabe eher nachrangig sein. Denn ein halber Prozentpunkt weniger an Zinsertrag bei einem einzelnen Kredit ist für eine Bank mit geringeren Konsequenzen verbunden als ein fälschlicherweise vergebener Kredit, der zu einem Ausfall führt. Aufgrund der Reziprozität des Vertrauens führt jedoch ein erhöhtes interpersonales Wohlwollen zu einer erhöhten Informationsbereitstellung und bewirkt eine bessere Risikoeinschätzung durch den Firmenkundenbetreuer. Insbesondere bei einem risikoaversen Firmenkundenbetreuer wird somit die Kreditverfügbarkeit steigen, denn während selbiger bei Nichtkenntnis der Informationen tendenziell den Kredit eher ablehnen würde, werden *ceteris paribus* mehr Kunden einen Kredit erhalten, da der Kundenbetreuer bei einigen Fällen, die mit Unsicherheit behaftet waren, nun eine präzise, positive Einschätzung vornehmen kann. Die personelle Verflechtung bei kleineren Unternehmen erschwert eine saubere Trennung zwischen der organisationalen Ebene und der personalen Ebene, aber auch bei größeren Unternehmen wird möglicherweise die organisationale Glaubwürdigkeit durch die personale Glaubwürdigkeit beeinflusst, weshalb die interpersonale Glaubwürdigkeit auch zu einer Erhöhung der Kreditverfügbarkeit führen kann. Eine Zusammenfassung der wesentlichen Auswirkungen des Vertrauens in die Kunden in Bezug auf den Informationsfluss und die ökonomischen Parameter kann Tab. A-17 entnommen werden.

	Informationen Richtung Kunde	Zinssatz	Sicher- heit	Kredit- verfügbarkeit
Interpersonales Wohlwollen (des Kunden)	+	-	-	+
Interpersonale Glaubwürdigkeit (des Kunden)	+	-	-	+
Organisationales Wohlwollen	o	-	-	+
Organisationale Glaubwürdigkeit	o	--	--	++

Tab. A-17: Zusammenfassung der Auswirkungen des Vertrauens in den Kunden¹⁰⁷⁴

Commitment

Während in den bestehenden Commitment-Studien in der Regel untersucht wurde, welche Effekte das Commitment des Kunden auf sein Wiederkaufverhalten¹⁰⁷⁵ oder welche Effekte das Commitment eines Angestellten in Bezug auf seinen Arbeitgeber¹⁰⁷⁶ hat, ist im Rahmen der Analyse der ökonomischen Wirkung von Commitment in der Hausbankbeziehung vielmehr das wahrgenommene Commitment von zentraler Bedeutung. Der Firmenkundenbetreuer kann bei der Kreditvergabe und der Konditionenfestsetzung lediglich berücksichtigen, inwiefern er davon ausgeht, dass der Kunde auch in Zukunft – u.a. aufgrund von Verbundenheit und Gebundenheit – weitere Produkte bei der Bank abschließt. Dabei kann das tatsächliche Commitment des Kunden vom wahrgenommenen Commitment differieren. Wie auch in den in Kapitel A.5.2.3.3 dargestellten Untersuchungen wird hier nur das kundenseitige Commitment bzw. das wahrgenommene kundenseitige Commitment betrachtet.

Commitment und Zinsen

Die Gebundenheit und die Verbundenheit des Unternehmens einerseits sowie die Verbundenheit der Kontaktperson andererseits schaffen die wesentlichen Grundlagen für eine intertemporale Konditionengestaltung. Die Gebundenheit der Kontaktperson ist nachrangig, denn Gebundenheit resultiert primär aus vertraglichen Vereinbarungen zwischen Unternehmen und wird deswegen nicht weiter behandelt. Die Bank kann sich bei bestehendem Commitment darauf verlassen, dass sie nach anfänglich niedrigen Zinsen zu einem späteren Zeitpunkt höhere Zinsen fordern und somit Verluste aus der Anfangsphase kompensieren kann.¹⁰⁷⁷ Im Modell von PETERSEN/RAJAN ist die Macht der Bank bzw. das Wissen, dass der Kunde nicht wechseln möchte oder nicht kann, essenziell, um zunächst günstigere Kredite als bei vollständiger Konkurrenz

¹⁰⁷⁴ Eigene Darstellung.

¹⁰⁷⁵ Vgl. Eggert (2000), S. 119.

¹⁰⁷⁶ Vgl. Meyer/Allen (1984), S. 372 ff.

¹⁰⁷⁷ Vgl. hierzu das Modell von Petersen/Rajan (1995) in Kapitel A.4.3.1.2.1.

vergeben zu können, dadurch Kreditrationierung zu vermeiden und anschließend höhere Zinsen in den Folgeperioden verlangen zu können. Während die Gebundenheit in Ermangelung an Alternativen auch in einer Anfangsphase einer Kunde-Bank-Beziehung auftreten kann, entwickelt sich die Verbundenheit im Laufe der Beziehung und festigt sich erst in einem vergleichsweise späten Stadium.¹⁰⁷⁸ Das Bewusstsein des Firmenkundenbetreuers hinsichtlich des vorherrschenden Commitments kann zur Folge haben, dass selbiger diese Machtsituation ausnutzt und höhere Zinsen fordert. Bei einer bloßen Gebundenheit ist diese Gefahr evident. Bei Existenz von Verbundenheit auf Unternehmensebene oder Verbundenheit auf Ebene der Kontaktperson bei gleichzeitiger Abwesenheit von Gebundenheit ist die Gefahr allerdings nicht wirklich gegeben, denn die Bank würde riskieren, das Verbundenheitsgefühl zu verletzen und den Kunden schließlich sogar zu verlieren. Bei Existenz von Gebundenheit und Verbundenheit könnte der Firmenkundenbetreuer versuchen, die Gebundenheit so lange auszureizen bis die Verbundenheit gerade noch nicht negativ tangiert wird.

Es resultiert bei vorherrschender Ge- und Verbundenheit des Unternehmens und der Kontaktperson in Bezug auf die Bank und den Firmenkundenbetreuer allerdings auch ein gegenläufiger Effekt. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass der Kunde nicht nur einen Kreditvertrag bei der Bank unterhält, sondern auch in Zukunft weitere Produkte abschließt. Der Bank eröffnet sich dadurch die Möglichkeit zur Quersubventionierung, so dass aufgrund dieses Effektes die Zinsen im Durchschnitt niedriger sind. Aufgrund der konterkarierenden Effekte ist der Einfluss der Gebundenheit und der Verbundenheit auf die Kreditzinsen indeterminiert.

Commitment und Sicherheiten

Als eine Funktion der Sicherheiten wurde die Reduzierung der Verlustquote bei Kreditausfall genannt. Die Wahrscheinlichkeit des Ausfalls ist als unabhängig von einem wahrgenommenen Kunden-Commitment zu betrachten. Den Sicherheiten kommt ferner die Anreizfunktion zu. Bei einer hohen Verbundenheit wird sich der Kunde intrinsisch motiviert anstrengen, so dass die Funktion der Anreizsteigerung durch Sicherheiten nicht mehr notwendig ist. Eine hohe organisationale Verbundenheit sollte somit zu einer Reduktion der Sicherheitenstellung führen. Inwiefern die personale Verbundenheit des Ansprechpartners einen Effekt auf die Sicherheitenstellung hat, hängt von seiner Stellung im Unternehmen ab. Bei einem weitreichenden Einfluss der Kontaktperson im Unternehmen können sich seine erhöhten Anstrengungen auch auf das gesamte Unternehmen auswirken, so dass tendenziell eher ein reduzierender Effekt zu erwarten ist. Die Gebundenheit des Kunden bewirkt, dass die Bank eine gewisse Machstellung erlangt und somit höhere Sicherheitenforderungen stellt.

¹⁰⁷⁸ Vgl. hierzu das phasenorientierte Interaktionsmodell von Dwyer/Schurr/Oh (1987), S. 11 ff. sowie das Modell von Ford (1990) in Kapitel A.5.2.2.2.1.

Commitment und Kreditverfügbarkeit

Unter der Annahme, dass eine geringe Anzahl von Bankverbindungen automatisch mit einer hohen Gebundenheit des Kunden einhergeht, kann argumentiert werden, dass Unternehmen mit einer höheren Gebundenheit mit höherer Wahrscheinlichkeit zusätzliche Kredite bekommen. Dies lässt sich darin begründen, dass der Informationsstand einer Bank über ein bestimmtes Unternehmen größer ist, wenn das Unternehmen nur bei einer oder wenigen Banken Kredite aufnimmt.¹⁰⁷⁹ Die Bank ist somit besser in der Lage, die Kreditwürdigkeit zu beurteilen und vergibt eher Kredite, wobei zusätzliche negative Informationen auch an dieser Stelle genau das Gegenteil bewirken können. Eine geringe Anzahl von Bankverbindungen muss allerdings nicht mit einer hohen Gebundenheit einhergehen. Sofern Alternativen im relevanten Markt existieren, findet ein gutes Unternehmen relativ schnell eine neue Bank. Die geringe Anzahl von Bankverbindungen kann auch schlichtweg Konsequenz einer hohen Verbundenheit sein. Ceteris paribus wird aber davon ausgegangen, dass eine hohe Gebundenheit seitens des Unternehmens zu einer höheren Kreditverfügbarkeit führt.

Zudem eröffnet eine kundenseitige hohe Gebundenheit und/oder Verbundenheit Möglichkeiten für die intertemporale Konditionengestaltung durch die Bank. Da selbige für das Zustandekommen eines Kreditvertrags in dem Modell von PETERSEN/RAJAN notwendige Voraussetzung ist, steigt dadurch die Kreditverfügbarkeit. Denn wenn der Kunde auch in Zukunft bei der Bank bleibt, dann kann die Bank anfängliche Verluste durch spätere Gewinne kompensieren und ist bereit, den Vertrag abzuschließen. Hinsichtlich der potenziell unterschiedlichen Auswirkungen der organisationalen Ge- und Verbundenheit sowie der personalen Verbundenheit ist zu hinterfragen, welches Phänomen den Kundenwechsel am stärksten verhindert. Da die Gebundenheit aus vertraglichen Gegebenheiten resultiert, hat diese vermutlich den stärksten Effekt. Das Gefühl der Verbundenheit hingegen kann möglicherweise schnell durch ein Fehlverhalten der anderen Partei zerstört werden. Allerdings erscheint eine Differenzierung hinsichtlich der Stabilität der beiden Phänomene schwierig. Die Verbundenheit des Ansprechpartners kann sehr wichtig sein; das Ausmaß der Bedeutung hängt von dem Einfluss im Unternehmen ab. Wenn der Ansprechpartner einen Bankwechsel nicht verhindern kann, so hat seine Verbundenheit keinen Effekt. Ferner ist bei einer großen Verbundenheit und Gebundenheit des Kunden davon auszugehen, dass die Bank eine höhere Verpflichtung zur Unterstützung des Kunden fühlt und somit die Kreditverfügbarkeit im Sinne einer größeren Wahrscheinlichkeit der Kreditbereitstellung steigt. Dies geht einher mit der Verantwortung, welche die Hausbank in finanziellen Krisenzeiten trägt. Eine Zusammenfassung der wesentlichen Auswirkungen des kundenseitigen Commitments kann Tab. A-18 entnommen werden.

¹⁰⁷⁹ Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.3.2.1 ff.

	Zinssatz	Sicherheit	Kredit- verfügbarkeit
Organisationale Gebundenheit	o	+	++
Organisationale Verbundenheit	o	--	++
Interpersonale Verbundenheit	o	-	+

Tab. A-18: Ökonomische Wirkungen von Commitment

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass hinsichtlich der Konstrukte Vertrauen und Commitment bzw. ihrer verschiedenen Dimensionen von einem Einfluss auf die Kreditkonditionen ausgegangen werden kann. Die Wirkungsrichtung der verschiedenen Dimensionen von Vertrauen und Commitment in Bezug auf die Variablen Zinssatz, Sicherheitstellung und Kreditverfügbarkeit scheint identisch bzw. zumindest nicht konträr zu sein. Allerdings wird eine unterschiedliche Einflussintensität vermutet. Die Unterschiede der Einflussintensität bei Betrachtung der organisatorischen und der persönlichen Ebene hängen vermutlich auch davon ab, inwiefern der jeweilige in der Lage ist, hinsichtlich dieser beiden Ebenen zu unterscheiden und inwiefern der Ansprechpartner einen Einfluss auf unternehmensweite Entscheidungen hat. Dieser Punkt hängt vermutlich auch von der Unternehmensgröße ab sowie von der Frage, wo der Ansprechpartner des Unternehmens innerhalb der Unternehmensorganisation angesiedelt ist.

B Empirische Untersuchung zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung

1 Grundlagen der Untersuchung und deskriptive Auswertung

Mit der vorliegenden Arbeit soll ein Beitrag zur Analyse der Einflussgrößen der ökonomischen Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung geleistet werden. Es wird vermutet, dass die Konditionen – wie in Kapitel A.3.3 dargelegt – durch die gesetzlichen Rahmenbedingungen beeinflusst werden. Ferner haben die in der Relationship Banking-Forschung verwendeten und in Kapitel A.4 dargestellten Variablen einen Einfluss auf die Konditionen. Durch die Integration verhaltenswissenschaftlicher Elemente erfolgt eine Erweiterung bestehender Erklärungsversuche, um dadurch Ansatzpunkte für zukünftige wissenschaftliche Arbeiten zu schaffen. Ziel ist es zu untersuchen, ob verhaltenswissenschaftliche Elemente im Rahmen der Kunde-Bank-Beziehung einen Einfluss ausüben, ohne dadurch den Anspruch zu erheben, durch die Integration dieser Elemente die ökonomischen Parameter der Kunde-Bank-Beziehung vollständig erklären zu wollen.

Zunächst werden in Kapitel B.1 mit der Durchführung der Datenerhebung, der Datensatzbeschreibung, der Datenbereinigung und der Darstellung der deskriptiven Ergebnisse die Grundlagen der empirischen Studie beschrieben. Es folgt in Kapitel B.2 die Hypothesenbildung mit dem Fokus auf den verhaltenswissenschaftlichen Elementen, so dass im Wesentlichen die theoretischen Erkenntnisse hinsichtlich der ökonomischen Wirkungen von Vertrauen und Commitment aus Kapitel A.5.2.3.3 die Grundlage für dieses Kapitel bilden. Im darauf folgenden Kapitel B.3 werden nach der Beschreibung der methodischen Grundlagen die aufgestellten Hypothesen für die drei ökonomischen Parameter mittels statistischer Verfahren überprüft.

1.1 Durchführung der Erhebung und Datenaufbereitung

Für die Festlegung einer adäquaten Form der Datenerhebung müssen zunächst die erforderlichen Daten und somit die potenziellen Datenquellen bekannt sein. Da die Art der für diese vorliegende Studie zu erhebenden Daten sehr heterogen ist, muss auf verschiedene Datenquellen zurückgegriffen werden. Zum einen handelt es sich hierbei um objektive Daten wie Jahresabschlusskennzahlen, Ratingdaten, Verbindlichkeiten gegenüber der jeweiligen Bank oder Vertragsdaten wie Zinssätze. Zum anderen werden subjektive Einschätzungen der Firmenkundenbetreuer¹⁰⁸⁰, z.B. für die Abbildung der Konstrukte Vertrauen und Commitment benötigt. Für die Erhebung der Kennzahlen und der objektiven Daten kann auf Bankanwendungen zurückgegriffen werden.

¹⁰⁸⁰ Es wäre auch denkbar, das Vertrauen des Kunden in die Bank bzw. den Firmenkundenbetreuer zu erheben. In Kapitel A.5.2.3.3 wurde dargelegt, dass vor allem das bankseitige Vertrauen in den Ansprechpartner bzw. das Unternehmen sowie das durch den Firmenkundenbetreuer wahrgenommene Commitment für die Untersuchungen relevant sind. Aus diesem Grund wird ausschließlich eine Befragung der Firmenkundenbetreuer vorgenommen.

Angesichts der zentralen Stellung der genannten Konstrukte in dieser Arbeit, ist die Auswahl einer geeigneten Erhebungsmethode besonders für diesen Bereich kritisch. Aufgrund der im Folgenden dargelegten Gründe wurde die quantitative Erhebungsmethode ausgewählt.¹⁰⁸¹ Im Rahmen der empirischen Sozialforschung versuchen quantitative Methoden theoretische Konstrukte mit Hilfe einer numerischen, standardisierten Messung von Variablenausprägung direkt zu erfassen.¹⁰⁸² In der Regel antworten die Probanden bei dieser Vorgehensweise auf Fragen mit vorformulierten Antwortmöglichkeiten oder drücken den Grad ihrer Zustimmung zu einer Aussage durch Ankreuzen auf einer Skala aus. Quantitative Daten gestatten zahlreiche Analysen auf Basis statistischer Verfahren und sind Voraussetzung zur Prüfung von Hypothesen. Da das Ziel der vorliegenden Untersuchung in der Hypothesenprüfung besteht, ist die Anwendung dieser Methode für die Zielerreichung erforderlich.

Zur Entwicklung eines geeigneten Instruments sind bei den quantitativen Verfahren im Vergleich zu den qualitativen Verfahren mehr Vorkenntnisse erforderlich. Die Verwendung nicht relevanter Dimensionen kann beim Entwurf eines Fragebogens zu verfälschten oder nicht aussagekräftigen Ergebnissen führen.¹⁰⁸³ Die Verwendung und Entwicklung von Fragebögen bietet sich insbesondere zur Erfassung von Konstrukten an, über die bereits hinreichende Informationen aus theoretischen Vorüberlegungen und früheren empirischen Untersuchungen vorliegen.¹⁰⁸⁴ Aufgrund der vorhergehenden Darstellung der empirischen Studien zum Vertrauen und zum Commitment kann der Stand der Forschung hinsichtlich dieser Konstrukte durchaus als elaboriert betrachtet werden. Da ein Fragebogen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten und zahlenmäßig abgestuften Antwortkategorien direkt zu quantitativen Daten und damit unter Beachtung der methodologischen Voraussetzungen zu präzisen Vergleichsmöglichkeiten und zur Generalisierbarkeit der Ergebnisse führt, musste dieser für die Zielsetzung der Untersuchung das Mittel der Wahl sein. Neben der Datenstruktur ist auch die Datenmenge und Stichprobengröße als kritischer Faktor zu betrachten. Auch um umfangreiche Datenmengen¹⁰⁸⁵ größerer Stichproben in relativ kurzer Zeit zu erheben und zu analysieren, bleibt die Datenerhebung mittels einer schriftlichen Befragung die Methode *sine qua non*.¹⁰⁸⁶ Vor diesem Hintergrund wurde die quantitative Erhebungsmethode in Form einer schriftlichen Befragung gewählt.

Es wurde eine zweigeteilte Datenerhebung vorgenommen. Die systemseitig vorliegenden Daten wurden per Datenbankabfragen ermittelt, für die Einschätzung der Firmenkundenbetreuer wurde ein Fragebogen erstellt.

¹⁰⁸¹ Vgl. zur quantitativen Erhebungsmethode Unterreitmeier (2004), S. 49.

¹⁰⁸² Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 49.

¹⁰⁸³ Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 49.

¹⁰⁸⁴ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 114.

¹⁰⁸⁵ Der Fragebogen für den einzelnen Firmenkundenbetreuer umfasste 58 Fragen.

¹⁰⁸⁶ Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 49. Ferner wäre es auch denkbar gewesen, die Firmenkundenbetreuer persönlich oder telefonisch zu interviewen. Aufgrund der erforderlichen Datenmenge schied diese Möglichkeit allerdings aus.

Vor der eigentlichen Datenerhebung wurden Pre-Tests mit vier aktiven Firmenkundenbetreuern sowie sechs Bankkaufleuten zur Überprüfung der Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit des Fragebogens durchgeführt, der geringfügigen Modifikationsbedarf bei der Formulierung der Fragen erkennen ließ. Nach den Pre-Tests erfolgte die Bankenansprache (vgl. Abb. B-1). An der Datenerhebung konnten ausschließlich Genossenschaftsbanken teilnehmen, die die Software MinD.banker® im Einsatz haben, da diese Software für einen Teil der Daten als Medium für die Erhebung verwendet wurde. Daraus ergab sich zum Zeitpunkt der Studie eine Grundgesamtheit von ca. 90 Genossenschaftsbanken deutschlandweit. Aus dieser Grundgesamtheit wurden die 30 Banken per Zufall ausgewählt. Nach Durchführung der Pre-Tests wurden an diese Banken Briefe mit einer Erläuterung des Forschungsvorhabens, einer Beschreibung des Ablaufs der Datenerhebung sowie einer Anfrage bezüglich der Teilnahme an der Befragung verschickt.¹⁰⁸⁷ Den Banken wurde als Gegenleistung für ihre Kooperationsbereitschaft eine zweistündige Beratungstätigkeit in Form von Anwenderschulungen oder Konfigurationstätigkeiten für die Software MinD.banker® angeboten. Zwei Wochen nach der Ankündigung der geplanten Erhebung wurden die Leiter des Bereichs Firmenkunden oder die für diesen Bereich zuständigen Vorstände telefonisch kontaktiert, um weitere Hintergründe zur Befragung zu erläutern und Termine abzustimmen. Von den 30 angesprochenen Banken haben 15 Banken an der Erhebung teilgenommen (vgl. Abb. B-2). Die Datenerhebung bei den Banken wurde im Zeitraum von Ende 2007 bis Anfang 2008 durchgeführt, wobei 90% der Daten im Dezember und Januar erhoben worden sind.

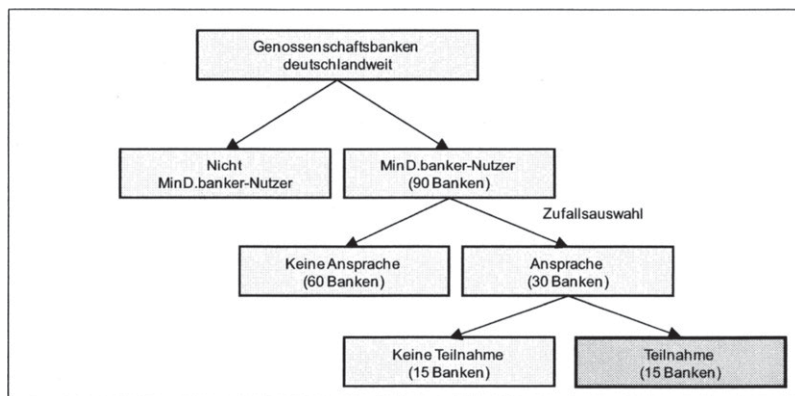


Abb. B-1: Vorgehen bei der Auswahl der teilnehmenden Banken

¹⁰⁸⁷ Vgl. Anhang I, Abb. AN 1-1.

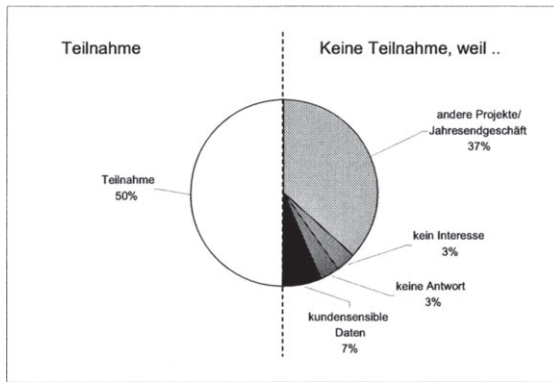


Abb. B-2: Resonanz der angesprochenen Banken

In den einzelnen Banken wurden anhand von Listen mit Kunden, für die ein Rating vorliegt,¹⁰⁸⁸ per Zufallsauswahl jeweils Kunden ausgewählt, zu denen die Firmenkundenbetreuer Fragen zu beantworten hatten. Jeder Firmenkundenbetreuer sollte für maximal vier seiner Kunden Fragebögen ausfüllen. Nach erfolgter Kundenauswahl wurden in einem zweiten Schritt solche Kunden ausgeschlossen, die mehr als 500 Mitarbeiter haben¹⁰⁸⁹ und die aktuell keine Geschäftskonten bei dem jeweiligen Institut unterhalten.¹⁰⁹⁰ Die Datenerhebung setzte sich wie zuvor beschrieben aus zwei Elementen zusammen. Ein Teil der Daten wurde aus der bestehenden Bankenanwendung MinD.banker® mittels einer programmierten Datenabfrage automatisiert erhoben.¹⁰⁹¹ Hierbei handelte es sich um Daten wie bspw. Jahresabschlusskennzahlen, Ratingklassen oder Teilscores der Ratings. In einem weiteren Schritt haben die Firmenkundenbetreuer einen Fragebogen zu den ausgewählten Kunden erhalten, um die Daten, die systemseitig nicht hinterlegt waren bzw. die nicht automatisiert abgefragt werden konnten, wie z.B. die subjektive Beurteilung der Geschäftsbeziehung, zu erheben. Die Firmenkundenbetreuer konnten die automatisiert generierten Daten nicht einsehen, so dass die subjektiven Einschätzungen weitestgehend losgelöst von den Kennzahlen aus der automatisierten Datenerhebung vorgenommen werden konnten. Eine Kenntnis des Firmenkundenbetreuers hinsichtlich der erhobenen objektiven Daten, wie z.B. Ratingklassen oder Jahresabschlusskennzahlen, kann nicht ausgeschlossen werden.

¹⁰⁸⁸ Da es sich bei der Ratingklasse um eine wichtige, unabhängige Variable der Untersuchung handelt, war das Nichtvorhandensein derselben ein Ausschlusskriterium.

¹⁰⁸⁹ In Kapitel A.2.1.1.3 wurde eine Mitarbeiterzahl von 500 Mitarbeitern als Obergrenze für mittelständische Unternehmen definiert.

¹⁰⁹⁰ Da der Zinssatz von Kontokorrentkonten – diese Konten werden in der Terminologie der zugrunde liegenden Bankenanwendung als Geschäftskonten deklariert – der Unternehmen eine abhängige Variable der Untersuchung darstellt, war das Nichtvorhandensein eines derartigen Kontos ein Ausschlusskriterium.

¹⁰⁹¹ Eine vollständige Abbildung des Datenerhebungsbogens findet sich im Anhang 1, Abb. AN 1-3.

Die Verteilung der Fragebögen an die Firmenkundenbetreuer innerhalb der einzelnen Institute ist in der Regel durch die Leiter des Bereichs Firmenkunden vorgenommen worden. Der Fragebogen umfasste 58 Fragen und wurde von einem Anschreiben begleitet.¹⁰⁹² Dieses beinhaltete neben der Beschreibung des Anliegens der Untersuchung die Anweisungen zum Ausfüllen und die Gewährleistung der Anonymität. Zudem wurden die Fragebogenbeantwortenden darauf hingewiesen, dass es keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten gebe, um sie somit zum ehrlichen Antworten zu ermutigen und ihnen die Scheu vor dem Ankreuzen extremer Werte zu nehmen. In diesem Begleittext wurde auf die Begriffe Vertrauen und Commitment bewusst verzichtet, um das Antwortverhalten nicht zu beeinflussen. Stattdessen wurde das Ziel der Befragung nur sehr allgemein formuliert. Letztlich wurde im bewusst kurz gehaltenen Begleittext darum gebeten, nach kurzem Überlegen einzuschätzen, inwieweit einer Aussage zugestimmt oder inwiefern diese abgelehnt wird, um daraufhin der Skalierung entsprechend, die jeweilige Antwortausprägung anzukreuzen.

Der Fragebogen selbst beinhaltete 25 Fragen zu den Konstrukten Vertrauen und Commitment. Bei den Fragen zur Messung des Vertrauens und des Commitments wurde eine 6-stufige Skala verwendet. Zwar wurden in den Fragebögen zur Vertrauensforschung häufig 5- oder 7-stufige Skalen verwendet,¹⁰⁹³ jedoch wird durch die Verwendung von geradzahligem Skalen der Beantwortende gezwungen, zumindest eine tendenziell in eine Richtung weisendes Urteil abzugeben.¹⁰⁹⁴ Hinsichtlich der Anzahl der Ausprägungen wurde berücksichtigt, dass eine zunehmende Anzahl der Skalenstufen zwar zu einer erhöhten Differenzierungsfähigkeit der Skala führt, aber auch gleichzeitig bewirkt, dass irgendwann die Differenzierungskapazität der Urteilenden ausgeschöpft ist.¹⁰⁹⁵ Es wurde eine Ratingskala verwendet, d.h. es wurden durch Zahlen markierte Abschnitte eines Merkmalskontinuums markiert, die die Urteilenden als gleich groß bewerten sollen. Hier wird angenommen, dass die Stufen der Ratingskala eine Intervallskala bilden,¹⁰⁹⁶ so dass die Antworten in den statistischen Auswertungen als intervallskalierte Merkmale berücksichtigt werden. Neben den Überschriften zu den Bedeutungen der einzelnen Ausprägungen wurde ferner jeweils in einem kurzen Erläuterungstext zur Frage das Vorgehen beschrieben. Bei den Selbsteinstufungen zum Vertrauen und zum Commitment wurden unipolare Skalen eingesetzt. Darunter ist zu verstehen, dass die Abstufungen sich auf die Ausprägungen eines Merkmals beziehen, d.h. nur positive Zahlen umfassen und somit Intensitätsabstufungen einer Bezeichnung angeben, der in mehr oder minder ausgeprägtem Maße zugestimmt werden kann bzw. die mehr oder minder abgelehnt werden kann.¹⁰⁹⁷ Wie in Abb. B-3 ersichtlich, wurde die numerische Skala ferner um eine verbale Skala („trifft voll zu“ etc.) ergänzt.¹⁰⁹⁸

¹⁰⁹² Vgl. Anhang 1, Abb. AN 1-2 und Anhang 1, Abb. AN 1-4.

¹⁰⁹³ Vgl. Kapitel A.5.2.3.1.2

¹⁰⁹⁴ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 180, Pepels (1995), S. 288.

¹⁰⁹⁵ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 180.

¹⁰⁹⁶ Zu diesem Vorgehen vgl. Bortz/Döring (2006), S. 177. Hier findet sich auch eine Diskussion hinsichtlich des Skalenniveaus wieder. Ebenda, S. 182 f.

¹⁰⁹⁷ Vgl. Pepels (1995), S. 287.

¹⁰⁹⁸ Vgl. Pepels (1995), S. 288.

	trifft voll zu	trifft überwiegend zu	trifft teilw. zu	trifft teilw. nicht zu	trifft überwiegend nicht zu	trifft gar nicht zu
Mein Ansprechpartner hat mir die Gründe für Zahlungsschwierigkeiten oder Probleme bei der rechtzeitigen Bereitstellung von Informationen/Daten (z.B. Bilanzen, Plandaten, BWA, Projektentwicklung) stets offen und zeitnah erläutert.	①	②	③	④	⑤	⑥

Abb. B-3: Subjektive Einschätzung

Des Weiteren umfasste der Fragebogen zwölf Fragen zum Unternehmen im Allgemeinen, wie z.B. der Mitarbeiteranzahl und der Gesellschafteranzahl, ferner acht Fragen zu den Kreditverträgen, wie z.B. die Besicherungsquote des Kunden oder inwiefern es eine Kreditablehnung in den vergangenen drei Jahren gab, sowie neun Fragen zur Produktnutzung des Kunden, wie z.B. dem Anteil des Zahlungsverkehrs bei der Bank oder dem Besitz von Genossenschaftsanteilen. Abschließend wurden vier Fragen zum Firmenkundenbetreuer und zur Bank gestellt, wie z.B. Alter und Ausbildung des Firmenkundenbetreuers oder Marktumfeld der Bank.¹⁰⁹⁹ Ein Überblick über die verschiedenen Fragenbereiche, die Reihenfolge derselben sowie die Anzahl der jeweils enthaltenen Fragen kann Tab. B-1 entnommen werden.

	Fragenbereich	Anzahl Fragen
1 a	Unternehmensdaten	12
1 b	<i>Vertrauen und Commitment (organisationale Ebene)</i> ¹¹⁰⁰	11
2	Daten zum Kreditvertrag	8
3	Daten zur Produktnutzung des Kunden	9
4	Geschäftsbeziehung <i>Vertrauen und Commitment (personale Ebene)</i>	14
5	Daten zur Bank und zum Firmenkundenbetreuer	4

Tab. B-1: Reihenfolge der Fragenbereiche inkl. jeweilige Anzahl Fragen im Fragebogen

Die Rückgabe der Fragebögen erfolgte anonym und auf postalischem Wege. In den ausgefüllten Fragebögen waren zwecks Identifikation die Bezeichnung des Instituts sowie eine laufende Nummer des Fragebogens enthalten, so dass ein Rückschluss weder auf den Firmenkundenbetreuer noch auf den einzelnen Kunden möglich war. Die Rücklaufquote innerhalb der einzelnen Institute liegt zwischen 60,00% und 100%,

¹⁰⁹⁹ Eine vollständige Abbildung des Fragebogens findet sich im Anhang I, Abb. AN 1-4.

¹¹⁰⁰ In dem Fragebogen tauchten die Begriffe Vertrauen und Commitment nicht auf. Die in kursiv dargestellten Bereiche bzw. Bezeichnungen wurden in der obigen Tabelle mit aufgenommen, um den Zusammenhang zu den Konstrukten herzustellen. Die organisationale Ebene der Konstrukte wurde in den Fragenbereich „Unternehmensdaten“ integriert und die personale Ebene wurde in einem eigenständigen Fragenbereich „Geschäftsbeziehung“ abgebildet.

während der Gesamtdurchschnitt 82,37% beträgt. Insgesamt wurde ein Rücklauf von 229 Fragebögen erzielt (vgl. Tab. B-2).¹¹⁰¹

Institutsnummer	Ausgeteilte Fragebögen	Rückläufe	Rücklaufquote
1	25	19	76,00%
2	12	11	91,67%
3	15	14	93,33%
4	15	9	60,00%
5	18	18	100,00%
6	5	5	100,00%
7	17	17	100,00%
8	11	11	100,00%
9	17	11	64,71%
10	18	15	83,33%
11	15	9	60,00%
12	44	34	77,27%
13	14	13	92,86%
14	20	18	90,00%
15	32	25	78,13%
Gesamt	278	229	82,37%

Tab. B-2: Rücklaufquoten je Institut und gesamt

1.1.1 Beschreibung des Datensatzes

An der Datenerhebung haben ausschließlich Banken aus den Postleitregionen 2, 3, 4 und 5 teilgenommen. Dies umfasst die Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Bremen. Die Bilanzsumme der 15 teilnehmenden Banken beträgt zwischen 260 Mio. EUR und 4.046 Mio. EUR¹¹⁰², wobei die durchschnittliche Bilanzsumme von 920,6 Mio. EUR deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt von 513,1 Mio. EUR liegt.¹¹⁰³ 32,8% der Firmenkundenbetreuer haben das Umfeld ihrer Bank als „eher ländlich“, 18,8% als „eher städtisch“ und die verbleibenden 48,5% als „sowohl städtisch als auch ländlich“ eingestuft.

Ausgehend von den 229 zurückgesandten Fragebögen wurde ein Fragebogen eliminiert, weil mehr als die Hälfte der Fragen nicht beantwortet war. Hier erfolgte der Ausschluss, da ansonsten die Gefahr einer Verzerrung der Ergebnisse durch einen zu hohen Anteil imputierter Werte bestand. Ferner wurden die Fragebögen ausgeschlossen, die den Kriterien hinsichtlich des dargelegten Mittelstandsverständnisses nicht

¹¹⁰¹ Bei diesen Quoten wurden nur solche Fragebögen berücksichtigt, die auch tatsächlich ausgefüllt worden sind. Beispielsweise wurden einige Fragebögen unbeantwortet zurückgeschickt, da der Kunde die Bank mittlerweile gewechselt hatte.

¹¹⁰² Datengrundlage war der Jahresabschluss 2007.

¹¹⁰³ Eigene Berechnung basierend auf BVR (2007c).

gerecht wurden. So wurden neun Fragebögen ausgeschlossen, weil sich mehr als 25% des Kapitals dieser Unternehmen im Besitz eines anderen Unternehmens befand.¹¹⁰⁴ Ferner wurden drei weitere Fragebögen ausgeschlossen, da die maximale Mitarbeiterzahl von 500 überschritten worden ist.¹¹⁰⁵ Somit erfüllten 217 Unternehmen die Kriterien hinsichtlich des maximalen Umsatzes von 50 Mio. EUR, einer Mitarbeiterzahl von maximal 500 Mitarbeitern sowie der geforderten Eigentümerstruktur.

Die regionale Verteilung der Unternehmen ergibt sich im Wesentlichen aus dem Sitz der Bank. 67,74% der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen, dies entspricht ungefähr dem Anteil der Datensätze, die bei Banken in Nordrhein-Westfalen erhoben wurde (67,28%). Wie in Tab. B-3 ersichtlich haben einige Unternehmen den Sitz auch in anderen Bundesländern als die betreuende Bank.

Bundesland	Sitz der Bank	Sitz des Unternehmen
Bremen	7,83%	7,37%
Hessen	---	0,46%
Niedersachsen	15,21%	11,52%
Nordrhein-Westfalen	67,28%	67,74%
Sachsen	---	0,46%
Sachsen-Anhalt	---	2,30%
Schleswig-Holstein	9,68%	9,68%
Thüringen	---	0,46%
	100,00%	100,00%

Tab. B-3: Verteilung der Fragebögen nach Bundesländern

Aus Tab. B-4 ist zu entnehmen, dass mit 60,83% der überwiegende Teil der betrachteten Unternehmen in der Rechtsform der GmbH firmiert. Es zeigt sich eine signifikante Abweichung von der bundesweiten Statistik zugunsten von Kapitalgesellschaften. Diese ergibt sich unter anderem aus dem Umstand, dass in der Untersuchung nur geratete Unternehmen berücksichtigt wurden und zum gegenwärtigen Umsetzungsstand der bankinternen Unternehmensratings im genossenschaftlichen Sektor tendenziell eher größere Unternehmen geratet werden. Das in der Untersuchung zugrunde gelegte Ratingverfahren für mittelständische Unternehmen findet erst bei Unternehmen mit einem Umsatz von mindestens 260 Tsd. EUR Anwendung. Bei größeren Unternehmen finden Kapitalgesellschaften eine stärkere Verbreitung, da die Haftung auf das Gesell-

¹¹⁰⁴ Der Ausschluss von Tochterunternehmen erfolgt zum einen aufgrund der in Kapitel A.2.1.1.3 abgeleiteten Mittelstandsdefinition. Zum anderen erscheint es sinnvoll, derartige Unternehmen auszuschließen, da die Besonderheiten dieser Unternehmen zu einer Verfälschung der Aussagen führen können. Im Insolvenzfall werden die Verbindlichkeiten auf das Mutterunternehmen transferiert, so dass diese Unternehmen geringe echte Insolvenzraten haben. Häufig wird stattdessen eine freiwillige Auflösung vorgenommen. Vgl. hierzu auch Harhoff/Körting (1998a), S. 9.

¹¹⁰⁵ Im Rahmen der Kundenauswahl wurde bereits anhand systemseitiger Daten geprüft, inwiefern die Kriterien hinsichtlich Umsatz und Mitarbeiterzahl bei den ausgewählten Kunden erfüllt sind. Zu weiteren Ausschlüssen ist es deshalb gekommen, weil die Daten hinsichtlich der Mitarbeiterzahlen durch die Fragebogenausfüllenden aktualisiert worden sind.

schaftsvermögen bzw. für den Gesellschafter auf seine Beteiligung beschränkt ist.¹¹⁰⁶ Aus diesem Grund ist der Anteil an Kapitalgesellschaften in der vorliegenden Studie höher als im bundesweiten Durchschnitt, der auch die kleineren Unternehmen berücksichtigt. Die Vorgaben hinsichtlich der Existenz des Ratings haben in Konsequenz dazu geführt, dass Kapitalgesellschaften überrepräsentiert sind. Insgesamt handelt es sich bei 61,29% der Unternehmen um Kapitalgesellschaften und bei 83,41% der Unternehmen liegt keine unbeschränkte Haftung durch natürliche Personen vor.¹¹⁰⁷

Rechtsform	Häufigkeit	Prozent	Deutschland gesamt ¹¹⁰⁸
Genossenschaft	1	0,46%	0,17%
GmbH	132	60,83%	14,68%
AG	0	0,00%	0,24%
GmbH & Co. KG ¹¹⁰⁹	48	22,12%	4,11%
Einzelunternehmen ¹¹¹⁰	25	11,52%	70,33%
OHG	5	2,30%	8,47%
KG ¹¹¹¹	6	2,76%	---
Sonstige	---	---	2,00%
Gesamt	217	100,00%	100,00%

Tab. B-4: Verteilung der Rechtsformen

Hinsichtlich der Verteilung nach Branchen muss festgestellt werden, dass die Dienstleistungsunternehmen in der vorliegenden Studie im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt deutlich unterrepräsentiert sind (vgl. Tab. B-5). Ursächlich hierfür ist unter anderem die Beschränkung auf bestimmte Größenklassen, so dass Branchen, die tendenziell wenig Umsatz erzielen, z.T. komplett ausgeschlossen werden.¹¹¹²

¹¹⁰⁶ Vgl. Flacke (2007), S. 119.

¹¹⁰⁷ Bei der GmbH & Co. KG handelt es sich um eine Sonderform der Kommanditgesellschaft (KG) und somit um eine Personengesellschaft. Während bei einer typischen Kommanditgesellschaft der persönlich haftende Gesellschafter (Komplementär) eine natürliche Person ist, ist dies bei der GmbH & Co. KG eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). Intention dieser gesellschaftsrechtlichen Konstruktion ist es, Haftungsrisiken für die hinter der Gesellschaft stehenden Personen auszuschließen oder zu reduzieren. Keine unbeschränkte Haftung einer natürlichen Person liegt bei der Genossenschaft, der GmbH, der AG und der GmbH & Co. KG vor. Vgl. Statistisches Bundesamt (2007b).

¹¹⁰⁹ In den Daten des statistischen Bundesamtes werden die GmbH & Co. KG sowie die KG gemeinsam ausgewiesen. Vgl. Statistisches Bundesamt (2007b).

¹¹¹⁰ In dem erhobenen Datensatz werden unter den Einzelunternehmen auch Freiberufler und Gewerbetreibende subsumiert.

¹¹¹¹ In den Daten des statistischen Bundesamtes werden GmbH & Co. KG sowie KG gemeinsam ausgewiesen.

¹¹¹² Grundlage für die Einteilung der Branchen ist der WZ2003-Schlüssel des statistischen Bundesamtes. Vgl. Statistisches Bundesamt (2007c). Relevant ist lediglich die Anzahl der Unternehmen, es erfolgt keine Gewichtung nach Umsatz o.ä. Die Zuordnung zu den Branchen ist wie folgt: Produktion: Verarbeitenden Gewerbes (D); Handel: (G) - Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern; Dienstleistung: 63300 Reisebüros und Reiseveranstalter, 64000 Nachrichtenübermittlung, (H) Gastgewerbe, (J) Kredit- und Versiche-

Branche	Häufigkeit	Anteil	NRW ¹¹¹³	Deutschland ¹¹¹⁴
Produktion	57	26,27%	12,37%	8,54%
Handel	58	26,73%	29,34%	21,56%
Dienstleistung	35	16,13%	49,83%	58,08%
Baugewerbe	50	23,04%	5,42%	10,00%
Sonstiges	17	7,83%	3,04%	1,83%
Gesamt	217	100,00%	100,00%	100,00%

Tab. B-5: Verteilung der Branchen

Die Unternehmen der Stichprobe verfügen über durchschnittlich 32,06 Mitarbeiter (Median: 20,00, Standardabweichung: 37,73), erwirtschaften durchschnittlich einen Umsatz von 5.212,82 Tsd. EUR (Median: 2.463,00 Tsd. EUR, Standardabweichung: 6.927,36) und weisen im Durchschnitt eine Bilanzsumme von 2.480,25 Tsd. EUR aus (Median: 1.289,00 Tsd. EUR, Standardabweichung: 3.979,29 Tsd. EUR) (vgl. Tab. B-6).

	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Mitarbeiter (Anzahl)	32,06	20,00	37,73	1	300
Umsatz (TEUR)	5.212,82	2.463,00	6.927,36	18,75	45.000,00
Bilanzsumme (TEUR)	2.480,25	1.289,00	3.979,29	0,20	37.041,10

Tab. B-6: Unternehmensgrößen

Der Großteil der untersuchten Unternehmen hat eine Mitarbeiterzahl von 10-25 Mitarbeitern, mehr als 60% der Unternehmen haben weniger als 25 Mitarbeiter (vgl. Tab. B-7).

	0-10 MA	> 10-25 MA	> 25-50 MA	> 50 MA	Gesamt
Anzahl Unternehmen	40	93	56	28	217
Anteil in %	18,43%	42,86%	25,81%	12,90%	100,00%
Arithmetisches Mittel	8,25	16,77	36,82	101,93	32,06

Tab. B-7: Gruppierung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahlen

Nachstehend wird die Vergleichbarkeit der befragten Unternehmen hinsichtlich der Größe mit bereits existierenden, im Verlaufe der Arbeit häufig zitierten Studien untersucht. In der Studie von DEGRYSE/VAN CAYSEELE sind 81% Unternehmen mit genau

rungsgewerbe, (K) Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen, anderweitig nicht genannt, (N) Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen, (O) Erbringung von sonstigen öffentlichen und persönlichen Dienstleistungen; Baugewerbe: (F) Baugewerbe; Sonstige: (I) – Verkehr und Nachrichtenübermittlung exkl. 63300 Reisebüros und Reiseveranstalter, 64000 Nachrichtenübermittlung, (A) Land- und Forstwirtschaft.

¹¹¹³ Eigene Berechnungen. Als Datenbasis diente die Landesdatenbank NRW. Vgl. Landesdatenbank NRW (2007).

¹¹¹⁴ Vgl. Statistisches Bundesamt (2007a).

einem Mitarbeiter enthalten, 17% Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern und einem Umsatz von weniger als 250 Mio. BEF (6,2 Mio. EUR)¹¹¹⁵, 1% Unternehmen mit mindestens 10 Mitarbeitern oder einem Umsatz mindestens als 250 Mio. BEF und weniger als 1 Mrd. BEF (161 Mio. EUR), sowie 1% Unternehmen mit mehr als 1 Bio. BEF (161 Mio. EUR).¹¹¹⁶ In der Datengrundlage von ANGELINI/DI SALVO/FERRI beträgt die durchschnittliche Mitarbeiterzahl 10,3 Personen und der durchschnittliche Umsatz 3,3 Mrd. Lira (1,7 Mio. EUR)^{1117, 1118} In der Studie von BERGER/UDELL hatten 80% der Unternehmen weniger als 50 Mitarbeiter, 10% 51-100 Mitarbeiter und 10% 101-500 Mitarbeiter.¹¹¹⁹ Die durchschnittliche Bilanzsumme beträgt 2,3 Mio. US-Dollar (2,4 Mio. EUR)¹¹²⁰. Auch bei PETERSEN/RAJAN sind nur Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern enthalten.¹¹²¹ Die durchschnittliche Bilanzsumme (Median) beträgt 130 Mio. US-Dollar (133 Mio. EUR) und der durchschnittlicher Umsatz (Median) 300 Mio. US-Dollar (307 Mio. EUR). Ebenso in der Studie von HARHOFF/KÖRTING werden nur Unternehmen mit maximal 500 Mitarbeitern berücksichtigt, die durchschnittliche Mitarbeiterzahl beträgt 41,49 bei einem Median von 10 Mitarbeiter. 80% der Unternehmen haben weniger als 50 Mitarbeiter.¹¹²² In der Studie von MACHAUER/WEBER sowie in der Studie von ELSAS/KRAHNEN sind Unternehmen mit einem Umsatz von 50 bis 500 Mio. DM (25,56 - 255,64 Mio. EUR) Umsatz enthalten.¹¹²³

Sofern in den Studien eine Obergrenze für die Mitarbeiterzahlen angegeben war, beträgt selbige stets 500 MA. Die Unternehmen in der Datenbasis der vorliegenden Studie entsprechen ungefähr der Größe der Unternehmen in den meisten zuvor genannten Studien, so dass diesbezüglich eine Vergleichbarkeit angenommen werden kann.¹¹²⁴

¹¹¹⁵ Umrechnungskurs: BEF/EUR= 40,3399. Vgl. EZB (1998), Absatz 1.

¹¹¹⁶ Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 13 f.

¹¹¹⁷ Umrechnungskurs: ITL/EUR=1.936,27. Vgl. EZB (1998), Absatz 1.

¹¹¹⁸ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 935.

¹¹¹⁹ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 356.

¹¹²⁰ Um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurde wie bei Elsas ein Umrechnungskurs von DM/US-Dollar=2,0 angenommen. Vgl. Elsas (2001), S. 195. Bei der Umrechnung in EUR wurde der Umrechnungskurs DM/EUR=1,95583 herangezogen. Vgl. EZB (1998), Absatz 1.

¹¹²¹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 7.

¹¹²² Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 33.

¹¹²³ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1361, Elsas/Krahnens (1998), S. 1285.

¹¹²⁴ Die Unternehmen in den Studien von Angelini/Di Salvo Ferri und Degryse/Van Cayseele sind eher etwas kleiner, Unternehmen in den Studien von Machauer/Weber, Elsas/Krahnens und Petersen/Rajan sind eher etwas größer, die Unternehmen in den anderen Studien sind ungefähr genauso groß.

	Angelini/Di Salva/Ferri (1998)	Berger/ Udell (1995)	Degryse/ Van Cayseele (1998)	Elsas/ Krahnens (1998)	Harhoff/ Körting (1998)	Machauer/ Weber (1998)	Petersen/ Rajan (1994)	Vorliegende Studie
Land	Italien	USA	Belgien	Deutschland	Deutschland	Deutschland	USA	Deutschland
Mitarbeiterzahl	Ø 10,3	< 500	----	----	< 500; Ø 41,49 (10)	----	< 500	< 500; Ø 32,06 (20)
Umsatz	1,7 Mio. EUR	----	98% der Unternehmen: < 6,2 Mio. EUR	25,56 - 255,64 Mio. EUR	----	25,56 - 255,64 Mio. EUR	--; (307 Mio. EUR)	5,2 Mio. EUR (2,4 Mio. EUR)
Bilanzsumme	----	2,3 Mio. US-Dollar (2,4 Mio. EUR)	----	----	----	----	--; (130 Mio. US-Dollar (133 Mio. EUR))	2,4 Mio. EUR (1,2 Mio. EUR)

Tab. B-8: Unternehmensgrößen in den vergleichbaren Studien¹¹²⁵

Nach Abschluss der Datenerhebung wird üblicherweise eine so genannte Datenaufbereitung durchgeführt, die aus der Erfassung, Prüfung und Bereinigung der Daten besteht.¹¹²⁶ Bevor die Daten in den weiteren Auswertungen verarbeitet werden können, erfolgt zunächst eine Analyse, inwiefern aufgrund der Form der Datenerhebung die Gefahr von Antwortverfälschungen existiert sowie in welchem Umfang Daten fehlen und somit Bereinigungen vorzunehmen sind.

1.1.2 Analyse der Gefahren von Antwortverfälschungen

Im ersten Schritt erfolgt eine Prüfung der Datenqualität. Aufgrund der Verwendung von Fragebögen resultiert die Gefahr von Testverfälschungen.¹¹²⁷ Sofern möglich wurde bereits bei der Fragebogenkonstruktion diese Gefahr durch die entsprechenden, im Folgenden auch beschriebenen Gegenmaßnahmen eliminiert bzw. reduziert. Im Wesentlichen sind hier die nachstehenden Effekte bzw. Gefahren zu nennen:

- Gefahr der Selbstdarstellung
- Problem der sozialen Erwünschtheit
- Hawthorne-Effekt
- Sponsorship-Bias
- Halo-Effekt
- Milde-Härte-Fehler (Leniency-Severity-Fehler)
- Zentrale Tendenz (Tendenz zur Mitte)
- Rater-Ratee-Interaktion
- Primacy-Recency-Effekt

Es ist zunächst die Gefahr der *Selbstdarstellung* zu erwähnen.¹¹²⁸ Der Befragungsteilnehmer stellt beim Nachdenken zwecks Beantwortung des Fragebogens fest, dass eigene Erlebens- oder Verhaltensweisen widersprüchlich, unvernünftig oder unakzept-

¹¹²⁵ Eigene Darstellung. Sofern in den einzelnen Studien angegeben, wird jeweils das arithmetische Mittel und in Klammern der Median ausgewiesen.

¹¹²⁶ Vgl. Bankhofer (1995), S. 6, Pepels (1995), S. 371 f.

¹¹²⁷ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 231 ff.

¹¹²⁸ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 231 ff.

tabel sind und beantwortet die Fragen somit gemäß seiner Wunschvorstellung. Dieses Verhalten dient z.T. der Fremd- oder Selbsttäuschung und könnte sich z.B. darin bemerkbar machen, dass der Firmenkundenbetreuer eine größere Anzahl an jährlichen Beratungsgesprächen angibt, als sie den Tatsachen entspricht, oder dass der Firmenkundenbetreuer gerne eine freundschaftliche Beziehung zum Firmenkunden hätte und deswegen eine Frage nach der Existenz der freundschaftlichen Beziehung im Fragebogen bejaht.

Das Problem der *sozialen Erwünschtheit* resultiert aus dem Bemühen dem Interviewer zu gefallen, wobei dies auch eine Form der Selbstdarstellung ist.¹¹²⁹ Diese Gefahr ist im Rahmen der vorliegenden Studie deswegen evident, weil die Datenerhebung durch Mitarbeiter der BMS Consulting GmbH erfolgt. Bei den Banken handelt es sich ausnahmslos um Kunden der BMS Consulting GmbH, so dass teilweise bereits Projekte mit den Banken durchgeführt worden sind. Ziel ist es zu vermeiden, dass die Firmenkundenbetreuer die Antworten derart geben, dass sie die vermuteten Zusammenhänge bewusst bestätigen, um dem datenerhebenden Mitarbeiter bzw. der BMS Consulting GmbH einen Gefallen zu tun. Aus diesem Grund ist den Fragebogenteilnehmern das Ziel der Untersuchung nicht im Detail kommuniziert worden.¹¹³⁰

Schließlich wirkt der *Hawthorne-Effekt*.¹¹³¹ Dieser besagt, dass allein das Bewusstsein, Teilnehmer einer Untersuchung zu sein, Auswirkungen auf die Reaktion und das Antwortverhalten des Befragten hat. Ferner spielt eine geringe Bereitschaft zur Selbstenthüllung – *Self Disclosure* – eine Rolle,¹¹³² denn der Befragte möchte möglicherweise ein von Bankvorgaben abweichendes Verhalten nicht aufdecken. Wenn die Betreuungskonzeption der Bank bspw. drei Beratungsgespräche jährlich festlegt, so wird es einem Firmenkundenbetreuer schwer fallen eine geringere Anzahl anzugeben, wenn er befürchten muss, dass die Antworten zu ihm zurückverfolgt werden könnten. Dies geht einher mit der Antizipation negativer Konsequenzen bei bestimmten Antworten, z.B. weil ein derartiges Verhalten vom Vorgesetzten nicht positiv beurteilt wird. Aus diesem Grund erfolgte die Rückgabe der Fragebögen nicht über den Vorgesetzten, sondern in der Regel unmittelbar an den Befragungsdurchführenden.

Des Weiteren ist der *Sponsorship-Bias* zu erwähnen, das heißt konkrete Vermutungen über den Auftraggeber bzw. seine Untersuchungsziele beeinflussen das Antwortverhalten. Problematisch bei derartigen Antwortverfälschungen ist es, dass die wahren Merkmalsausprägungen in der Regel unbekannt sind, weshalb es nicht so einfach möglich ist, die Urteilsfehler zu identifizieren. Insgesamt kann aber aufgrund der vorgenommenen Maßnahmen, d.h. direkte Rückgabe der Fragebögen sowie fehlende Kommunikation des konkreten Untersuchungsziels, von geringen Testverfälschungen ausgegangen werden.

¹¹²⁹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 231 ff.

¹¹³⁰ Vgl. hierzu auch Kapitel B.1.1. Das Anschreiben zum Ausfüllen des Fragebogens ist im Anhang 1, Abb. AN 1-2 dargestellt.

¹¹³¹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 231 ff.

¹¹³² Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 231 ff.

Neben diesem allgemeinen Problem der Antwortverfälschungen können zusätzliche Probleme bei bestimmten Fragentypen auftreten. So können bei Ratingskalen die abgegebenen Urteile durch systematische Urteilsfehler eingeschränkt werden. Nachfolgend werden kurz die wichtigsten Urteilsfehler dargestellt.¹¹³³ Unter dem *Halo-Effekt* versteht man die Tendenz, die Beurteilung mehrerer Merkmale eines Objektes von einem globalen Pauschalurteil abhängig zu machen, die Unfähigkeit oder mangelnde Bereitschaft des Urteilers auf unterschiedliche Ausprägungen verschiedener Merkmale zu achten, oder die Tendenz eines Urteilers, ein Objekt bezüglich verschiedener Merkmale gleich einzustufen.¹¹³⁴ So könnte eine gute Ratingklasse des betrachteten Kunden den Beantwortenden dazu verleiten, die Fragen zur Beurteilung der Geschäftsbeziehung tendenziell positiver zu beantworten als bei einem Kunden mit einer schlechten Ratingklasse. Sofern möglich wurden u.a. aus diesem Grund die Jahresabschlusskennzahlen und Ratinginformationen dem Firmenkundenbetreuer nicht explizit vorgelegt, sondern in einem separaten Datenerhebungsbogen erfasst.

Unter dem *Milde-Härte-Fehler (Leniency-Severity-Fehler)* versteht man den Effekt, dass die Einstufungen mehrerer Merkmale systematisch zu negativ oder positiv ausfallen. Dieser Effekt erscheint häufig im Zusammenhang mit Personenbeurteilungen.¹¹³⁵ Der Effekt der *Zentralen Tendenz (Tendenz zur Mitte)* besagt, dass Urteilsobjekte im mittleren Bereich der Urteilsskala eingestuft und extreme Ausprägungen vermieden werden. Dieser Fehler zeigt sich insbesondere dann, wenn die zu beurteilenden Personen den Urteilern nur wenig bekannt sind. Aufgrund der in dieser Erhebung verwendeten 6-er-Skalierung wurde der Beantwortende zumindest dazu gezwungen, eine Tendenzaussage zu tätigen.

Ferner ist die *Rater-Ratee-Interaktion* zu beachten.¹¹³⁶ Dieser so genannte Ähnlichkeits- oder Kontrastfehler des Urteilers kann bei Personenbeurteilungen in Abhängigkeit von der eigenen Position auf der zu beurteilenden Dimension entstehen. Wenn ein Urteiler mit extremer Merkmalsausprägung diese Merkmalsausprägung bei einer anderen Person beurteilen soll, kann daraus ein Fehler derart resultieren, dass sich der Urteilende in Richtung der eigenen Merkmalsausprägung oder in Richtung auf das gegensätzliche Extrem verschätzt. Ein Firmenkundenbetreuer, der selbst zuverlässig ist und die notwendigen Unterlagen und Informationen dem Kunden immer sehr pünktlich zur Verfügung stellt, wird die Zuverlässigkeit des Firmenkunden anders beurteilen, als ein Firmenkundenbetreuer bei dem dieses Verhalten nicht gegeben ist. Dieser Effekt kann allerdings nur schwer beeinflusst bzw. im Rahmen der Datenerhebung vermieden werden.

Unter dem *Primacy-Recency-Effekt* versteht man Urteilsverzerrungen, die mit der sequenziellen Position der zu beurteilenden Objekte, insbesondere der Anfangs- und der Endposition, zusammenhängen. Wenn Objekte mit einer extremen Merkmalsausprägung am Beginn beurteilt werden, können die nachfolgenden Beurteilungen von

¹¹³³ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 183 f.

¹¹³⁴ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 183 sowie die hier angegebene Literatur.

¹¹³⁵ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 183.

¹¹³⁶ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 183.

den ersten Beurteilungen derart abhängen, dass bspw. der Kontrast überbetont wird.¹¹³⁷ Aus diesem Grund wurden die Fragen, die in Form einer Ratingskala gestellt wurden, in mehrere Blöcke aufgeteilt, so dass die Beeinflussung innerhalb der Fragenbereiche zum Teil entzerrt wurde.

1.1.3 Behandlung fehlender Werte sowie Datenbereinigung

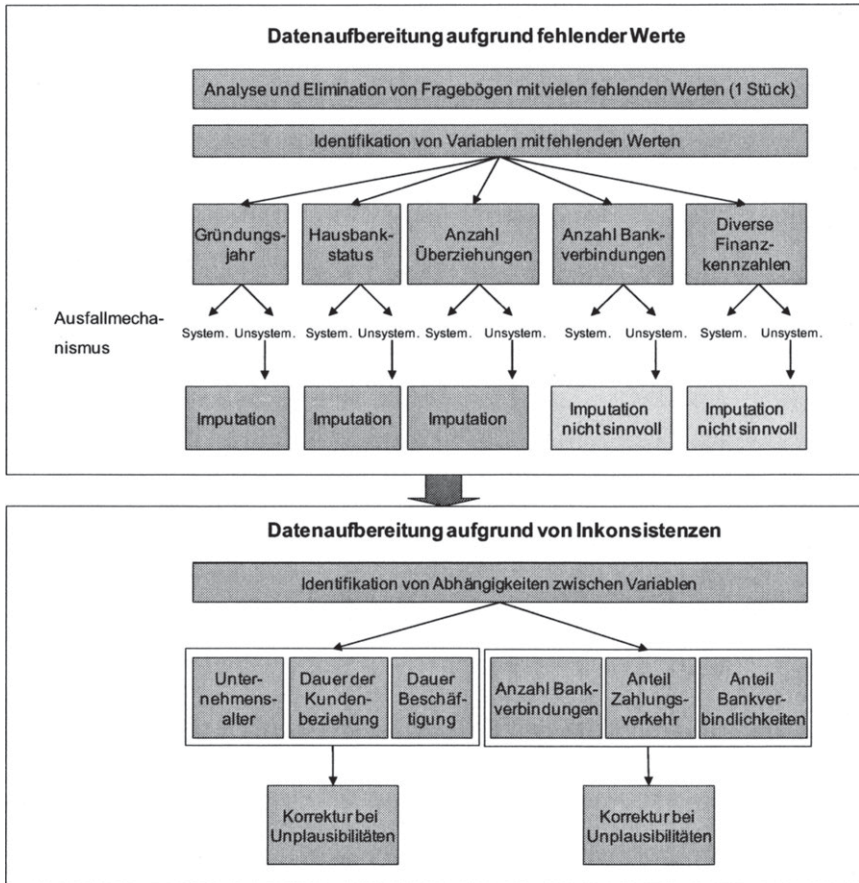
Im Rahmen der Datenaufbereitung hat eine Prüfung der fehlenden Werte („Missing Values“) zu erfolgen. So können einige Verfahren wie bspw. die Faktoren- oder Regressionsanalyse im Fall fehlender Werte nicht mehr unmittelbar angewandt werden.¹¹³⁸ Bei den Daten, die für diese Studie automatisiert aus den Bankanwendungen erhoben wurden, besteht die Gefahr, dass Daten gegebenenfalls nicht vollständig gepflegt sind oder dass bestimmte Informationen aufgrund von technischen Filtern für einzelne Kundentypen oder für bestimmte Ratingsegmente in der Bankanwendung nicht hinterlegt werden können.¹¹³⁹ Ferner wurde im Rahmen der Datenaufbereitung eine Aussonderung nicht auswertbarer Erhebungselemente vorgenommen.¹¹⁴⁰ Eine Aussonderung kann aufgrund falscher oder widersprüchlicher Ausfüllung, Inkonsistenzen in der Beantwortung, Fälschungen oder mangelnder Lesbarkeit erforderlich sein. Das Vorgehen bei der Datenaufbereitung kann der Abb. B-4 entnommen werden.

¹¹³⁷ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 184.

¹¹³⁸ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 109.

¹¹³⁹ Für das Ratingsegment „Mittelstand“ ist bspw. die Anzahl der Überziehungen von mehr als 90 Tagen keine im Banksystem zu hinterlegende Information. Somit war dieses Feld bei der automatisierten Erhebung stets leer.

¹¹⁴⁰ Vgl. Pepels (1995), S. 371 f.

Abb. B-4: Vorgehen bei der Datenaufbereitung¹¹⁴¹

Hinsichtlich des durch den Firmenkundenbetreuer zu beantwortenden Fragebogens kommen verschiedene Gründe für das Fehlen von Antworten in Frage, z.B. das Übersiehen von Fragen, Motivationsprobleme, fehlendes Wissen, eine bewusste Antwortverweigerung, Verständnisprobleme, Meinungslosigkeit, Zeitprobleme oder Filterführung des Befragers.¹¹⁴² Fehlende Werte können zu Auswertungsverfälschungen führen, wenn unbeabsichtigte Konzentrationen fehlender Werte in der Datenmatrix vorhanden sind, d.h. ihre Streuung nicht zufällig bzw. nicht durch fragebogentechnische Besonderheiten wie Filterfragen begründet ist. Es ist zu untersuchen, inwiefern es Probanden

¹¹⁴¹ Eigene Darstellung.

¹¹⁴² Vgl. Bankhofer (1995), S. 11.

oder Variablen mit besonders vielen fehlenden Werten gibt. Ein Fragebogen musste eliminiert werden, da der Anteil der nicht beantworteten Fragen zu hoch war.¹¹⁴³

Anschließend wird geprüft, inwiefern eine Konzentration von fehlenden Werten für eine Variable vorliegt. Die Behandlung fehlender Werte¹¹⁴⁴ in der Literatur kann zum einen durch die Eliminierung jener Fälle, die fehlende Werte für mindestens eine der einbezogenen Variablen aufweisen, erfolgen. Vor dem Hintergrund der Gefährdung der Forderung nach Repräsentativität bei knapp kalkulierten Stichproben wird die Eliminierung fehlender Werte weniger oft verwendet.¹¹⁴⁵ Ferner können die bereits vorhandenen Daten mit Hilfe von Imputationsverfahren¹¹⁴⁶ um Schätzungen für die fehlenden Werte ergänzt werden. Hinsichtlich der weiteren Vorgehensweise ist zunächst die Frage nach dem Mechanismus, der zum Fehlen der Daten führt, zu beantworten. Es lassen sich im Wesentlichen zwei Arten von fehlenden Daten unterscheiden:¹¹⁴⁷

- Unsystematisch bzw. zufällig fehlende Daten
- Systematisch bzw. nicht zufällig fehlende Daten

Infolgedessen wird auch zwischen unsystematischen bzw. ignorierbaren und zwischen systematischen bzw. nicht ignorierbaren Ausfallmechanismen differenziert. Die Feststellung, ob die Daten zufällig oder systematisch fehlen, beeinflusst die anschließenden Analyseschritte, deswegen erfolgt hier eine Unterscheidung.

Zufällig bzw. unsystematisch fehlende Daten lassen sich auf Einflussfaktoren zurückführen, die sich nicht eindeutig auf bestimmte Untersuchungseinheiten oder Merkmale fokussieren. Bei dem unsystematischen Ausfallmechanismus lassen sich zwei Fälle unterscheiden, die Daten sind MAR („Missing at random“) oder die Daten sind MCAR („Missing completely at random“).¹¹⁴⁸ Die Daten sind dann MAR, wenn das Fehlen zwar unabhängig von der Ausprägung der jeweiligen Daten, allerdings abhängig von anderen vorhandenen Daten ist. Man spricht deshalb auch von einem intervariablen Ausfallmechanismus.¹¹⁴⁹ So könnte bspw. das Fehlen der Einschätzung der Qualität der Geschäftsbeziehung nicht von der Qualität selbst, sondern von dem Alter des Firmenkundenbetreuers abhängen. Die Daten sind MCAR, wenn das Fehlen nicht in Beziehung zu vorhandenen oder fehlenden Daten steht. In Abhängigkeit vom Ausfallmechanismus erfolgt die Datenbereinigung.

¹¹⁴³ Vgl. Kapitel B.1.1.1. Grundlage für diese Datenbereinigung war der Datensatz nach Ausschluss der Fragebögen, die die inhaltlichen Voraussetzungen nicht erfüllten. Vgl. hierzu ebenfalls Kapitel B.1.1.1.

¹¹⁴⁴ Einen Überblick über die verschiedenen Ursachen fehlender Werte geben Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 109.

¹¹⁴⁵ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 110.

¹¹⁴⁶ Die Begriffe Imputationsverfahren, Ersetzungsverfahren, Ergänzung oder Vervollständigungsverfahren können synonym verwendet werden. Vgl. Bankhofer (1995), S. 104.

¹¹⁴⁷ Vgl. hier und im Folgenden Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 110.

¹¹⁴⁸ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 111.

¹¹⁴⁹ Vgl. Wagner/Themme/Decker (1998), S. 400.

Bei einem systematischen Ausfallmechanismus können die fehlenden Daten nur dann adäquat behandelt werden, wenn selbiger bekannt ist.¹¹⁵⁰ Besteht der Grund des Fehlens der Daten bspw. darin, dass eine die Angabe verweigernde Person eine bestimmte Merkmalsausprägung aufweist, so liegt ein systematischer Fehler vor.¹¹⁵¹ Die Verweigerung einer Antwort kann auch durch die Ausprägung der Antwort selbst bedingt sein (intra-variabler Ausfallmechanismus).¹¹⁵² Dies ist bspw. dann der Fall, wenn der Firmenkundenbetreuer nicht zugeben möchte, dass er weniger Beratungsgespräche je Jahr durchführt als er eigentlich gemäß Vorgaben der Bank durchführen sollte. In Abhängigkeit vom zugrunde liegenden Ausfallmechanismus kommen die entsprechenden Verfahren zur Behandlung der fehlenden Daten zum Einsatz. Einen Überblick über die verschiedenen Verfahren inklusive der Zielsetzung und der Voraussetzungen geben BANKHOFFER/PRAIXMARER.¹¹⁵³

Bei den Imputationsverfahren wird das Datenmaterial durch geeignete Schätzwerte für die fehlenden Daten vervollständigt. Eine Möglichkeit besteht in der Verwendung von Lageparametern als Imputationswert.¹¹⁵⁴ In Abhängigkeit vom Skalenniveau werden die fehlenden Werte durch das arithmetische Mittel, den Median oder den Modus ersetzt.¹¹⁵⁵

Vor diesem Hintergrund wurden folgende Ergänzungen durchgeführt. In vier Fällen war das Gründungsjahr des Unternehmens nicht im Banksystem hinterlegt. Diese Daten sind MCAR, denn die Eingabe im Banksystem erfolgt völlig losgelöst von der aktuellen Erhebung und es kann nicht davon ausgegangen werden, dass bei der Erfassung der Daten in der Bankanwendung bewusst auf die Eingabe verzichtet wurde. Aus dem „Gründungsjahr“ wird die Variable „Alter des Unternehmens“ ermittelt, das „Gründungsjahr“ selbst wird nicht weiter verwendet. Zunächst wurde die Variable „Alter des Unternehmens“ durch das arithmetische Mittel der vorhandenen Daten ersetzt. Um inhaltliche Unplausibilitäten zu vermeiden wurde nachstehend beschriebene Logik eingebaut. In der Untersuchung wurde das Maximum aus den Werten: „Mittelwert des Alters im Datenbestand“, „Dauer, seit der sich der Geschäftsführer im Unternehmen befindet“¹¹⁵⁶ und „Dauer der Kundenbeziehung mit der Bank“ für das Alter des Unternehmens angesetzt. Die beiden zuletzt beschriebenen Variablen können aus inhaltlichen Gründen nicht größer sein als das wahre Unternehmensalter.

Bei der Frage nach dem Hausbankstatus fehlte in drei Fällen die Antwort. Da die Frage mit „Ja“, „Nein“ oder „Unbekannt“ zu beantworten war, wurden zunächst die Gemeinsamkeiten innerhalb dieser drei Gruppen herausgearbeitet. Als zentrale Merkmale für den Hausbankstatus können der Anteil des Zahlungsverkehrs und der Anteil der

¹¹⁵⁰ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 112.

¹¹⁵¹ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 110.

¹¹⁵² Vgl. Wagner/Themme/Decker (1998), S. 400.

¹¹⁵³ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 113.

¹¹⁵⁴ Vgl. Bankhofer/Praxmarer (1998), S. 114.

¹¹⁵⁵ Vgl. Wagner/Themme/Decker (1998), S. 400.

¹¹⁵⁶ Diese Variable wird in der Untersuchung nicht weiter verwendet und wurde nur zu Kontrollzwecken erhoben.

Bankverbindlichkeiten beim betrachteten Institut herangezogen werden. Wenn die Bankverbindung als Hausbankbeziehung eingestuft wurde, so beträgt das arithmetische Mittel 82% bzw. 77%, ansonsten 25% und 23%. In zwei Fällen lagen der Anteil Zahlungsverkehr und Anteil der Bankverbindlichkeiten über 80% somit wurde hier ein Hausbankstatus angenommen. In einem Fall lagen beide Werte unter 30%, so dass hier ein Nicht-Hausbankstatus unterstellt wurde.

Die Frage nach der „Anzahl der Überziehung von mehr als 90 Tagen“ ist nur für das Ratingsegment „Oberer Mittelstand“ relevant und somit fehlt diese automatisiert erhobene Information bei Kunden des Ratingsegments „Mittelstand“. Sofern keine Überziehung von mehr als 60 Tagen vorliegt, muss zwangsläufig die Anzahl der Überziehung von mehr als 90 Tagen ebenfalls Null sein. In den verbleibenden sieben Fällen lagen fünfmal eine und zweimal zwei Überziehungen von mehr als 60 Tagen vor. Es wurde jeweils der Mittelwert für die „Anzahl der Überziehung von mehr als 90 Tagen“ gebildet in der Gruppe der mit ein und zwei Überziehungen von mehr als 60 Tagen. Der Mittelwert wurde dann als Imputationswert verwendet.

Bei der Anzahl der Bankverbindungen existierten ebenfalls fehlende Werte, aufgrund der Bedeutung der Variable erfolgt hier allerdings keine Imputation. So wurden im Teil A der Arbeit bereits an diversen Stellen mögliche Einflussparameter ermittelt, dennoch gibt es nach Ansicht des Autors kein geeignetes Verfahren einen Imputationswert zu ermitteln, ohne die Ergebnisse der weiteren Auswertungen zu verfälschen. Eine Korrektur der fehlenden Werte wurde deshalb nicht vorgenommen.

Einige Finanzkennzahlen lassen sich in Abhängigkeit von der Branche nicht ermitteln. Das Kreditorenziel¹¹⁵⁷ ist bspw. bei Dienstleistungsunternehmen häufig nicht ermittelbar, da dort kein Materialaufwand vorliegt. Gleichmaßen ist die Umschlagshäufigkeit der Vorräte¹¹⁵⁸ für Dienstleistungsunternehmen häufig nicht ermittelbar. Sofern das Unternehmen im Vorjahr keinen Zinsaufwand hatte, da alle Konten auf Guthabenbasis gepflegt waren, beträgt die Kennzahl Zinsdeckung Null. Hier wurde keine Bereinigung der Daten vorgenommen, da dies den Aussagegehalt der Daten verfälschen würde. Weitere fehlende Daten lagen nicht vor. Insgesamt ist das Problem der fehlenden Daten aufgrund der hohen Beantwortungsquote von eher nachrangiger Bedeutung.

Im nächsten Schritt wurde die Datenkonsistenz geprüft. So liegt die Information vor, wann das Unternehmen gegründet wurde, seit wann die Kundenbeziehung besteht und seit wann der Geschäftsführer in dem Unternehmen arbeitet. Wie bereits bei der Ermittlung des Imputationswerts für das Unternehmensalter beschrieben, müssen sachlogisch folgende Bedingungen erfüllt sein:

¹¹⁵⁷ Das Kreditorenziel wird wie folgt berechnet: Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zzgl. Wechsel in Relation zum Materialaufwand multipliziert mit 360. Die vollständigen Kennzahldefinitionen können dem Anhang entnommen werden. Vgl. Anhang 1, Tab. AN 1-1.

¹¹⁵⁸ Die Umschlagshäufigkeit der Vorräte ist der Quotient aus Umsatz zu Vorräten. Vgl. Anhang 1, Tab. AN 1-1.

1. Unternehmensalter \geq Dauer der Kundenbeziehung
2. Unternehmensalter \geq Dauer der Beschäftigung des Geschäftsführers im Unternehmen

Sofern eine inhaltliche Diskrepanz vorlag, wurde das Minimum aus den drei Jahreszahlen verwendet. Sofern ausschließlich eine Diskrepanz zwischen Gründungsjahr und dem Jahr der Kundenanlage besteht wurde ferner geprüft, inwiefern die Diskrepanz weniger als zwei Jahre beträgt. In diesem Fall wird angenommen, dass die Bank das Unternehmen ggf. in der Gründungsphase bereits beraten hat, so dass hier nicht mit Sicherheit von einer Diskrepanz ausgegangen werden kann. Ursachen für diese Diskrepanz sind bspw. darin zu sehen, dass in der Bankanwendung ein Rechtsformwechsel als Neugründung interpretiert wird. Ferner besteht ein Interpretationsspielraum hinsichtlich der Dauer der Kundenbeziehung zum Unternehmen, da hier der Begriff des Unternehmens aus Sicht des Kundenbetreuers nicht eindeutig ist. Auch für diesen Fall gilt das bereits erwähnte Problem des Rechtsformwechsels, so dass die Beziehung zum Unternehmen als wirtschaftliches Gebilde länger bestehen kann als die Dauer der Existenz in der aktuellen Rechtsform.

Dieses Problem kann ferner auch ursächlich sein für eine Inkonsistenz zwischen der Dauer der Beziehung zwischen dem befragten Firmenkundenbetreuer und dem Unternehmen. Sachlogisch kann selbige nicht länger sein als die Beziehung zwischen Bank und Kunde, jedoch besteht auch hier die Möglichkeit, dass der Befragte eine andere Interpretation bei der Frage zur Dauer der persönlichen Beziehung zugrunde legt als dies der Fall bei der systemseitig hinterlegten Information zum Beginn der Beziehung zwischen Bank und Kunde war. Hier wurde auf eine Bereinigung verzichtet.

Weitere Inkonsistenzen sind aufgetreten bei der Angabe der Anzahl der Bankverbindungen. Deswegen wurde eine Variable „korrigierte Anzahl Bankverbindungen“ eingefügt. Sofern der Anteil des Zahlungsverkehrs oder der Anteil der Bankverbindlichkeiten bei dem befragten Institut unter 100% liegt und die Anzahl der Bankverbindungen mit eins angegeben wurde, erfolgte eine Korrektur auf zwei, da ansonsten 100% der Bankgeschäfte bei dem aktuellen Institut hätten abgewickelt werden müssen. Tendenziell kommt es dadurch eher zu einer Unterschätzung der Anzahl der Bankverbindungen, da die wahre Anzahl nicht bekannt ist. Nach Abschluss der Datenbereinigung wird im nächsten Schritt die deskriptive Auswertung durchgeführt. Zu diesem Zweck erfolgt eine Darstellung der verwendeten Variablen.

1.1.4 Beschreibung der in der Studie verwendeten Variablen

In Teil A der Arbeit wurden die zentralen Einflussgrößen für die Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung bzw. in Bezug auf die ökonomischen Parameter Zins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit erarbeitet. Insbesondere im Rahmen der theoretischen Modelle der Relationship Banking-Theorie sowie bei den Interaktionsansätzen werden in der Regel abstrakte Begriffe oder Konstrukte verwendet, die im nächsten Schritt eine Operationalisierung erfordern. In Abb. B-5 wird zunächst dargestellt, welche Konstrukte aus den rechtlichen Rahmenbedingungen und den theoretischen Modellen abgeleitet werden können.

Als eine Grundlage wurden in Kapitel A.3 zunächst die gesetzlichen Rahmenbedingungen dargestellt. Die MaRisk fordern einen Zusammenhang zwischen der Bonität und den Kreditkonditionen.¹¹⁵⁹ Die theoretischen Modelle aus der Relationship Banking-Forschung – wie in Kapitel A.4.3.1.2, A.4.3.1.3 und A.4.3.1.4 dargestellt – dienen als weiterer Erklärungsansatz für die Ausgestaltung der ökonomischen Parameter. Neben der Bonität des Kunden wurden hier insbesondere der Grad der Informationsasymmetrie und die Marktmacht der Bank als wesentliche Einflussgrößen herausgearbeitet. Da die Macht der Bank auch von der Macht des Unternehmens, bspw. der Größe des Unternehmens, abhängt, wurde die Macht des Unternehmens separat abgebildet, obwohl in den theoretischen Modellen in der Regel nur der Begriff Marktmacht der Bank verwendet wird. In Kapitel A.4.3.2.2, A.4.3.2.3 und A.4.3.2.4 wurde dargelegt, wie diese beiden zentralen Konstrukte im Rahmen der bestehenden empirischen Relationship Banking-Forschung operationalisiert wurden. Die zentralen und auch in vielen Studien verwendeten Variablen werden in Abb. B-6 dargestellt. HARHOFF/KÖRTING und LEHMANN/NEUBERGER haben in ihren Studien darüber hinaus die Interaktionsvariable Vertrauen integriert und deren Einfluss auf die Konditionen geprüft, allerdings fehlt es hier an einem ganzheitlichen Modell. Da sich in ihren Studien bereits ein Ansatz zur Verknüpfung der klassischen Relationship Banking-Forschung mit den Interaktionsansätzen findet, erfolgt in der Abb. B-5 ein separater Ausweis ihrer Studie.

Mit Ausnahme der zuletzt genannten Studien fehlt in der traditionellen Relationship Banking-Theorie und somit auch in der empirischen Forschung die Berücksichtigung von verhaltenswissenschaftlichen Elementen. Aus diesem Grund wurden in den Kapiteln A.5.2.2.1 bis Kapitel A.5.2.2.3 das Modell der IMP-GROUP¹¹⁶⁰ sowie das Modell von FORD¹¹⁶¹ zur Analyse der Geschäftsbeziehung im Allgemeinen und das Modell von SEGBERS¹¹⁶² zur Analyse der Kunde-Bank-Beziehung im Speziellen dargestellt. Als zentrale Größen in allen Modellen stellen sich die Konstrukte Vertrauen und Commitment dar. Ferner spielen in dem Modell der IMP-GROUP die Marktstrukturen als Bestandteil der Makro-Umwelt und das Machtverhältnis als Bestandteil der Atmosphäre der Geschäftsbeziehung eine wichtige Rolle. Zudem sind der soziale Austausch

¹¹⁵⁹ Vgl. zu den Auswirkungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen Kapitel A.3.3.

¹¹⁶⁰ Vgl. Kapitel A.5.2.2.1.

¹¹⁶¹ Vgl. Kapitel A.5.2.2.2.

¹¹⁶² Vgl. Kapitel A.5.2.2.3.

als Element des Interaktionsprozesses sowie die Erfahrung in der Beziehung und die Struktur der Organisation der Bank als Einflussgrößen der Parteien des Interaktionsprozesses in diesem Modell wesentlich.

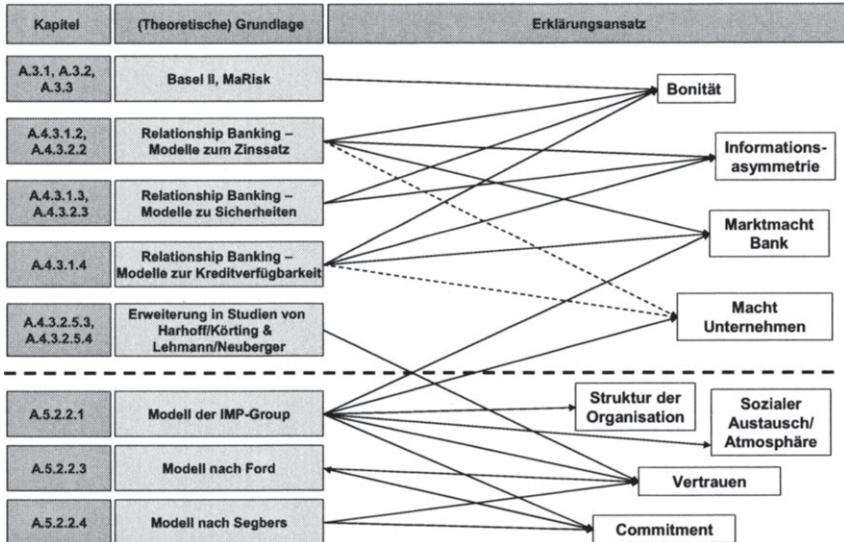


Abb. B-5: Ableitung der Variablenbereiche aus der Theorie

Im nächsten Schritt erfolgt eine erste grobe Operationalisierung der genannten Konstrukte. Grundlage hierfür bildet insbesondere die empirische Relationship Banking-Forschung sowie die empirische Forschung zu den Konstrukten Vertrauen und Commitment. In Abb. B-6 erfolgt eine Darstellung der zentralen Variablen, die im Rahmen der vorliegenden Studie verwendet werden. Der Aspekt der Quersubventionierung wurde im Vergleich zu Abb. B-5 ergänzt, da dieser Aspekt in den empirischen Studien vermehrt als Erklärung herangezogen wird, allerdings nicht Bestandteil der beschriebenen Modelle ist.¹¹⁶³ Die Zuordnung der Variablen zu den einzelnen Bereichen ist nicht überschneidungsfrei. Beispielsweise beeinflusst die Anzahl der Bankverbindungen des Kunden sowohl den Grad der Informationsasymmetrie als auch die Macht der Bank. Die Branche des Unternehmens kann zwar Einflussgröße in Bezug auf die Bonität sein. Möglicherweise ist die Branche aber auch bspw. eine Variable zur Beschreibung der Struktur des Unternehmens. Ferner resultieren aus den einzelnen Bereichen Einflüsse auf andere Bereiche. Aufgrund der theoretischen Ausführungen in Kapitel A.5.2 kann von einer erheblichen Beeinflussung des Grads der Informationsasymmetrie durch die Atmosphäre der Geschäftsbeziehung und das Vertrauen zwi-

¹¹⁶³ Vgl. zur Quersubventionierung in der Empirie Kapitel A.4.3.2.2, A.4.3.2.3 und A.4.3.2.4. Bspw. Petersen/Rajan weisen explizit auf diese Möglichkeit hin. Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 6.

schen den Beziehungspartner ausgegangen werden. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird darauf verzichtet, die weiteren Interdependenzen darzustellen. Der Fokus der Auswertungen in dieser Studie liegt auf der Integration von Vertrauen und Commitment bzw. den jeweiligen Dimensionen.

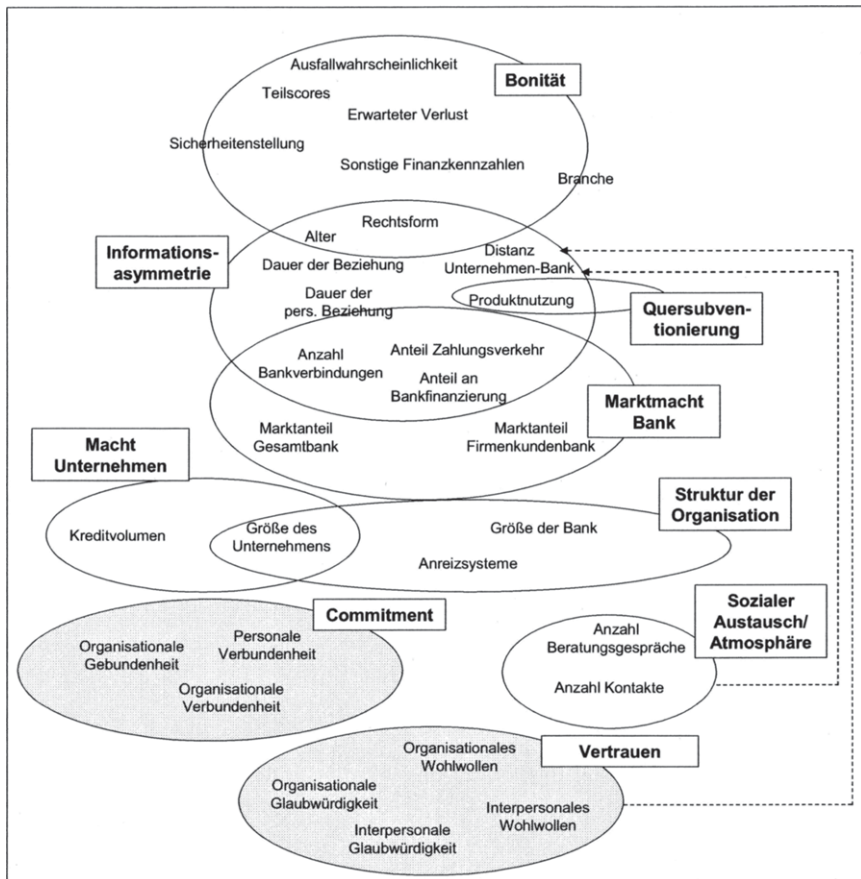


Abb. B-6: Systematisierung der Variablen

Die konkrete Operationalisierung der Variablen wird in den nachstehenden Tabellen dargestellt. Wie zuvor dargelegt ist die Zuordnung zu den verschiedenen Bereichen nicht überschneidungsfrei. Aus diesem Grund wird in den folgenden Tabellen als auch im weiteren Verlauf der Arbeit nachstehende Systematik der Variablen herangezogen:

- **Finanzkennzahlen:** im Wesentlichen aus dem Jahresabschluss, den Ratingdaten und dem Ratingergebnis abgeleitete Kennzahlen¹¹⁶⁴
- **Sonstige unternehmensbezogene Variablen:** für alle Marktteilnehmer beobachtbare Größen
- **Beziehungsbezogene Variablen:** nur für die Inside-Bank beobachtbare Größen
- **Verhaltenswissenschaftliche Variablen:** die diversen Dimensionen von Vertrauen und Commitment
- **Bankbezogene Variablen:** Variablen zur Beschreibung der Bankstruktur bzw. der Mitarbeiterstruktur

Variablenbezeichnung	Definition
VERB_KI_LANG_R VERB_KI_LANG_A VERB_KI_LANG_LN VERB_KI_LANG_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zzgl. dem jeweiligen Logarithmus ¹¹⁶⁵
VERB_KI_KURZ_R VERB_KI_KURZ_A VERB_KI_KURZ_LN VERB_KI_KURZ_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
VERB_KI_R VERB_KI_A VERB_KI_LN VERB_KI_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der gesamten Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
VERM_LA_R VERM_LA_A VERM_LA_LN VERM_LA_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) des langfristigen Vermögens zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
KASSE_R KASSE_A KASSE_LN KASSE_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der Kassenposition zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
BILANZS BILANZS_LN	Bilanzsumme (in TEUR) zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
UMSATZ UMSATZ_LN	Umsatz (in TEUR) zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
EKQ	Eigenkapitalquote*
DEBZIEL	Debitorenziel*
UMSATZRENT	Umsatzrentabilität*
GESAMTRENT	Gesamrentabilität*
ZINSDECK	Zinsdeckung*

¹¹⁶⁴ Die Anzahl der Überziehungen ist eine Kennzahl, welche in das Rating der Bank mit einfließt und Ausdruck der Bonität des Unternehmens ist. Um in den weiteren Untersuchungen den Einfluss der Bonität korrekt untersuchen zu können, wurde die Variable als Finanzkennzahl betrachtet. Bei einer Definition der Finanzkennzahlen als rein unternehmensbezogene, für Outside-Banken beobachtbare Variablen hingegen dürfte diese Variable allerdings hier keine Berücksichtigung finden und müsste stattdessen als beziehungsbezogene Variable betrachtet werden.

¹¹⁶⁵ Der Logarithmus der Variablen wurde deswegen mit eingeführt, da davon ausgegangen wird, dass möglicherweise vorhandene Effekte in Bezug auf die abhängigen Variablen sich bei einer Veränderung bspw. von einem Verbindlichkeitsvolumen in Höhe von 0,5 Mio. EUR auf 1 Mio. EUR anders auswirken als von 10 Mio. EUR auf 10,5 Mio. EUR.

Variablenbezeichnung	Definition
KREDZIEL	Kreditorenziel*
UMHANDEL	Umschlagshäufigkeit Handel*
UMIND	Umschlagshäufigkeit Industrie*
UMSATZW	Umsatzwachstum*
UMVORR	Umschlagshäufigkeit der Vorräte*
ANZ_ÜB_30	Anzahl Überziehungen von mehr als 30 Tagen
ANZ_ÜB_60	Anzahl Überziehungen von mehr als 60 Tagen
ANZ_ÜB_90	Anzahl Überziehungen von mehr als 90 Tagen
ANZ_ÜB_GES	Gesamtzahl der Überziehungen in Tagen
AUSFALLW_B	Ausfallwahrscheinlichkeit gemäß dem letzten durchgeführten Rating
TSC_JA_AGG	Teilscore für den Jahresabschluss ¹¹⁶⁶
TSC_QA_AGG	Teilscore für die qualitativen Daten ¹¹⁶⁷

* Die exakte Kennzahldefinition kann dem Anhang 1, Tab. AN 1-1 entnommen werden.

Tab. B-9: Finanzkennzahlen

Variablenbezeichnung	Definition
PROD	Dummyvariable für Produktionsunternehmen
HAND	Dummyvariable für Handelsunternehmen
DIENST	Dummyvariable für Dienstleistungsunternehmen
BAU	Dummyvariable für Bauunternehmen
KAPGESELL	Dummyvariable für Kapitalgesellschaften
KAP_GMBHCOKG	Dummyvariable für Kapitalgesellschaften inkl. GmbH & Co. KG
ALTER	Alter des Unternehmens in Jahren
ALTER_LN	Logarithmus des Alters

Tab. B-10: Unternehmensbezogene Variablen

Variablenbezeichnung	Definition
VERB_KI_EIG_LANG_R VERB_KI_EIG_LANG_A VERB_KI_EIG_LANG_LN VERB_KI_EIG_LANG_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber dem eigenen Kreditinstitut zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
VERB_KI_EIG_KURZ_R VERB_KI_EIG_KURZ_A VERB_KI_EIG_KURZ_LN VERB_KI_EIG_KURZ_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber dem eigenen Kreditinstitut zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
VERB_KI_EIG_R VERB_KI_EIG_A VERB_KI_EIG_LN VERB_KI_EIG_A_LN	Anteil (in Relation zur Bilanzsumme) und Betrag (in TEUR) der gesamten Verbindlichkeiten gegenüber dem eigenen Kreditinstitut zzgl. dem jeweiligen Logarithmus
INT_BET	Dummyvariable für „Kunde befindet sich bzw. befand sich in den letzten drei Jahren in der Intensivbetreuung“
DAU_BEZ_ERR	Dauer der Kundenbeziehung zwischen Bank und Unternehmen in Jahren

¹¹⁶⁶ Bei Kunden des Ratingsegments Oberer Mittelstand wurde der Teilscore des Oberen Mittelstand-Ratings, bei Kunden des Mittelstands der Teilscore des Mittelstand-Ratings und bei Kunden des Übergangsbereichs der gleichgewichtete Teilscore aus den beiden Ratingsegmenten verwendet.

¹¹⁶⁷ Das Vorgehen entspricht dem Vorgehen bei dem Teilscore für den Jahresabschluss.

Variablenbezeichnung	Definition
DAU_PERS_ERR	Dauer der Beziehung zwischen FKB und Unternehmen in Jahren
HAUSBANK_K	Subjektive Einschätzung des FKB, inwiefern die Bank die Hausbank des Unternehmens ist
ANZ_BER_J	Anzahl der qualifizierten Beratungsgespräche mit dem Kunden im letzten Jahr
ANZ_KONT_J	Anzahl der Kontakte mit dem Kunden im letzten Jahr
GK_SALD	Saldo des relevanten Geschäftskontos (Kontokorrentkonto) in EUR
GK_LIM_EX	Externes Limit des relevanten Geschäftskontos (Kontokorrentkonto) in EUR
GES_KREDIT	Gesamtkreditvolumen des Kunden bei der Bank in EUR (Summe aller betragsmäßigen Darlehenssalden zzgl. des Maximums aus externem Limit und dem Betrag eines negativen Saldos je Kontokorrentkonto)
GK_ZINS	Zinssatz des relevanten Geschäftskontos (Kontokorrentkonto) in Prozent
ANT_BANK_IN	Durch den FKB geschätzter Anteil des jeweiligen Instituts an der gesamten Bankfinanzierung des Unternehmens
ANT_BANK_HB	Durch den FKB geschätzter Anteil der Hauptbank an der gesamten Bankfinanzierung des Unternehmens; Wert entspricht ANT_BANK_IN, sofern es sich bei dem befragten Institut um die Hauptbank handelt
ANZ_B_AGG	Korrigierte Anzahl der Bankverbindungen
ZINS_VERFÜG	Einschätzung des FKB, inwiefern für den Kunden ein niedriger Zinssatz oder eine hohe Verfügbarkeit wichtiger ist (0-1-Codierung)
ANT_ZV	Durch den FKB geschätzter Anteil des jeweiligen Instituts an der gesamten Zahlungsverkehrsabwicklung des Kunden
MITGLIED	Dummyvariable für „Kunde besitzt Genossenschaftsanteile der befragten Bank“
DARL	Dummyvariable für „Kunde unterhält Darlehen bei der befragten Bank“ ¹¹⁶⁸
VERM_ANL	Dummyvariable für „Kunde tätigt Vermögensanlage bei der Bank“
VERSICH	Dummyvariable für „Kunde hat Versicherungen bei der befragten Bank“
PRIVATKONT	Dummyvariable für „Unternehmer bzw. Geschäftsführer hat seine Privatkonten bei der befragten Bank“
SICH_Q	Besicherungsquote des Kunden bei der Bank
EL	Erwarteter Verlust, definiert als Multiplikation aus Blankoanteil und Ausfallwahrscheinlichkeit des Kunden
GRUNDS	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart Grundschuld an“
BÜRG	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart Bürgschaft an“
SÜ	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart Sicherungsübereignung an“
FORD_AB	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart Forderungsabtretung an“

¹¹⁶⁸ Die Variable DARL sagt lediglich etwas über die Nutzung von Darlehen bei der Bank aus. Sofern die Variable VERB_KI_EIG_LANG_R größer Null ist, unterhält der Kunde Darlehen bei der Bank und die Variable DARL nimmt den Wert 1 an. Diese Variable wird insbesondere verwendet, um zu prüfen, inwiefern aus der Anzahl der Nutzung der Produkte aus den verschiedenen Produktbereichen ein Effekt resultiert.

Variablenbezeichnung	Definition
VERPFÄ	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart Verpfändung an“
SONST	Dummyvariable für „Großteil der gestellten Sicherheiten gehört der Sicherheitenart „Sonstiges“ an“
DIST_UNT	Distanz zwischen Unternehmen und Bank gemessen in km
ANT_VERB_EIG_LANG ¹¹⁶⁹	Anteil der Verbindlichkeiten des jeweiligen Instituts an den gesamten langfristigen Bankverbindlichkeiten (Daten aus Banksystem erhoben)
ANT_VERB_EIG_KURZ	Anteil der Verbindlichkeiten des jeweiligen Instituts an den gesamten kurzfristigen Bankverbindlichkeiten (Daten aus Banksystem erhoben)
ANT_VERB_EIG_GES	Anteil der Verbindlichkeiten des jeweiligen Instituts an den gesamten Bankverbindlichkeiten (Daten aus Banksystem erhoben)
ABL_KRED_VER	Angabe des FKB, inwiefern der Kunde in den letzten 3 Jahren eine vollständige Kreditablehnung erfahren hat.
ABL_KRED_VER_EUN	s.o., exkl. Antworttyp unbekannt
PAR_KRED_VER	Angabe des FKB, inwiefern der Kunde in den letzten 3 Jahren eine teilweise Kreditablehnung erfahren hat.
PAR_KRED_VER_EUN	s.o., exkl. Antworttyp unbekannt
AUS_KRED_HEU	Angabe des FKB, inwiefern der Kunde zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine Kreditausweitung bekommen würde.
AUS_KRED_HEU_EUN	s.o., exkl. Antworttyp unbekannt
DAU_KRED_BEW	Einschätzung des Firmenkundenbetreuers hinsichtlich der Dauer der Bewilligung des letzten genehmigten Kredits

Tab. B-11: Beziehungsbezogene Variablen

Faktor-bezeichnung	Variablen-bezeichnung	Aussage
ORG_GLAUB ¹¹⁷⁰	VERLÄSS_INF	Wir können uns auch dann auf die Informationen verlassen, wenn uns das Unternehmen zu außergewöhnlichen Sachverhalten (z.B. auffällige Kennzahlenentwicklung, starke Veränderung der Lieferantenstruktur) auf den ersten Blick eher unwahrscheinliche Erklärungen liefert.
	EINHALT_ABS	Das Unternehmen hält die Absprachen ein, die es mit uns getroffen hat (z.B. schnellere Einreichung des Jahresabschlusses im Folgejahr).
	VERLÄSS_ENT	Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen bspw. bei der Durchführung von Investitionsprojekten oder Erschließung neuer Märkte die richtigen Entscheidungen trifft.
	QUAL_MA	Die Qualifikation der Mitarbeiter ist aus meiner Sicht sowohl im kaufmännischen als auch im technischen Bereich hervorragend.

¹¹⁶⁹ Während die Variable VERB_KI_EIG_LANG_R den Anteil der Verbindlichkeiten des Unternehmens bei dem jeweiligen Institut in Relation zur Bilanzsumme darstellt, misst die Variable ANT_VERB_EIG_LANG den Anteil des jeweiligen Instituts an der gesamten Bankfinanzierung. Die erste Variable tätigt eine Aussage über die Abhängigkeit des Unternehmens vom Institut in Bezug auf die Gesamtfinanzierung, die zweite Variable hingegen sagt aus, wie stark die Abhängigkeit des Unternehmens vom Institut in Bezug auf die Bankfinanzierung ist.

¹¹⁷⁰ Die verhaltenswissenschaftlichen Faktoren werden erst in Kapitel B.3.2 ermittelt. Um eine vollständige Variablenübersicht zu haben, wurden diese Faktoren dennoch bereits an dieser Stelle mit aufgeführt.

Faktor-bezeichnung	Variablen-bezeichnung	Aussage
ORG_WOHL	NICHT_NACHTEIL	Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen sich nicht zu unserem Nachteil verhält. Auch wenn sich unerwartet neue Möglichkeiten auftun, würde das Unternehmen unsere Mittel (KK-Linie) nicht zu unserem Nachteil in extrem riskante Projekte stecken oder bei einer sich anbahnenden Verschlechterung der Unternehmenslage würde das Unternehmen keine zusätzlichen Mittel aufnehmen ohne die aktuelle Situation mit uns zu besprechen.
	ERWAR_VERSTÄ	Wenn wir dem Unternehmen von aufgetretenen Problemen berichten (z.B. Bearbeitungsfehler, Falschbuchungen, Verzögerungen im Zahlungsverkehr), können wir kein Verständnis von diesem Unternehmen erwarten.
	RECHT_INFO	Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen uns bei einschneidenden Entscheidungen, die die betriebswirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens maßgeblich betreffen, rechtzeitig und umfassend informiert (z.B. Standortschließung, personelle Veränderungen in der Geschäftsleitung, Umsatzeinbruch).
	VERTMITT_KUND	Das Unternehmen hat uns schon mal einen Kunden vermittelt bzw. würde uns bei Gelegenheit Kunden vermitteln.
PERS_GLAUB	OFF_ERLÄUT	Mein Ansprechpartner hat mir die Gründe für Zahlungsschwierigkeiten oder Probleme bei der rechtzeitigen Bereitstellung von Informationen/Daten (z.B. Bilanzen, Plandaten, BWA, Projektentwicklung) stets offen und zeitnah erläutert.
	BRANCHINFO	Mein Ansprechpartner ist stets auf dem aktuellsten Stand was branchenspezifische Themen angeht (z.B. Konkurrenzsituation, Produktneuheiten, Branchenwachstum).
	KENNT_BWL	Mein Ansprechpartner hat nur geringe Kenntnisse im betriebswirtschaftlichen Bereich (z.B. Interpretation von Bilanzkennzahlen, Erstellung von Plänen, Interpretation der Controllingdaten).
	STELL_UNANG_FORD	Mein Ansprechpartner stellt keine unangemessenen Forderungen. So würde er mich bezüglich seiner Konditionen (Zinsen und Besicherung) bei anderen Banken in Verhandlungen nicht anflügen, um dadurch bessere Konditionen bei uns zu erzielen.
PERS_WOHL	IN-KAUF_FORM_TÄT	Mein Ansprechpartner nimmt die aus seiner Sicht eher formalen Tätigkeiten, wie z.B. Aufstellung Warenlager, Erstellung Zessionslisten, nur widerwillig in Kauf, er kann die Notwendigkeit für uns nicht nachvollziehen.
	PERS_KONT_UNZU	Mein Ansprechpartner würde bei Unzufriedenheit mit unserer Bank oder unseren Konditionen unmittelbar den persönlichen Kontakt zu mir suchen.
	INKAUF_UNAN	Mein Ansprechpartner hat in der Vergangenheit auch schon mal Unannehmlichkeiten in Kauf genommen (z.B. Terminverschiebungen oder Termine außerhalb der normalen Arbeitszeiten akzeptiert).
	FREUND_BEZ	Die Beziehung zu meinem Ansprechpartner würde ich als freundschaftlich bezeichnen.
ORG_GEB	WECHS_BANK	Ein Wechsel der (Haus-)Bankbeziehung wäre für das Unternehmen nicht so leicht möglich. (z.B. weil das Unternehmen aktuell keine zweite Bankbeziehung hat und/oder weil aufgrund der betriebswirtschaftlichen Situation weitere Bankverbindungen nicht möglich sind).

Faktor-bezeichnung	Variablen-bezeichnung	Aussage
	INFO_NEU_BANK	Das Unternehmen müsste der neuen Bank zunächst deutlich umfangreichere Informationen liefern als uns, da wir das Unternehmen bereits gut kennen.
	VERTR_AKT_BANK	Das Unternehmen ist z.B. aufgrund bestehender Kredite vertraglich an meine Bank gebunden.
ORG_VER	ANGEN_ZSARB	Der Ansprechpartner empfindet es als angenehm, mit unserer Bank zusammenzuarbeiten. (z.B. nimmt er gerne an Kundenveranstaltungen unserer Bank teil)
	UNT_GEN_ID	Der Ansprechpartner unterstützt die genossenschaftliche Idee (z.B. der Ansprechpartner ist als Privatkunde Mitglied der Bank).
	UNT_GP	Der Ansprechpartner unterstützt unsere Geschäftspolitik, so dass ihm ein Wechsel zu einer anderen Bank schwer fallen würde (z.B. kann er die Geschäftspolitik der privaten Banken nicht unterstützen.).
PERS_VER	WICHT_WECH_FKB	Dem Ansprechpartner wäre es egal, wenn der Firmenkundenbetreuer wechseln würde (z.B. weil für ihn ausschließlich die Qualität der Beratung entscheidend ist).
	WICHT_PERS_KON	Meinem Ansprechpartner ist es wichtig, dass wir auch regelmäßig im persönlichen Kontakt (z.B. Beratungsgespräche, Telefonate) stehen.
	KEIN_BANK_WE	Der Ansprechpartner würde die Bank auch bei besseren Konditionen nicht so schnell wechseln, da er weiß, dass ich mich in der Vergangenheit sehr stark um das Unternehmen bemüht und viel Zeit investiert habe.

Tab. B-12: Verhaltenswissenschaftliche Variablen

Variablenbezeichnung	Definition
FKB_JÜ30	Angabe, ob der FKB jünger als 30 Jahre ist
FKB_30_50	Angabe, ob der FKB zwischen 30 und 50 Jahre alt ist
FKB_ÜB50	Angabe, ob der FKB älter als 50 Jahre ist
FBK_BANK	Angabe, ob der FKB ein Banklehre absolviert hat
FKB_BERUF_ST	Angabe, ob der FKB ein berufsbegleitendes Studium absolviert hat
FKB_STUD	Angabe, ob der FKB ein Vollzeitstudium absolviert hat
MARKTAN_GES	Marktanteil des Instituts in Bezug auf den relevanten Markt
MARKTAN_FK	Marktanteil des Instituts in Bezug auf den relevanten Firmenkundenmarkt
UMFELD_LÄND	Angabe, ob die Bank in einem ländlichen Umfeld agiert
UMFELD_LÄSTÄ	Angabe, ob die Bank in einem ländlich bis städtischen Umfeld agiert
UMFELD_STÄ	Angabe, ob die Bank in einem städtischen Umfeld agiert
LEI_WERT_FKB	Angabe, ob der FKB eine personenbezogene, wertorientierte Vergütung erhält
LEI_WERT_BA	Angabe, ob der FKB eine bankbezogene, wertorientierte Vergütung erhält
LEI_VOL	Angabe, ob der FKB eine personenbezogene, volumensorientierte Vergütung erhält
LEI_AKT	Angabe, ob der FKB eine aktivitätenorientierte Vergütung erhält

Variablenbezeichnung	Definition
LEI_KEIN	Angabe, ob der FKB überhaupt eine leistungsorientierte Vergütung erhält
RISIKO_BEPREIS	Einschätzung des FKB, ob die Bank eine risikoorientierte Bepreisung praktiziert
BIL_BA	Bilanzsumme der Bank in Mio. EUR

Tab. B-13: Bankbezogene und betreuerbezogene Variablen

1.2 Deskriptive Auswertung

Bevor die Aufstellung und Überprüfung der Hypothesen vorgenommen wird, erfolgt zunächst eine Darstellung der Ergebnisse der deskriptiven Auswertung. Ziel ist es, einen Überblick über die Kunde-Bank-Beziehung von mittelständischen Unternehmen mit den Genossenschaftsbanken zu geben. Im ersten Schritt werden dazu die Finanzierungsstrukturen sowie weitere unternehmensbezogene Daten der untersuchten Unternehmen ausgewertet. Nach der isolierten Betrachtung der Unternehmensseite folgt die Analyse der Bankbeziehung basierend auf den objektiven, in der bisherigen Relationship Banking-Forschung verwendeten beziehungsbezogenen Merkmalen. Dem schließt sich die zunächst rein deskriptive Auswertung der Kunde-Bank-Beziehung aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive an. Bei den Auswertungen wird zum Teil, d.h. sofern es inhaltlich sinnvoll erscheint, eine Differenzierung nach Größenklassen, Branche und/oder Rechtsform vorgenommen. Aufgrund der besonderen Bedeutung des Hausbankstatus in der Relationship Banking-Forschung im deutschen Raum wird der Beschreibung der Besonderheiten von Hausbanken ein separates Kapitel gewidmet. Abschließend werden einige bankbezogene Daten ausgewertet. Der Fokus der deskriptiven Auswertungen liegt auf der Betrachtung der Durchschnittswerte. Da einige Variablen eine sehr schiefe Verteilung aufweisen und zum Teil erhebliche Ausreißer vorliegen, ist das arithmetische Mittel nicht immer sehr aussagekräftig, so dass der Median ebenfalls ausgewiesen wird.¹¹⁷¹

Sofern unterschiedliche Teilgruppen miteinander verglichen werden, wird zusätzlich die Signifikanz der Gruppenunterschiede ausgewiesen. Die Auswahl des Verfahrens zur Ermittlung der Signifikanz hängt zum einen davon ab, ob genau zwei oder mehr als zwei Stichproben mit einander verglichen werden. Zum anderen richtet sich das zu verwendende Testverfahren nach den Verteilungsannahmen. Bei dem Vergleich zweier Teilgruppen kommen der T-Test und der Kolmogorov-Smirnov-Test zur Anwendung. Der T-Test setzt voraus, dass die betrachtete Variable in der Grundgesamtheit normalverteilt ist.¹¹⁷² Da der T-Test allerdings sehr robust auf Verletzungen der Normalverteilungsannahme reagiert, wird diese Annahme häufig nicht als allzu kritisch erachtet.¹¹⁷³ Mit Hilfe des Levene-Tests wurde zunächst die Varianzgleichheit in den betrachteten Fallgruppen geprüft. In Abhängigkeit davon, ob die Varianz der betrachteten Variablen gleich groß ist, wurde das entsprechende Verfahren, d.h. der

¹¹⁷¹ Zu diesem Vorgehen vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 9.

¹¹⁷² Vgl. Brosius (2002), S. 452.

¹¹⁷³ Vgl. Brosius (2002), S. 452.

pooled-Variance T-Test bzw. der separate Variance T-Test, gewählt.¹¹⁷⁴ Sofern die Variablen nicht perfekt bzw. nicht nahezu perfekt normalverteilt sind, wurde zusätzlich mit dem Kolmogorov-Smirnov-Test ein nicht-parametrischer Test durchgeführt. Dadurch wird die Robustheit des Signifikanztests erhöht, da keine Verteilungsannahmen erforderlich sind.¹¹⁷⁵ Nicht-parametrische Tests sind bspw. dann vorzuziehen, wenn die für die parametrischen Tests erforderlichen Annahmen über die Verteilung der Grundgesamtheit hinsichtlich ihrer Gültigkeit angezweifelt werden müssen.¹¹⁷⁶ Der Kolmogorov-Smirnov-Test vergleicht die Verteilungen der beiden Stichproben untereinander. Dieser Test erfordert Intervallskalenniveau der Testvariablen und testet die Nullhypothese: Beide Stichproben entstammen derselben Grundgesamtheit.¹¹⁷⁷

Analog zum vorherigen Vorgehen bei zwei Teilgruppen der Grundgesamtheit werden auch bei der Analyse der Gruppenunterschiede zwischen mehreren Teilgruppen in Abhängigkeit von den Verteilungsannahmen zwei Signifikanztests durchgeführt. Zum einen wird eine einfaktorielle ANOVA, welche ebenfalls die Normalverteilung der Variablen voraussetzt, als analoges Testverfahren zum T-Test durchgeführt. Dieses Verfahren testet die Nullhypothese, dass alle miteinander verglichenen Gruppenmittelwerte der betrachteten Variablen in der Grundgesamtheit identisch sind.¹¹⁷⁸ Zum anderen wird mit dem Kruskal-Wallis-Test zusätzlich ein nicht-parametrischer Test für unabhängige Stichproben durchgeführt.¹¹⁷⁹

Sofern die Analyse der Variablen getrennt nach Gruppen durchgeführt wird, erfolgt in aller Regel ausschließlich ein Ausweis der Variablen mit signifikanten Gruppenunterschieden. Lediglich wenn die Variable für die Untersuchung eine wesentliche Bedeutung besitzt und eine wichtige Erkenntnis gewonnen wird, werden fallbezogen auch Variablen ohne signifikante Gruppenunterschiede ausgewiesen. Die Auswertungen wurden mit SPSS® 16.0, Version 16.0.1 durchgeführt.

1.2.1 Finanzkennzahlen der Unternehmen und sonstige unternehmensbezogene Parameter

Die Analyse der Finanzierungsstrukturen der in dem Datensatz enthaltenen Unternehmen basiert auf Jahresabschlussdaten, die in den Bankanwendungen erfasst sind. Aufgrund der besonderen Zielstellung der Banken bei der Bilanzanalyse werden bestimmte Sachverhalte in Bankanwendungen anders abgebildet als dies beim Unternehmer der Fall ist. Beispielsweise werden nachstehende Bilanzpositionen stets als so genannte „eigenkapitalmindernde Posten“ erfasst: Aufwendungen für Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes und nicht werthaltige Forderungen gegen Gesellschafter. Infolgedessen weichen die Absolutbeträge sowie die auf dieser Basis ermittelten Kennzahlen unter Umständen von den Originaldaten des Unternehmens ab. Daten-

¹¹⁷⁴ Vgl. Brosius (2002), S. 464.

¹¹⁷⁵ Vgl. hierzu auch Elsas (2001), S. 93.

¹¹⁷⁶ Vgl. Pepels (1995), S. 367.

¹¹⁷⁷ Vgl. Brosius (2002), S. 821.

¹¹⁷⁸ Vgl. Brosius (2002), S. 478.

¹¹⁷⁹ Vgl. Brosius (2002), S. 822.

grundlage ist der letzte der Bank vorliegende und erfasste Jahresabschluss, im Regelfall (bei 70,5% der Datensätze) war dies der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2006.

In Tab. B-14 sind die Finanzkennzahlen der Unternehmen des Untersuchungspanels im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt dokumentiert. Die Auswertungsergebnisse bestätigen die in Kapitel A.2.1.2 herausgearbeiteten Besonderheiten deutscher mittelständischer Unternehmen. Die immense Bedeutung der Bankfinanzierung spiegelt sich in der Quote Verbindlichkeiten gegen Kreditinstitute in Relation zur Bilanzsumme wider, so beträgt der Anteil der Bankfinanzierung im arithmetischen Mittel 34,06% (22,40% im Median). Auch die zuvor bereits erwähnte Eigenkapitalschwäche deutscher Unternehmen findet in der Untersuchung ihre Bestätigung, so liegt die Eigenkapitalquote im Median bei 17,65%, im arithmetischen Mittel sogar bei nur 13,82%. Das niedrigere arithmetische Mittel ist unter anderem auch darauf zurückzuführen, dass mehrere Unternehmen ein negatives bilanzielles Eigenkapital ausweisen.¹¹⁸⁰ Das Umsatzwachstum beträgt 6,90% im Median.¹¹⁸¹ Die durchschnittliche Anzahl der Überziehungen beträgt 31,99. Die Ausfallwahrscheinlichkeit liegt mit 1,98% (Median: 0,50%) über dem bundesweiten Durchschnitt.¹¹⁸² Die Ermittlung der Ausfallwahrscheinlichkeit basiert auf einem Unternehmensrating, d.h. es erfolgt keine Berücksichtigung von Sicherheiten.

	Einheit	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum	Bundesweiter Mittelwert ¹¹⁸³
VERB_KI_LANG_R	%	21,66	12,50	26,05	0,00	144,30	4,1
VERB_KI_KURZ_R	%	12,40	5,50	18,85	0,00	100,90	3,4
VERB_KI_R	%	34,06	22,40	34,94	0,00	219,40	7,5
VERM_LA_R	%	34,50	32,60	24,12	0,20	95,40	37,2
KASSE_R	%	9,09	3,30	12,67	0,00	82,50	5,4
VERB_KI_LANG_A	TEUR	574,20	104,77	2.317,79	0,00	32.262,80	---
VERB_KI_KURZ_A	TEUR	275,33	48,05	837,76	0,00	7.918,90	---
VERB_KI_A	TEUR	849,53	220,25	2.747,40	0,00	34.670,47	---
VERM_LA_A	TEUR	909,27	315,70	1.684,61	0,10	11.233,84	---
KASSE_A	TEUR	210,30	36,63	695,51	0,00	8.125,34	---
BILANZS	TEUR	2.480,25	1.289,00	3.979,29	0,20	37.041,10	40.959,8

¹¹⁸⁰ Ein negatives bilanzielles Eigenkapital ergibt sich dann, wenn der Jahresfehlbetrag oder die eigenkapitalmindernden Positionen sehr groß sind. Unter den eigenkapitalmindernden Positionen werden bspw. diverse immaterielle Vermögensgegenstände aufgeführt.

¹¹⁸¹ Aufgrund von Ausreißern ist bei dem Umsatzwachstum der Median aussagekräftiger als das arithmetische Mittel.

¹¹⁸² Bei der Ausfallwahrscheinlichkeit handelt es sich um eine unternehmensbezogene Eigenschaft, denn selbige reflektiert die Bonität des Unternehmens unabhängig von der bewertenden Bank. Allerdings ist es denkbar, dass unterschiedliche Banken aufgrund unterschiedlicher Ratingssysteme unterschiedliche Ausfallwahrscheinlichkeiten ermitteln.

¹¹⁸³ Vgl. Bundesbank (2008a und 2008b).

	Einheit	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum	Bundesweiter Mittelwert ¹¹⁸³
UMSATZ	TEUR	5.212,82	2.463,00	6.927,36	18,75	45.000,00	58.017,0
DEBZIEL	Tage	34,02	29,06	26,93	0,00	206,06	---
EKQ	%	13,82	17,65	42,11	-99,09	85,73	29,7
UMSATZRENT	%	4,67	2,91	8,73	-13,36	85,17	3,9 ¹¹⁸⁴
GESAMTRENT	%	13,06	9,26	16,85	-74,50	94,44	5,6
ZINSDECK	%	1.726,74	271,89	9.413,05	-2.900,00	131.150,00	---
KREDZIEL	Tage	110,19	41,76	345,36	0,00	3.105,00	---
UMHANDEL	-	40,48	9,80	100,84	0,00	792,66	---
UMIND	-	362,44	23,45	1.020,55	0,00	6.489,33	---
UMSATZW ¹¹⁸⁵	%	12,04	6,90	27,21	-96,54	167,84	---
UMVORR	-	70,92	12,83	207,96	0,62	2.251,00	---
ANZ_ÜB_30	Anzahl	0,17	0,00	0,54	0,00	3,00	---
ANZ_ÜB_60	Anzahl	0,06	0,00	0,33	0,00	3,00	---
ANZ_ÜB_90	Anzahl	0,06	0,00	0,31	0,00	3,00	---
ANZ_ÜB_GES	Anzahl	31,99	1,00	64,21	0,00	315,00	---
AUSFALLW_B	%	1,98	0,50	9,59	0,07	100,00	1,00% ¹¹⁸⁶
TSC_JA_AGG	-	58,44	62,00	21,75	4,00	95,00	---
TSC_QA_AGG	-	68,80	69,00	16,14	5,00	100,00	---

Tab. B-14: Finanzkennzahlen der untersuchten Unternehmen¹¹⁸⁷

Weitere Erkenntnisse lassen sich aus einer nach Kapital- und Nicht-Kapitalgesellschaft differenzierten Auswertung gewinnen. So zeigen sich signifikante Unterschiede bei den Finanzierungsstrukturen. Während der Anteil der Bankverbindlichkeiten bei Nicht-Kapitalgesellschaften im arithmetischen Mittel 45,52% beträgt, finanzieren sich die Kapitalgesellschaften nur zu 26,82% über Banken. Die Unterschiede sind ausschließlich im langfristigen Bereich signifikant, bei der kurzfristigen Finanzierung lassen sich keine Unterschiede beobachten. Damit einher geht die deutlich niedrigere Eigenkapitalquote bei Nicht-Kapitalgesellschaften von 3,41% versus 20,39% bei Kapitalgesellschaften. Ursächlich hierfür ist der Umstand, dass bei Nicht-Kapitalgesellschaften in der Regel das Vermögen des Gesellschafters ohnehin unbeschränkt haftet und somit die von den Kreditgebern geforderte Eigenkapitalquote

¹¹⁸⁴ Abweichend von der Definition im Datensatz sind in der Umsatzrentabilität auf Basis der Bundesbankdaten das unregelmäßige und außerordentliche Ergebnis enthalten. Vgl. Bundesbank (2008a und 2008b).

¹¹⁸⁵ Bei der Berechnung der Parameter dieser Kennzahl wurde ein Ausreißer mit einem Umsatzwachstum von mehr als 300% ausgeschlossen, da dieser zu einer Verzerrung der Ergebnisse führt.

¹¹⁸⁶ Vgl. Angele (2007), S. 358.

¹¹⁸⁷ Aufgrund der mangelnden Interpretierbarkeit wurden die logarithmierten Werte nicht dargestellt.

niedriger ist. Allerdings lassen sich keine signifikanten Gruppenunterschiede bei der Ausfallwahrscheinlichkeit feststellen.

	Kapitalgesellschaften		Nicht-Kapitalgesellschaften		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
VERB_KI_LANG_R	16,21	9,50	30,29	23,30	0,0001	0,0006
VERB_KI_KURZ_R	10,61	5,30	15,24	5,70	0,0782	0,0841
VERB_KI_R	26,82	19,60	45,52	39,05	0,0001	0,0011
VERM_LA_R	29,44	25,20	42,51	39,45	0,0001	0,0003
KASSE_R	10,80	3,80	6,38	2,55	0,0119	0,0109
VERB_KI_LANG_A	639,33	67,68	471,08	175,30	0,6036	0,0489
KASSE_A	224,28	51,95	188,17	24,93	0,7104	0,0860
UMSATZ	5.441,17	2.890,10	4.851,26	2.013,50	0,5424	0,0220
EKQ	20,39	19,08	3,41	12,25	0,0036	0,0023
UMSATZRENT	3,15	2,15	7,07	4,89	0,0011	0,0014
GESAMTRENT	9,36	7,93	2098,52	16,37	0,2069	0,0001
UMSATZW	222,67	10,65	14,71	2,03	0,4137	0,0171
ANZ_ÜB_GES	25,65	1,00	42,01	0,50	0,0674	0,0177
AUSFALLW_B	1,67	0,50	2,45	0,50	0,5596	0,2819
TSC_JA_AGG	61,56	64,50	53,72	56,50	0,0156	0,0565
TSC_QA_AGG	70,48	71,00	66,38	67,00	0,0951	0,3286
N		133		84		

Tab. B-15: Finanzkennzahlen differenziert nach Kapitalgesellschaft vs. Nicht-Kapitalgesellschaft¹¹⁸⁸

Im nächsten Schritt erfolgte eine Analyse der Finanzkennzahlen differenziert nach Branchen. In Tab. B-16 sind neben den Kennzahlen, die signifikante Gruppenunterschiede ausweisen, aufgrund ihrer Wichtigkeit auch die Eigenkapitalquote und die Ausfallwahrscheinlichkeit dargestellt.

Die Untersuchung der Finanzierungsstrukturen nach Branchen zeigt, dass Handelsunternehmen sich mit einem arithmetischen Mittel von 44,08% für den Anteil der Bankfinanzierung am stärksten über Banken refinanzieren, wohingegen Bauunternehmen nur einen Anteil der Bankfinanzierung von 19,71% ausweisen. Die Eigenkapitalquote beträgt bei den sonstigen Unternehmen im Durchschnitt 22,92%, während die Dienstleistungsunternehmen eine Eigenkapitalquote von -0,02% ausweisen. Die Bauunternehmen weisen nach den „sonstigen Unternehmen“ mit 19,52% die zweithöchste Eigenkapitalquote auf. Die Ursachen liegen u.a. an dem niedrigen Anteil an Kapitalge-

¹¹⁸⁸ Hier erfolgt nur ein Ausweis der Kennzahlen, die zumindest bei einem der beiden Tests auf dem 10%-Niveau signifikante Unterschiede aufweisen. Für eine vollständige Abbildung der Finanzkennzahlen vgl. Anhang 2, Tab. AN 2-1.

sellschaften bei Dienstleistungsunternehmen, so firmieren nur 51,43% der Dienstleistungsunternehmen in der Rechtsform der Kapitalgesellschaft im Vergleich zu 66,00% bei den Bauunternehmen. Die Eigenkapitalquote für Bauunternehmen im bundesweiten Durchschnitt ist mit 8,43% signifikant niedriger.¹¹⁸⁹ Die Gruppenunterschiede sind hinsichtlich der Eigenkapitalquote statistisch nicht signifikant.

Handelsunternehmen weisen mit 22,46 Tagen das niedrigste Debitorenziel aus. Dies deutet darauf hin, dass hohe Barumsätze getätigt oder die Rechnungen schnell gezahlt werden. Insbesondere bei Einzelhandelsunternehmen werden die Rechnungen im Wesentlichen direkt bar bezahlt. Dementsprechend ist das Debitorenziel bei Bauunternehmen mit 42,42 Tagen am höchsten, da hier i.d.R. längere Zahlungsziele gewährt werden, die Zahlungsmoral der Abnehmer ggf. schlechter und das Mahnwesen möglicherweise optimierungsbedürftig ist.

Die Ausfallwahrscheinlichkeit der Produktionsunternehmen beträgt 4,28% im Mittel und liegt deutlich über dem Wert in der Baubranche von 0,89%. Die vergleichsweise sehr niedrige Ausfallwahrscheinlichkeit bei Bauunternehmen könnte auf bereits durchgeführte Bereinigungen des Kreditportfolios zurückzuführen sein, so dass während der jahrelangen Krise in der Baubranche bonitätsmäßig schlechte Unternehmen keine Kredite mehr erhalten haben. Unter der Annahme, dass die Eigenkapitalquote eine zentrale Größe bei der Ermittlung der Ausfallwahrscheinlichkeit ist, kann dieser Zusammenhang auch als Erklärung für die im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sehr niedrige Eigenkapitalquote bei Bauunternehmen herangezogen werden. Die Gruppenunterschiede hinsichtlich der Ausfallwahrscheinlichkeit sind statistisch nicht signifikant.

¹¹⁸⁹ Eigene Berechnungen auf Basis des Datenmaterials der Bundesbank. Vgl. Bundesbank (2008b).

		Produktion	Handel	Dienst- lstg.	Bau	Sonstiges	Gesamt	ANO- VA	Kruskal- Wallis
VERB_KI_R	Mittelwert	32,65	44,08	42,89	19,71	28,57	34,06	0,0026	0,0044
	Median	29,10	39,15	20,90	14,35	10,20	22,40		
VERM_LA_R	Mittelwert	36,70	30,70	42,07	26,04	49,42	34,50	0,0010	0,0073
	Median	37,10	27,30	45,30	20,45	53,10	32,60		
KASSE_R	Mittelwert	7,52	6,15	13,69	9,15	14,73	9,09	0,0162	0,0900
	Median	2,60	2,35	7,10	5,35	6,50	3,30		
DEBZIEL	Mittelwert	36,17	22,46	34,91	42,42	39,77	34,02	0,0018	0,0000
	Median	30,96	18,55	27,49	37,31	41,88	29,06		
EKQ	Mittelwert	17,17	11,29	-0,02	19,52	22,92	13,82	0,1944	0,5306
	Median	17,65	14,94	15,47	21,44	26,28	17,65		
KREDZIEL	Mittelwert	68,43	31,50	222,28	131,36	283,96	110,19	0,0265	0,0001
	Median	40,29	27,95	62,61	54,135	50,03	41,76		
AUSFALLW_B	Mittelwert	4,28	1,28	1,39	0,89	1,03	1,98	0,3414	0,3997
	Median	0,35	0,50	0,50	0,50	0,35	0,50		
N		57	58	35	50	17	217		

Tab. B-16: Finanzkennzahlen differenziert nach Branchen

Unterschiede bei den Finanzierungsstrukturen zeigen sich ebenso bei einer Differenzierung nach Größenklassen. Im Folgenden wird eine Gruppierung der Datenbasis nach Unternehmen mit mehr als bzw. weniger gleich 2,5 Mio. EUR Umsatz vorgenommen (vgl. Tab. B-17).¹¹⁹⁰ Der Anteil der Bankfinanzierung und somit die Abhängigkeit von Banken ist bei kleineren Unternehmen mit 41,25% deutlich größer als bei größeren Unternehmen (26,80%). Die Bindung der kleineren Unternehmen an die untersuchten Banken scheint größer zu sein, denn die Bindung eines Unternehmens an eine Bank wird um so stärker sein, je größer die Bedeutung der Bankkredite im Vergleich zu anderen Finanzierungsquellen ist.¹¹⁹¹ Erhebliche Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich der Eigenkapitalausstattung, so beträgt die Eigenkapitalquote bei Unternehmen mit einem Umsatz von größer gleich 2,5 Mio. EUR 24,50% verglichen mit 3,23% bei den kleineren Unternehmen. Unter der Annahme, dass die Eigenkapitalquote eine wichtige Größe zur Bestimmung der Ausfallwahrscheinlichkeit ist, wird das Ergebnis durch die signifikant höhere Ausfallwahrscheinlichkeit von 3,15% bei kleineren Unternehmen im Vergleich zu 0,79% bei größeren Unternehmen bestätigt. Der Anteil der kleinen Unternehmen, die als Kapitalgesellschaft firmieren, beträgt 55,0% verglichen mit 67,6% bei den größeren Unternehmen, so dass einige Gruppenunterschiede, wie bspw. die niedrigere Eigenkapitalquote bei kleineren Unternehmen, nicht nur auf die Größe, sondern auch auf den geringeren Anteil an Kapitalgesellschaften zurückzuführen ist. Kapitalgesellschaften weisen gemäß Tab. B-15 signifikant höhere Eigenkapitalquoten auf als Nicht-Kapitalgesellschaften.

¹¹⁹⁰ Die Schwelle von 2,5 Mio. EUR wurde mit dem Ziel festgelegt, die Datenbasis in zwei ungefähr gleich große Gruppen zu unterteilen.

¹¹⁹¹ Vgl. Fischer (1990), S. 59.

Als abschließende unternehmensbezogene Variable soll noch das Unternehmensalter untersucht werden. Das durchschnittliche Alter der Unternehmen in der Stichprobe beträgt 24,70 Jahre (Median: 22, Standardfehler: 1,4080; Standardabweichung: 20,7417). Das Alter der Unternehmen reicht von einem Jahr bis hin zu 198 Jahren. Das Durchschnittsalter bei Nicht-Kapitalgesellschaften liegt mit 29,87 Jahren über dem Durchschnitt bei Kapitalgesellschaften von 21,44. Unternehmen der Dienstleistungsbranche stellen mit einem Durchschnittsalter von 18,69 Jahren die jüngsten Unternehmen, während die Handelsunternehmen mit 31,31 Jahren das höchste Durchschnittsalter aufweisen. Ein Zusammenhang zur Bonität und somit zur Überlebenswahrscheinlichkeit der Unternehmen kann nicht abgeleitet werden.

	Umsatz kleiner 2,5 Mio. EUR		Umsatz größer 2,5 Mio. EUR		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
VERB_KI_LANG_R	26,83	15,00	16,43	10,70	0,0031	0,1047
VERB_KI_KURZ_R	14,42	6,50	10,37	3,80	0,1139	0,0809
VERB_KI_R	41,25	28,10	26,80	20,85	0,0021	0,0799
VERM_LA_R	37,38	34,90	31,60	29,10	0,0774	0,3458
BILANZS	1.219,75	517,90	3.752,43	2.606,00	0,0000	0,0000
UMSATZ	1.287,45	1.163,00	9.174,53	5.894,35	0,0000	0,0000
EKQ	3,23	13,37	24,50	21,51	0,0002	0,0172
KREDZIEL	164,30	42,17	60,58	41,03	0,0305	0,1677
UMIND	126,77	23,67	512,78	22,39	0,0720	0,8669
UMSATZW	14,49	3,57	269,11	8,44	0,3044	0,0337
UMVORR	114,28	18,46	31,31	10,35	0,0047	0,0032
ANZ_ÜB_30	0,27	0,00	0,06	0,00	0,0054	0,3363
ANZ_ÜB_60	0,10	0,00	0,03	0,00	0,0996	1,0000
ANZ_ÜB_90	0,10	0,00	0,03	0,00	0,0996	1,0000
ANZ_ÜB_GES	46,28	4,00	17,56	0,00	0,0009	0,0249
AUSFALLW_B	3,15	0,75	0,79	0,35	0,0700	0,0018
TSC_JA_AGG	52,35	53,00	64,80	68,00	0,0001	0,0000
TSC_QA_AGG	66,19	66,00	71,76	73,25	0,0208	0,0079
N		109		108		

Tab. B-17: Finanzkennzahlen differenziert nach Unternehmensgröße¹¹⁹²

¹¹⁹² In dieser Tabelle erfolgt nur ein Ausweis der Kennzahlen, die zumindest bei einem der beiden Tests auf dem 10%-Niveau signifikante Unterschiede aufweisen. Für eine vollständige Abbildung der Finanzkennzahlen vgl. Anhang 2, Tab. AN 2-2.

Kriterium	Ausprägung	N	Alter	T-Test bzw. ANOVA ¹¹⁹³	Kolmogorov-Smirnov bzw. Kruskal-Wallis
Gesamt	X	217	24,7005	x	x
Rechtsform	Kapital	133	21,4361	0,0033	0,0022
	Nicht-Kapital	84	29,8690		
Branche	Produktion	57	20,2632	0,1106	0,0107
	Handel	58	31,3103		
	Dienstleistung	35	18,6857		
	Bau	50	24,6000		
	Sonstiges	17	29,7059		
Größe	Umsatz kleiner 2.500 TEUR	109	26,8056	0,1367	0,0125
	Umsatz größer 2.500 TEUR	108	22,6147		

Tab. B-18: Alter differenziert nach Rechtsform, Branche und Unternehmensgröße

Während bisher ausschließlich unternehmensbezogene Variablen untersucht wurden, wird in einem nächsten Schritt die Geschäftsbeziehung zwischen Bank und Unternehmen betrachtet. Zunächst erfolgt die Fokussierung hierbei auf die klassischen Beziehungsvariablen, die Variablen zu den Konstrukten Vertrauen und Commitment werden aufgrund der besonderen Bedeutung in einem separaten Kapitel untersucht.

1.2.2 Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung mit beziehungsbezogenen Variablen

Als unternehmensbezogene Variable kann das Unternehmensalter als Indikator dafür verwendet werden, in welchem Umfang öffentliche Informationen zur Verfügung stehen.¹¹⁹⁴ Die Informationen sind Inside- und Outside-Banken gleichermaßen zugänglich. Um hingegen den Umfang der privaten Informationen, die der jeweiligen Bank vorliegen, messen zu können, ist eine beziehungsbezogene Variable erforderlich. Grundsätzlich zeigen empirische Studien, dass ein intensiverer Kontakt zu einer besseren Beziehungsqualität und einem besseren Vertriebs Erfolg führt.¹¹⁹⁵ Da die Informationssammlung als kumulativer Prozess zu verstehen ist und die Geschäftsbeziehung gemäß der phasenorientierten Interaktionsmodelle erst im Zeitablauf an Intensität gewinnt,¹¹⁹⁶ ist die Dauer der Kundenbeziehung (DAU_BEZ_ERR) von elementarer Bedeutung. Die durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehung beträgt 19,27 Jahre (Median: 20, Standardabweichung: 12,47). In fast 90% der Fälle dauert die Geschäftsbeziehung fünf Jahre oder länger. Die maximale Dauer der Kundenbeziehung beträgt 86 Jahre. Da es unwahrscheinlich erscheint, dass die gesammelten Informationen auch bei einem Beraterwechsel uneingeschränkt weitergegeben werden, insbesondere vor

¹¹⁹³ Bei dem Branchenkriterium werden die Werte für die ANOVA und den Kruskal-Wallis-Test ausgewiesen, da die Gruppengröße größer als zwei ist.

¹¹⁹⁴ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 963.

¹¹⁹⁵ Vgl. Crosby/Evans/Cowles (1990), S. 76 oder Homburg/Schäfer (2002), S. 20.

¹¹⁹⁶ Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel A.5.2.2.2.1.

dem Hintergrund, dass es sich hierbei auch um weiche, intersubjektiv nicht überprüf- bare Informationen handelt, wurde zusätzlich die Dauer der Beziehung zum Firmen- kundenbetreuer (DAU_PERS_ERR) untersucht. Die Dauer der persönlichen Bezie- hung ist ferner deswegen relevant, da der intensive persönliche Kontakt im Kontext der Geschäftsbeziehung auch losgelöst vom reinen Informationsprozess als wesentli- che Komponente beschrieben wird. Im Modell der IMP-GROUP wurde der soziale Austausch als ein wesentliches Element zur Beschreibung der Interaktion hervorgeho- ben.¹¹⁹⁷ So baut sich eine vertrauensvolle Beziehung in der Regel im Zeitablauf auf. Die Dauer der persönlichen Beziehung zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem jeweiligen Ansprechpartner im Unternehmen beträgt 7,36 (Median: 6,00, Standardab- weichung: 6,1160). Die Beziehungsdauer reicht von einem halben Jahr bis hin zu einer maximalen Dauer von 30 Jahren. In 59,10% der Fälle beträgt die Dauer 5 Jahre oder mehr.

	Mittelwert	Median	Standard- abweichung
DAU_BEZ_ERR	19,2719	20,00	12,4720
DAU_PERS_ERR	7,3605	6,00	6,1160

Tab. B-19: Dauer der Beziehung zur Bank und zum Firmenkundenbetreuer

Als weitere zentrale Dimension für die Beurteilung des Informationsvorsprungs der jeweiligen Bank wurde in Kapitel A.4.3.2.1 die Breite der in Anspruch genommenen Dienstleistungen genannt. COLE hat zu diesem Zweck vier Variablen in der Untersu- chung berücksichtigt, die die Art der beanspruchten Finanzdienstleistungen beschrei- ben. Er verwendet Variablen für die Nutzung von Kontokorrentkonten, Sparkonten, Kredite und Financial Management Services, da die Nutzung derselben in unterschied- lichem Umfang zur Informationsgenerierung beiträgt.¹¹⁹⁸ In Anlehnung an COLE wurde in der vorliegenden Studie abgefragt, welche der nachstehenden Produkte und Leis- tungen der Kunde bei dieser Bank nutzt: Privatkonten, Vermögensanlage, Mitglied- schaft,¹¹⁹⁹ Versicherungen, Darlehen, Zahlungsverkehr. So nutzen 58,93% der Unter- nehmen Produkte aus mindestens vier Bereichen (vgl. Abb. B-7) und in immerhin mehr als 72,56% der Fälle unterhält der Unternehmer bzw. der Hauptgeschäftsführer auch seine Privatkonten bei dieser Bank (vgl. Abb. B-8).

¹¹⁹⁷ Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel A.5.2.2.1.1.

¹¹⁹⁸ Vgl. Kapitel A.4.3.2.4 und Cole (1998), S. 962.

¹¹⁹⁹ Zwar handelt es sich bei der Mitgliedschaft auch um ein Produkt, denn der Kunde unterhält Genossenschaftsanteile. Wie in den weiteren Untersuchungen noch geprüft wird, wird allerdings aus der Nutzung dieses Produktes nicht nur aufgrund der Informationsgenerierung, sondern vielmehr aufgrund der resultierenden Bindungswirkung ein Einfluss erwartet.

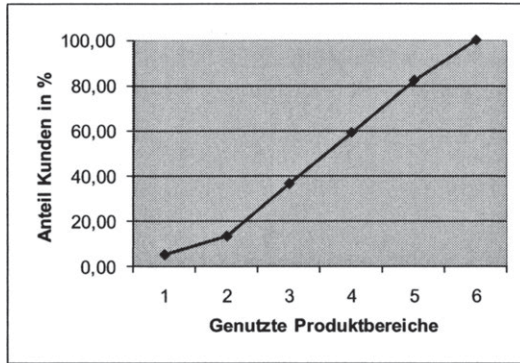


Abb. B-7: Anzahl der Produktbereiche, aus denen Produkte genutzt werden

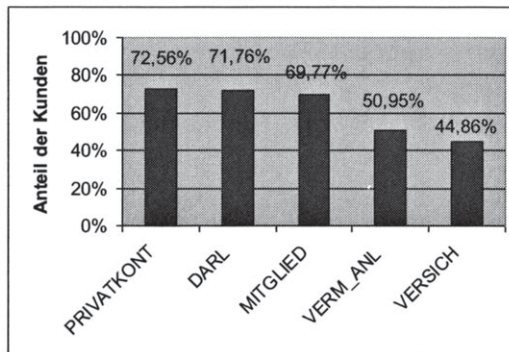


Abb. B-8: Nutzung der Bankprodukte

Der vermutete Informationsvorsprung der Inside-Bank in Bezug auf private Informationen resultiert zum einen unmittelbar aus der Produktnutzung. Das Rückzahlungsverhalten hinsichtlich der bereits aufgenommenen Darlehen lässt Rückschlüsse auf die Zahlungsfähigkeit zu, die Transaktion auf den Zahlungsverkehrskonten ermöglichen darüber hinaus einen tiefen Einblick in das Zahlungsverhalten des Kunden. Zum anderen geht eine vermehrte Produktnutzung vermutlich auch mit einer größeren Kontakthäufigkeit einher. Losgelöst von den zugrunde liegenden Produkten führt ein Anstieg der Kontakthäufigkeit auch zum vermehrten Informationsaustausch. So beträgt die Anzahl der qualifizierten Beratungsgespräche je Jahr im Durchschnitt 2,79 (Median: 2, Standardabweichung: 1,75) und die Anzahl der jährlichen Kontakte, seien es E-Mails, Telefonate oder Briefe, 11,29 (Median: 8, Standardabweichung: 16,55) bei einer maxi-

malen Kontaktzahl von 200 Stück. Der Hauptansprechpartner für die Bank ist in 95,35% der Fälle in der Geschäftsführung angesiedelt, somit wird die in Kapitel A.2.1.2 beschriebene Aufgabenkonzentration bei der Geschäftsführung – zumindest in Bezug auf den Abschluss von Finanzgeschäften – bestätigt. Bei einer Differenzierung nach der Anzahl der genutzten Produkte lässt sich eine steigende Anzahl von Beratungsgesprächen sowie eine steigende Kontakthäufigkeit mit zunehmender Zahl der genutzten Produkte bzw. der Nutzung von Produkten aus den verschiedenen Bereichen erkennen (vgl. Tab. B-20 und Abb. B-9). Die Kontakthäufigkeit nimmt wieder ab, wenn Produkte aus mindestens fünf Bereichen genutzt werden. Die Anzahl der Beratungsgespräche steigt zwar auch mit zunehmender Unternehmensgröße, gemessen am Umsatz, tendenziell an (vgl. Tab. B-20 und Tab. B-21), jedoch ist bei Unternehmen mit einem Umsatz von 1-2,5 Mio. EUR die Anzahl mit 2,81 im Mittel größer als bei Unternehmen mit mehr als 7,5 Mio. EUR Umsatz. Hinsichtlich der Anzahl der Kontakte allgemein lässt sich hier keine steigende Tendenz mit zunehmender Größe beobachten. Die Anzahl der Kontakte wird anscheinend nicht direkt durch die Unternehmensgröße determiniert. Die Gruppierung nach dem Anteil des Zahlungsverkehrs beim jeweiligen Institut liefert bessere Resultate (vgl. Tab. B-22). Die Gruppenunterschiede sind allerdings nicht gravierend, der Umfang des Zahlungsverkehrs scheint auch nicht ursächlich zu sein für die Anzahl der Beratungsgespräche und Kontakte je Jahr.

Anzahl genutzter Produkte	ANZ_BER_J		ANZ_KONT_J	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median
1	2,1000	2	8,0000	7,5
2	2,5294	2	9,0588	5
3	2,4792	2	9,3958	6,5
4	2,8298	3	14,7660	10
5	2,9167	2	13,6875	8,5
6	3,0811	3	8,6216	8
Gesamt	0,1897	2	0,2071	8
ANOVA		0,3985		0,3999
Kruskal-Wallis		0,1897		0,2071

Tab. B-20: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anzahl der genutzten Produkte

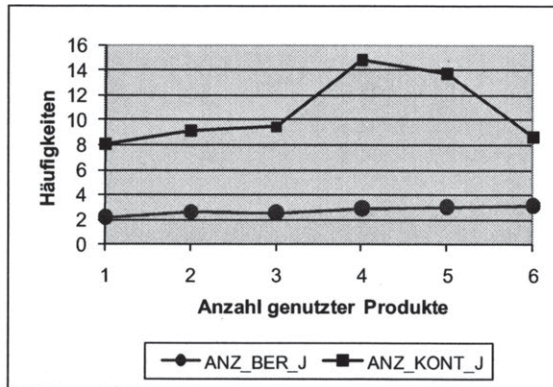


Abb. B-9: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anzahl der genutzten Produkte

UMSATZ (in Mio. EUR)	< 1		1-2,5		2,5-7,5		>7,5		Gesamt	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median
ANZ_BER_J	2,40	2	2,81	3	3,23	3	2,71	2	2,79	2
ANZ_KONT_J	9,65	6	12,99	6	12,60	10	9,62	10	11,29	8
N	40		69		43		65		217	

Tab. B-21: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Umsatzgröße

ANT_ZV (in %)	< 50		50- 80 (exkl.)		80-100 (exkl.)		100	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median
ANZ_BER_J	2,55	2,13	2,57	2	3,00	3	3,57	3
ANZ_KONT_J	9,68	7,21	9,62	6	15,79	10	14,75	10
N	67		53		35		59	

Tab. B-22: Beratungsgespräche und Kontakthäufigkeiten je Jahr differenziert nach Anteil Zahlungsverkehr

Zentrale Variablen bei der Untersuchung der Kunde-Bank-Beziehung sind ferner die Anzahl der Bankverbindungen der einzelnen Unternehmen sowie der Anteil der einzelnen Banken an der gesamten Bankfinanzierung des Unternehmens. Gemäß der Einschätzung der Firmenkundenbetreuer refinanzieren sich die Unternehmen der Stichprobe zu 66,63% (Median: 80,00%) bei dem jeweiligen Institut und unterhalten im Schnitt ca. 2,23 Bankverbindungen (vgl. Tab. B-23). Die maximale Anzahl an Bankverbindungen bei den untersuchten Unternehmen beträgt immerhin neun Bankverbindungen.

	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
ANT_BANK_IN	66,6266	80	35,0327	0	100
ANZ_B_AGG	2,2275	2	1,1042	1	9

Tab. B-23: Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung

Diese Variablen reflektieren einen möglichen Informationsvorsprung der Bank, bedingt durch den hohen Anteil am gesamten Geschäftsvolumen des Unternehmens. Sie sind gleichzeitig aber auch Ausdruck der Verhandlungsmacht bzw. Marktmacht der Bank gegenüber dem Unternehmen. Im Modell von PETERSEN/RAJAN wurde die Marktmacht der Bank und daraus resultierend eine geringe Gefahr des Bankwechsels durch den Kunden als Voraussetzung für die intertemporale Konditionengestaltung betrachtet.¹²⁰⁰ Die Marktmacht der Bank bestimmt, inwiefern mögliche Effizienzgewinne an den Kunden weitergegeben werden. Hinsichtlich der optimalen Anzahl an Bankverbindungen kommen somit zwei gegenläufige Effekte zum Tragen. Auf der einen Seite liegt die Vorteilhaftigkeit der Finanzintermediation in der Nutzung von Skaleneffekten hinsichtlich der Informationsproduktion, -sammlung und -verarbeitung durch die jeweilige Bank.¹²⁰¹ Durch eine niedrige Anzahl von Bankverbindungen bzw. enge Kontakte zu wenigen oder gar einer Bank können intensive persönliche Beziehungen und schließlich eine gute Vertrauensbasis geschaffen werden. Denn persönliche Beziehungen bilden die Basis für das langfristige Vertrauen untereinander.¹²⁰² Schließlich sind enge persönliche Kontakte die Grundlage für schnelle Entscheidungen und eine unkomplizierte Abwicklung der Geschäfte. So kommt es bei einer parallelen Existenz von mehreren Bankverbindungen regelmäßig zu längeren Verhandlungszeiten und einem relativ umfangreichen Schriftverkehr. Seitens der Bank ist die Ausschließlichkeit der Bankverbindung im Hinblick auf die Bindung des Unternehmens von großer Bedeutung, weil durch sie der Wettbewerb mit anderen Banken weitgehend ausgeschaltet werden kann.¹²⁰³ Dies setzt aber voraus, dass ein Wechsel der Bankverbindung nicht möglich ist. Das könnte dadurch verhindert werden, dass die Hausbank gegenüber anderen Banken einen Informationsvorsprung hinsichtlich der „Qualität“ des Unternehmens hat.

Auf der anderen Seite streben Unternehmen – vergleichbar mit dem Problem der Lieferantenauswahl im Sachgüterbereich – häufig eine Diversifikation ihrer Hauptbankverbindung an.¹²⁰⁴ Mögliche Gründe für die Diversifikation sind u.a. die folgenden:

¹²⁰⁰ Vgl. zu dem Modell von Petersen/Rajan sowie zur Bedeutung der Anzahl der Bankverbindungen ausführlich in Kapitel A.4.3.1.2.1.

¹²⁰¹ Vgl. Elsas (2005), S. 110.

¹²⁰² Vgl. Cromme (2008), S. 431.

¹²⁰³ Vgl. Fischer (1990), S. 19.

¹²⁰⁴ Vgl. Arbeitskreis (1988), S. 747.

- Die Nutzung des Konditionenwettbewerbs zwischen den Kreditinstituten und
- die Vermeidung von temporären Kreditengpässen, die bei der Konzentration auf eine Bankverbindung aufgrund der Risikostrategie oder Kapazitätsbeschränkungen in dieser Bank auftreten können.

Das Streben nach Diversifikation wird allerdings dadurch begrenzt, dass die Geschäftsvolumina der einzelnen Bankverbindungen in einer hinreichenden Größenordnung sein müssen, so dass die Geschäftsbeziehung für Banken noch interessant ist.¹²⁰⁵ So ist zu vermuten, dass die Anzahl der Bankverbindungen mit zunehmender Unternehmensgröße steigt und in Konsequenz auch der Finanzierungsanteil der einzelnen Banken und somit auch der Bank in der Studie abnimmt. Da beiden Variablen keine Normalverteilung gegeben ist, wurde für den Test auf Gruppenunterschiede der Kruskal-Wallis-Test herangezogen. Während der Anteil der befragten Bank an der gesamten Bankfinanzierung mit zunehmender Unternehmensgröße – sowohl gemessen an Mitarbeiterzahlen als auch am Umsatz – streng sinkt, steigt die Anzahl der Bankverbindungen dementsprechend (vgl. Tab. B-24 und Tab. B-25). Während insgesamt nur 23,3% der Unternehmen genau eine Bankverbindung unterhalten, besitzen auch bei den Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz nur 31,4% genau eine Bankverbindung. Es zeigt sich somit, dass auch die kleineren Unternehmen in der Regel – fast 70% – mehr als eine Bankverbindung aufweisen.

Mitarbeiter	ANT BANK IN				ANZ. B. AGG			
	<=10	>10-20	>20-40	>40	<=10	>10-20	>20-40	>40
Mittelwert	76,41	68,91	66,50	52,82	1,85	1,95	2,38	2,82
Median	100	82,5	70	50	2	2	2	3
N	39	72	58	39	33	66	52	38
Kruskall-Wallis	0,0293				0,000			

Tab. B-24: Kunde-Bank-Beziehung differenziert nach Unternehmensgröße (Mitarbeiterzahl)

Umsatz (Mio. EUR)	ANT BANK IN				ANZ. B. AGG			
	<= 1	>1-2,5	>2,5-7,5	>7,5	<= 1	>1-2,5	>2,5-7,5	>7,5
Mittelwert	77,5000	70,9853	62,8571	54,5213	1,8000	1,9273	2,3276	2,8537
Median	95	93,5	70	50	2	2	2	3
N	38	68	63	39	35	55	58	41
Kruskall-Wallis	0,0109				0,0000			

Tab. B-25: Kunde-Bank-Beziehung differenziert nach Unternehmensgröße (Umsatzklassen)

¹²⁰⁵ Vgl. Arbeitskreis (1988), S. 747.

Gemäß HOMMEL/SCHNEIDER scheint die Obergrenze für den breiten Mittelstand ungeachtet firmenspezifischer Faktoren bei zwei solcher Geschäftsverbindungen erreicht zu sein.¹²⁰⁶ In der vorliegenden Studie haben 91,01% der Unternehmen höchstens drei Bankverbindungen (vgl. Abb. B-10), so dass die Ergebnisse im Wesentlichen die Aussage von HOMMEL/SCHNEIDER bestätigen. Dieser Zusammenhang spiegelt sich auch in dem Anteil der Bankfinanzierung bei dem befragten Institut wider (vgl. Abb. B-11). Wird eine bestimmte Grenze überschritten, geht der Informationsvorsprung der Hausbanken bei gleichzeitigem Anstieg der Transaktionskosten verloren.¹²⁰⁷ Die damit einhergehenden direkten und indirekten Kosten scheinen die Vorteile einer größeren Diversifikation und damit die Abmilderung der eingangs erwähnten Hold Up-Problematik zu überwiegen. Die empirischen Ergebnisse der Studie bestätigen damit die für den deutschen Mittelstand vermutete Beziehungspflege zu wenigen Hausbanken.¹²⁰⁸

Im internationalen Vergleich (vgl. Tab. B-26) zeigt sich, dass die Anzahl der Bankverbindungen zwischen 1,3 und 6 im Mittelwert schwanken. Auch die kleinen Unternehmen im amerikanischen Raum haben trotz des dort herrschenden Trennbankensystems nur eine durchschnittliche Anzahl von 1,3 Bankverbindungen.

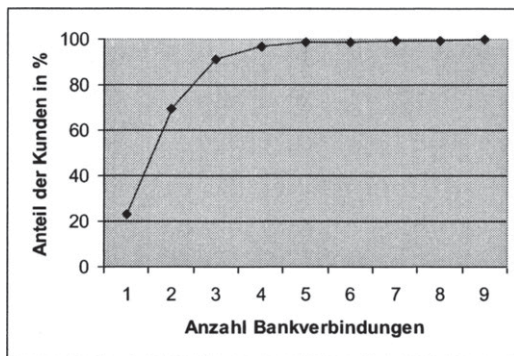


Abb. B-10: Anzahl der Bankverbindungen je Kunde

¹²⁰⁶ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 583.

¹²⁰⁷ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 583.

¹²⁰⁸ Vgl. Hommel/Schneider (2004), S. 583.

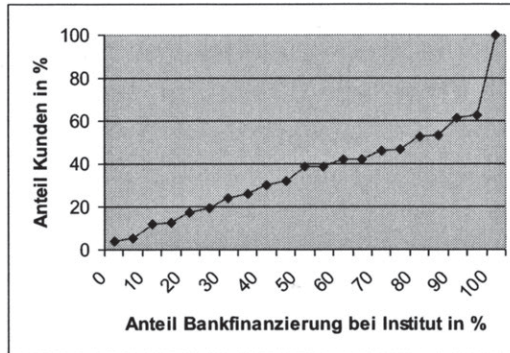


Abb. B-11: Anteil der Bankfinanzierung bei dem befragten Institut

Land	USA	Japan	USA	Deutschland	Deutschland	Norwegen	Deutschland
Größenkategorie	Klein	Klein	Groß	Mittel	Klein	Mittel	Klein
Zeitraum	1987	1992	1989-1990	1992-1997	1997	* 1979-1995	2007
Quelle	Petersen/Rajan (1994)	Horiuchi (1994)	Houston/James (1996)	Elsas/Krahen (1998)	Harhoff/Körting (1998)	Ongena/Smith (2000b)	Vorliegende Studie
Größe [Mio. \$]	1	<1,3/>1,3	1502	56,4	5	150 (Marktwert EK)	8,2 ¹²⁰⁹
Stichprobe	3404	126/309	Ø 250	200	994	Ø 111	217
Ø (Median) Anzahl Bankverbindungen	1,3 (1)	2,9/3,1	5,2	6 (5)	1,8	1,4 (1)	2,22 (2)

Tab. B-26: Anzahl der Bankverbindungen im internationalen Vergleich¹²¹⁰

DEGRYSE/ONGENA haben in ihrer Studie zusätzlich die Distanz zwischen Unternehmen und Bank als Einflussgröße auf den Zinssatz ausführlich untersucht und räumliche Preisdifferenzierungen identifiziert. Die Zinssätze sind mit zunehmender Distanz zwischen Unternehmen und Bank gesunken, während selbige bei ansteigender Distanz zwischen der Bank und den Wettbewerbern gestiegen sind. Beide Effekte haben sich

¹²⁰⁹ Es wurde der Dollar/EUR-Kurs vom 07.07.2008 zugrunde gelegt: 1,5647. Vgl. Comdirect (2008).

¹²¹⁰ Größenkategorien nach Umsatz in Mio. \$: Klein < 25/ mittel [25;250] / groß > 250, Umrechnungsfaktor Beschäftigte: 125.000 \$/Beschäftigtem; Ø bezeichnet den Durchschnitt über die einzelnen Jahre des Beobachtungszeitraums; Quelle: In Anlehnung an Elsas (2001), S. 69 und Ongena/Smith (2000b), S. 53.

als statistisch und ökonomisch signifikant herausgestellt.¹²¹¹ In der Studie von PETERSEN/RAJAN, welche auf dem Datensatz des National Survey of Small Business Finance von 1993 basiert, beträgt das arithmetische Mittel 68,397 km (42,5 Meilen).¹²¹² In der vorliegenden Stichprobe beträgt die durchschnittliche Distanz 13,42 km (Median: 6 km, Standardabweichung: 42,31 km), bei 90,8% der Unternehmen ist die Distanz kleiner gleich 20 km. Die insgesamt relativ niedrige Distanz resultiert im Wesentlichen aus dem Regionalprinzip des genossenschaftlichen Sektors.¹²¹³ Verglichen mit der Studie von DEGRYSE/ONGENA ist die räumliche Distanz dennoch deutlich größer, was unter anderem aber auch auf durchschnittlich größere Unternehmensgröße in der vorliegenden Studie zurückzuführen ist. So sind in der Studie von DEGRYSE/ONGENA 82,98% Unternehmen mit nur einem Mitarbeiter enthalten,¹²¹⁴ während der Median in der Studie von PETERSEN/RAJAN 2-4 Mitarbeiter¹²¹⁵ und in der vorliegenden Studie 20 Mitarbeiter beträgt.

DIST_UNT	Degryse/ Ongena ¹²¹⁶	Petersen/ Rajan	Vorliegende Studie
Mittelwert	1,380	68,397	13,4194
Median	0,858	6,436	6,0000
Standardabweichung	1,4600	---	42,3124
Minimum	0,000	---	0
Maximum	10,200	---	470
N	15.044	5.981	217

Tab. B-27: Geografische Distanz zwischen Bank und Unternehmen¹²¹⁷

Bisher wurde die Kunde-Bank-Beziehung auf aggregierter Ebene betrachtet. Die Analyse der Bankbeziehung auf Vertragsebene ergibt folgendes Bild. Im arithmetischen Mittel beträgt der Saldo des Hauptgeschäftskontos -24,88 Tsd. EUR (Median: -14,03 Tsd. EUR, Standardabweichung: 188,78 Tsd. EUR) und das dem Kunden zugesagte Limit 168,65 Tsd. EUR (Median: 100,00 Tsd. EUR, Standardabweichung: 225,58 Tsd. EUR). Das Kreditvolumen der Kunden als Summe der Darlehensalden und dem Maximum aus Limit und tatsächlicher Inanspruchnahme je Konto liegt im arithmetischen

¹²¹¹ Vgl. Degryse/Ongena (2005), S. 262.

¹²¹² Vgl. Petersen/Rajan (2002), S. 2537. Bei der Umrechnung wurde folgendes Verhältnis zugrunde gelegt: 1 Meile=1,609344 Kilometer. Die Studie besteht aus 3 Teilsamples. Der Median beträgt für die Jahre 1973-1979 2 Meilen (Mittelwert: 15,8), 4 Meilen für das Teilsample der 1980-1989 (Mittelwert: 34), 5 Meilen für die Jahre 1990-1993 (Mittelwert: 67,8).

¹²¹³ Vgl. zu den Besonderheiten des genossenschaftlichen Sektors Kapitel A.2.2.2.

¹²¹⁴ Vgl. Degryse/Ongena (2005), S. 245.

¹²¹⁵ In der Datenbasis des National Survey of Small Business Finance von 1993 beträgt der Median gemäß Cole/Wolken 2-4 Mitarbeiter. Petersen/Rajan tätigen zur Mitarbeiterzahl keine Aussage. Vgl. hierzu Cole/Wolken (1995), S. 631.

¹²¹⁶ Degryse/Ongena haben die geografische Distanz in Reise Minuten angegeben. Bei der Umrechnung der Werte von Degryse/Ongena in km wurde in obiger Darstellung angenommen, dass eine Reisezeit von 5 min. einer Strecke von 1 km entspricht.

¹²¹⁷ Eigene Darstellung. Vgl. hinsichtlich der Daten Degryse/Ongena (2005), S. 262 und Petersen/Rajan (2002), S. 2537.

Mittel bei 491,39 Tsd. EUR (Median: 221,31 Tsd. EUR, Standardabweichung: 1.046,63 Tsd. EUR). Diese Größe drückt aus, wie hoch das Risiko der Bank in Bezug auf diese Kunden ist. Bei einem arithmetischen Mittel von 10,38% weist der Zinssatz des Hauptgeschäftskontos über alle Kunden ein Minimum von 5,85% und ein Maximum von 14,50% auf, so dass immerhin eine Spannweite von 8,65 Prozentpunkten beobachtbar ist.

	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Spannweite	Minimum	Maximum
GK_SALD	-24,88	-14,03	188,78	2.039,18	-790,26	1.248,92
GK_LIM_EX	168,65	100,00	225,58	1.752,92	0,00	1.752,92
GK_ZINS	10,38	10,25	1,70	8,65	5,85	14,50
GES_KREDIT	491,39	221,31	1.046,63	11.423,08	0,00	11.423,08

Tab. B-28: Parameter des Kreditvertrags

Als weiterer zentraler Parameter im Rahmen der Kreditbeziehung wird die Besicherung untersucht.¹²¹⁸ Zunächst soll ein Überblick über die Vorgehensweise und Ergebnisse anderer empirischer Studien zur Besicherung von Kreditverträgen vorangestellt werden. Von den dargestellten Studien untersuchen MACHAUER/WEBER¹²¹⁹ und ELSAS den Blankoanteil. Die anderen Studien hingegen unterscheiden nicht, ob die Besicherung 1% oder 100% beträgt, sondern untersuchen lediglich, ob eine Besicherung vorliegt.

In der durchgeführten Studie wurde bei der Besicherungsquote ein Mittelwert von 55,90% (Median: 61,00%, Standardabweichung: 38,79%) bzw. ein Blankoanteil von 44,10% (Median 39,00%) ermittelt. Insgesamt weisen 76,06% der Unternehmen eine Besicherungsquote größer Null auf.¹²²⁰ Der Anteil liegt deutlich über den in den anderen Studien ermittelten und in Tab. B-29 dargestellten Anteilen an besicherten Darlehen. Die erhebliche Abweichung zur Studie von DEGRYSE/VAN CAYSEELE ergibt sich möglicherweise daraus, dass bei selbiger der Bezugspunkt der Dummyvariable Besicherung das Darlehen und nicht der Kunde ist.¹²²¹

¹²¹⁸ Der Bezugspunkt ist in den Studien nicht einheitlich. Während bspw. Degryse/Van Cayseele die Besicherung in Bezug auf ein konkretes Darlehen untersuchen, betrachten Machauer/Weber die Besicherungsquote des Kunden. Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 12 f. und Machauer/Weber (1998), S. 1368.

¹²¹⁹ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1368 und Elsas (2001), S. 195.

¹²²⁰ In der vorliegenden Studie wurde in vier Fällen keine Antwort gegeben, unterstellt man hierfür, dass keine Besicherung vorliegt, so beträgt dieser Anteil 74,65%.

¹²²¹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 12 f.

Studie	Berger/ Udell (1990)	Berger/ Udell (1995)	Machauer/ Weber (1998)	Harhoff/ Körting (1998)	Degryse/ Van Cay- seele (1998)	Elsas (2001)	Vorlie- gende Studie
Größen- kategorie	Klein	Klein	Mittel	Klein	Klein	Mittel	Mittel
Zeitraum	1977-1988	1988	1992-1996	1997	1997	1992-1996	2007-2008
Land	USA	USA	Deutschland	Deutschland	Belgien	Deutschland	Deutschland
Größe [Mio. \$]	--- (0,1 Kreditvo- lumen)	1	25-250	5	Ø < 1,25	25-250	7,65
Stich- probe	340 Banken/ Ø 25.200 Kredite	863 Daten- sätze	200 Datensätze	994 Datensätze	17.776 Kredite	200 Daten- sätze	15 Banken/ 217 Daten- sätze
Anteil besichert	58%	53%	66% (Besie- cherungsquote: 68,6%) ¹²²²	62%	27%	69,4% (Besie- cherungs- quote: 31,5%)	76,1% (Besie- cherungs- quote: 55,9%)
Sicherhei- tenproxy	Dummys („Besicherung ja/nein“ sowie zwei Si- cherheiten- arten)	Dummy („Besieche- rung ja/nein“)	Blankoanteil	Dummy („Besicherung ja/nein“)	Dummy („Besicherung ja/nein“)	Blankoanteil	Blankoanteil sowie Dummy („Besieche- rung ja/nein“)

Tab. B-29: Berücksichtigung der Kreditsicherheiten in den empirischen Studien¹²²³

Die Besicherungsquote unterliegt keiner Normal- oder Gleichverteilung, so dass sich hieraus Probleme bei der Anwendung der diversen statistischen Verfahren ergeben und diesem Aspekt bei den weiteren Auswertungen Rechnung getragen werden muss.¹²²⁴ Die Besicherungsquote ist asymmetrisch, so ist der Schiefe-Wert mehr als doppelt so groß wie sein Standardfehler.¹²²⁵ Ferner gibt es eine Häufung bei 0,00% sowie bei 100,00% (vgl. Abb. B-12), letzteres ergibt sich daraus, dass eine Besicherungsquote von mehr als 100,00% einer Übersicherung gleich käme.¹²²⁶

¹²²² Machauer/Weber (1998) verwenden die gleiche Datenbasis wie Elsas (2001). „The average collateralized percentage of all borrowers in sample A is 68.6%, with 8.8% of the borrowers fully collateralized and 33.8% not collateralized at all.“ Machauer/Weber (1998), S. 1368.
¹²²³ Quelle: In Anlehnung an Elsas (2001), S. 195. Größenkategorien nach Umsatz in Mio. \$ mit DM/\$=2,-; klein <25 / mittel [25;50] / groß > 250, Umrechnungsfaktor Beschäftigte: 125.000 \$/ Beschäftigtem; Ø bezeichnet den Durchschnitt über die einzelnen Jahre des Beobachtungszeitraums.
¹²²⁴ Vgl. hierzu auch ausführlicher Elsas (2001), S. 202.
¹²²⁵ Vgl. hierzu auch Anhang 2, Tab. AN 2-3.
¹²²⁶ Eine Übersicherung kann rechtliche Konsequenzen für die Bank haben. Es wird hier unterschieden zwischen anfänglicher und nachträglicher Übersicherung. Bei einer anfänglichen Übersicherung ist nach der Rechtsprechung des BGH ein solcher Sicherungsvertrag gar sittenwidrig. Dazu muss ein „krasses Missverhältnis“ zwischen dem Sicherungsbetrag und der Sicherheit vorliegen. Bei einer nachträglichen Übersicherung tritt das Übersicherungsereignis erst zu einem späteren Zeitpunkt ein, bspw. durch Reduzierung der zu sichernden Forderung oder durch eine Werterhöhung einer sicherungsübereigneten Lagerhalle. Eine solche nachträgliche Übersicherung hat zur Folge, dass in Höhe der Übersicherung der zunächst bedingte Rückgewähranspruch zu einem unbedingten wird, d.h. die Bank hat Waren in Höhe der Übersicherung freizugeben. Da in der vorliegenden Studie bestehende Geschäftsbeziehungen betrachtet werden, käme lediglich die nachträgliche Übersicherung in Betracht. Allerdings kann nicht vollständig

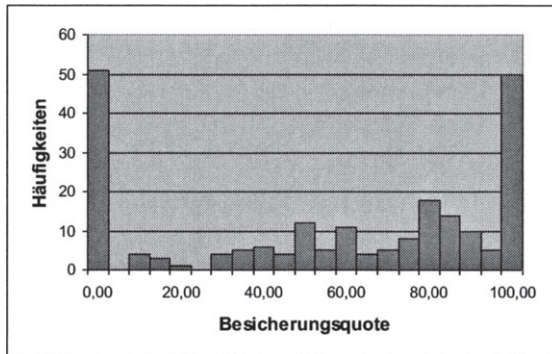


Abb. B-12: Verteilung der Besicherungsquote

Hinsichtlich der Art der Sicherheiten stellen Grundschulden die mit Abstand wichtigste Sicherheit dar. So haben 64,62% der Unternehmen Grundschulden als Sicherheiten gestellt. Berücksichtigt man nur die Unternehmen, bei denen die Besicherungsquote größer Null ist und die somit überhaupt Sicherheiten gestellt haben, so steigt der Anteil auf 74,53%. Der in Abb. B-13 ersichtliche Bedeutungsrückgang bei Bürgschaften von 39,80% bei Berücksichtigung aller Antworten auf 36,65% bei Berücksichtigung der Unternehmen mit einer Sicherheitenquote größer 0,00% ergibt sich daraus, dass immerhin 54,29% der Unternehmen Bürgschaften gestellt haben, obwohl die Sicherheitenquote 0,00% beträgt. Das Vorliegen von Sicherheiten bei einer Sicherheitenquote von 0,00% hängt mit der Frage zusammen, inwiefern die Bank die Sicherheiten auch bewerten kann. Die Bank lässt sich unter Umständen zwar die Sicherheiten formal stellen, bewertet diese aber nicht. Klassisches Beispiel ist hier die Bürgschaft, die häufig nicht bewertet werden kann, da der Bürge bspw. seine Vermögensverhältnisse nicht offengelegt hat. Ferner werden solche Sicherheiten in der Besicherungsquote nicht berücksichtigt, bei denen die Bank aufgrund bestehender Vorlasten (Ansprüche anderer Banken) die Sicherheiten nicht oder nicht in Höhe der formal bestehenden Sicherheit bewerten kann. So sind bei den Grundschulden vermutlich die Vorlasten anderer Banken ursächlich, bei der Sicherungsübereignung hingegen der Umstand, dass der Sicherungsgegenstand steuerlich oder bilanziell schon abgeschrieben ist, aber noch Marktwerte bestehen. Für eine Zession ist eine regelmäßige Prüfung der zugrunde liegenden Forderungen erforderlich, um diese bewerten zu können. Darauf verzichten viele Banken und bewerten diese intern mit 0 EUR. Die Sicherheit besteht aber rechtlich einwandfrei. Im Verwertungsfall legt die Bank dann die Zession offen, in der Erwartung hier Erlöse zu erzielen.

ausgeschlossen werden, dass bestimmte Kreditverträge erst unmittelbar vor Durchführung der Datenerhebung abgeschlossen worden sind und sich noch keine Veränderung der Forderungshöhe oder des Sicherungsgutes ergeben hat. Vgl. hierzu ausführlich BGH (1998), 2047.

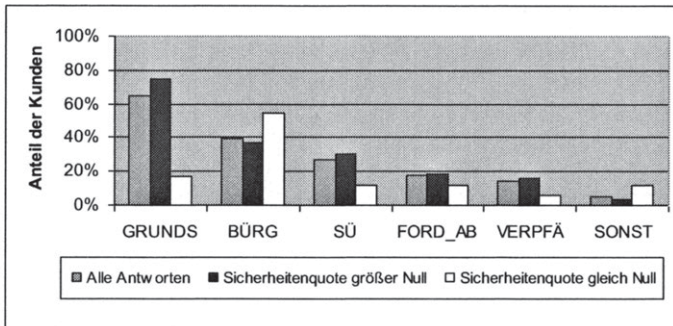


Abb. B-13: Nutzung der verschiedenen Sicherheiten¹²²⁷

Die Fähigkeit, Sicherheiten zu stellen, und schließlich die Art der gestellten Sicherheiten richtet sich unter anderem nach der Vermögensstruktur des Unternehmens. Die Branche ist eine wichtige Größe zur Beeinflussung der Vermögensstruktur. Zwar lassen sich in Tab. B-30 und Tab. B-31 Unterschiede zwischen den Branchen erkennen, allerdings sind diese statistisch nicht signifikant. Lediglich bei den Bürgschaften lässt sich feststellen, dass Dienstleistungsunternehmen deutlich weniger Bürgschaften als Unternehmen anderer Branchen stellen.¹²²⁸

	Produktion	Handel	Dienstlsg.	Bau	Sonstiges	Gesamt	Kruskall-Wallis
Mittelwert	71,09%	75,04%	85,51%	70,53%	63,86%	55,90%	0,7399
Median	80,00%	79,50%	83,50%	75,00%	60,00%	61,00%	
N	41	46	23	38	14	162	

Tab. B-30: Sicherheitenquote differenziert nach Branchen

¹²²⁷ Bei dieser Frage wurden die Beantwortenden aufgefordert, die drei wichtigsten Sicherheitenarten des Kunden anzukreuzen. Die Frage wurde dann als beantwortet betrachtet, wenn zumindest eine Sicherheit angekreuzt wurde. Die detaillierten Werte können dem Anhang 2, Tab. AN 2-4 entnommen werden.

¹²²⁸ Warum Dienstleistungsunternehmen in 18,52% der Fälle und somit überdurchschnittlich häufig „sonstige Sicherheiten“ stellen, ist aus Sicht des Autors nicht nachvollziehbar.

	Produktion	Handel	Dienstlftg.	Bau	Sonstiges	Gesamt	Kruskal-Wallis
GRUNDS	60,00%	73,68%	66,67%	63,04%	43,75%	64,29%	0,2310
BÜRG	54,00%	42,11%	14,81%	39,13%	31,25%	39,80%	0,0189
SÜ	38,00%	26,32%	14,81%	23,91%	25,00%	27,04%	0,2542
FORD_AB	20,00%	21,05%	7,41%	19,57%	6,25%	17,35%	0,3845
VERPFÄ	14,00%	15,79%	14,81%	10,87%	18,75%	14,29%	0,9372
SONST	6,00%	3,51%	18,52%	0,00%	0,00%	5,10%	0,0084
N	50	57	27	46	16	196	

Tab. B-31: Sicherheitenart differenziert nach Branchen

Die Vermutung, dass der Anteil von Bürgschaften nicht von der Branche, sondern vielmehr von der Rechtsform abhängt, konnte nicht bestätigt werden. Es wurde vermutet, dass bei Kapitalgesellschaften die Stellung von Sicherheiten, insbesondere von Bürgschaften, nahezu obligatorisch ist und dass die persönliche Haftung bei einer Personengesellschaft eher zu einer Reduktion der Sicherheitenquote führt. In der vorliegenden Datenbasis konnten keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Kapital- und Nicht-Kapitalgesellschaften hinsichtlich der Sicherheitenquote und der Sicherheitenart (vgl. Tab. B-32 und Abb. B-14) festgestellt werden. Die Sicherheitenquote ist bei Nicht-Kapitalgesellschaften sogar ca. 7 Prozentpunkte größer als bei Kapitalgesellschaften. Eine Erklärung für die fehlende Signifikanz der Gruppenunterschiede könnte folgender Zusammenhang sein: Die Hereinnahme von Sicherheiten bewirkt eine Vorrangigkeit bei der Befriedigung der Ansprüche im Insolvenzfall. Insofern ist die Stellung von Sicherheiten möglicherweise unabhängig von der Rechtsform.

	Kapitalgesellschaft	Nicht-Kapitalgesellschaft	Kolmogorov-Smirnov
Mittelwert	53,26%	60,05%	0,5174
Median	60,00%	73,00%	
N	130	83	

Tab. B-32: Sicherheitenquote differenziert nach Rechtsform

In der Literatur finden sich hinsichtlich der Sicherheitenstellung verschiedene Ansätze. Zum einen wird argumentiert, dass Sicherheiten als Signalling-Instrument fungieren und somit gute Unternehmen mehr Sicherheiten stellen, um das Adverse Selection-Problem zu überwinden. Zum anderen wird argumentiert, dass Sicherheiten zur Vermeidung von Moral Hazard dienen und negative Anreize reduzieren sollen.¹²²⁹ In Tab. B-33 wird gezeigt, dass in der vorliegenden Datenbasis die Sicherheitenquote bei

¹²²⁹ Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel A.4.3.1.3 bzgl. der Annahmen in den theoretischen Modellen sowie Kapitel A.4.3.2.2 zu den Erkenntnissen in den empirischen Studien.

Unternehmen mit einer größeren Ausfallwahrscheinlichkeit statistisch und ökonomisch signifikant höher ist als bei Unternehmen mit einer niedrigen Ausfallwahrscheinlichkeit.¹²³⁰

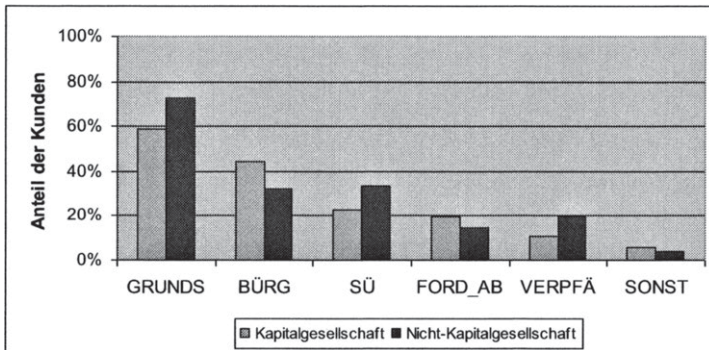


Abb. B-14: Sicherheitenart differenziert nach Rechtsform¹²³¹

	Ausfallwahrscheinlichkeit		Kolmogorov-Smirnov
	Kleiner 0,5%	Größer gleich 0,5%	
Mittelwert	50,72%	63,56%	0,0049
Median	53,00%	80,00%	
N	127	86	

Tab. B-33: Sicherheitenstellung differenziert nach Ausfallwahrscheinlichkeit

Dieser Zusammenhang spiegelt sich auch in der Einschätzung der Firmenkundenbetreuer wider. Auf die Frage, ob bonitätsmäßig gute oder bonitätsmäßig schlechte Kunden tendenziell mehr Sicherheiten stellen, antworteten 70,23%, dass bonitätsmäßig schlechte Kunden mehr Sicherheiten stellen (vgl. Abb. B-15). Somit findet gemäß der Auswertung in Bezug auf die Ausfallwahrscheinlichkeit und gemäß der Beurteilung der Firmenkundenbetreuer eher der Ansatz Anwendung, dass Sicherheiten zur Überwindung von Moral Hazard-Problemen dienen.¹²³²

¹²³⁰ Aufgrund der Tatsache, dass die Sicherheitenquote nicht normalverteilt ist, wurde ausschließlich ein nicht-parametrischer Test zur Prüfung von Gruppenunterschieden verwendet. Die Schiefe und Kurtosis kann dem Anhang 2, Tab. AN 2-3 entnommen werden.

¹²³¹ Die detaillierten Werte können dem Anhang 2, Tab. AN 2-5 entnommen werden.

¹²³² Aus Praxissicht spiegelt sich darin vermutlich auch der Wunsch nach höheren Verwertungserlösen wider.

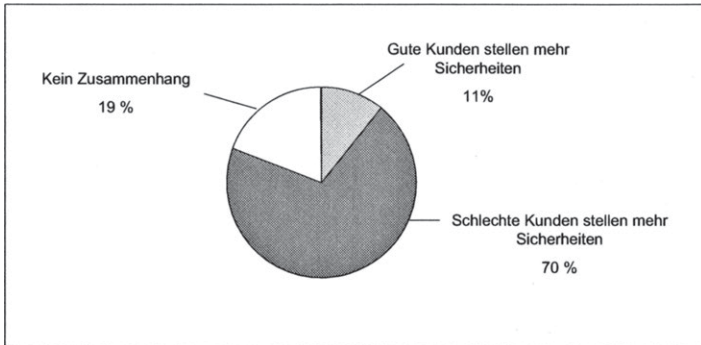


Abb. B-15: Einschätzung der Firmenkundenbetreuer zum Zusammenhang zwischen der Bonität des Kunden und der Höhe der Sicherheitenstellung

Fast jedes zehnte Unternehmen befand sich in den vergangenen Jahren oder befindet sich gegenwärtig in der Intensivbetreuung. Bei 15,67% der Unternehmen ist es in den vergangenen drei Jahren zu Kreditlehnungen (ABL_KRED_VER) bzw. zu teilweisen Kreditlehnungen (PAR_KRED_VER), z.B. in Form von Volumensreduktionen, gekommen.¹²³³ Bei 11,98% der Unternehmen würde der Firmenkundenbetreuer heute keine Kreditausweitung ermöglichen. Diese Erkenntnisse deuten daraufhin, dass in der bestehenden Datenbasis bei vielen Kunden Liquiditätsbeschränkungen in der Vergangenheit bestanden bzw. gegenwärtig weiterhin bestehen. Die Klärung der Einflussfaktoren in Bezug auf die Kreditverfügbarkeit ist für diese Kunden somit von erheblicher Bedeutung.

	Nein	Ja	Unbekannt
INT_BET	89,40%	9,68%	0,92%
ABL_KRED_VER	88,94%	10,14%	0,92%
PAR_KRED_VER	90,78%	7,83%	1,38%
AUS_KRED_HEU	11,98%	81,57%	5,53%

Tab. B-34: Kreditlehnungen

Während zuvor die Kreditverfügbarkeit in der Form untersucht wurde, ob es hinsichtlich der Volumen oder der grundsätzlichen Bereitstellung Unterschiede gibt, stellt auch die Dauer der Kreditbewilligung aus Kundensicht eine entscheidende Größe dar. Zwar haben 48,34% der Firmenkundenbetreuer angegeben, dass die Kreditbewilligung durchschnittlich lange gedauert hat, so haben gleichzeitig aber immerhin 9,00% eine erheblich schnellere Bewilligung angegeben.

¹²³³ Da es bei einigen Kunden sowohl vollständige als auch partielle Kreditlehnungen gab, entspricht die Summe der beiden Anteile für ABL_KRED_VER und PAR_KRED_VER in Tab. B-34 nicht dem Wert von 15,67%.

	N	Prozent	Kumulierte Prozent
Viel schneller	19	9,00%	9,00%
Schneller	75	35,55%	44,55%
Durchschnittlich	102	48,34%	92,89%
Langsamer	12	5,69%	98,58%
Deutlich langsamer	3	1,42%	100,00%
Gesamt	211	100,00%	

Tab. B-35: Dauer der Kreditbewilligung

Während bisher primär die beobachtbaren und klassischen beziehungsbezogenen Variablen der Kunde-Bank-Beziehung untersucht wurden, stehen im nächsten Kapitel verhaltenswissenschaftliche Aspekte im Vordergrund. Basis bilden hier die subjektiven Beurteilungen der Firmenkundenbetreuer.

1.2.3 Beschreibung der Kunde-Bank-Beziehung aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive

Eine zentrale Fragestellung im Rahmen der Studie betrifft die Analyse des Vertrauensverhältnisses zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem Ansprechpartner des Unternehmens. Die Firmenkundenbetreuer wurden gebeten, ihr Vertrauen in den Kunden einzuschätzen. Während drei Viertel der Firmenkundenbetreuer angegeben haben, dass sie ein hohes Vertrauen in den Ansprechpartner haben, so hat immerhin ein Viertel nur ein geringeres bzw. mittleres Vertrauen.

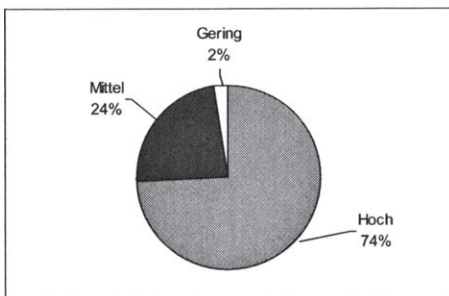


Abb. B-16: Beurteilung des Vertrauensverhältnisses

In Kapitel A.5.2.3.1 wurde gezeigt, dass es sich bei dem Phänomen Vertrauen nicht um ein eindimensionales, sondern um ein vielschichtiges Konstrukt handelt. Ferner wurden in Kapitel A.5.2.3.2 die unterschiedlichen Facetten des Konstruktes Commitment herausgearbeitet. Um diese Vielschichtigkeit der beiden Konstrukte adäquat abzubilden, wurden in der Befragung 25 Fragen zu diesen verhaltenswissenschaftlichen Konstrukten gestellt, wobei die Bewertung nach dem Schulnotensystem erfolgte

und eine „Eins“ den besten und eine „Sechs“ den schlechtesten Wert darstellt. Bei den Fragen wurden Ratingskalen verwendet, so dass bei den deskriptiven Auswertungen der Mittelwert herangezogen werden kann. Hintergrund ist die Annahme, dass es sich um intervallskalierte Daten handelt.¹²³⁴

Bei fast allen Fragen wurde die 6er-Skala vollständig ausgenutzt. Der Effekt der *Zentralen Tendenz (Tendenz zur Mitte)*, welcher besagt, dass Urteilsobjekte im mittleren Bereich der Urteilsskala eingestuft und extreme Ausprägungen vermieden werden,¹²³⁵ ist somit nicht oder höchstens in Ansätzen eingetreten. Es sind deutliche Unterschiede in den Lageparametern festzustellen. So weist die Frage, inwiefern sich der Ansprechpartner stets auf dem neuesten Stand in Bezug auf Brancheninformationen befindet (BRANCHINFO), mit einem Mittelwert von 1,5787 mit Abstand den besten Wert auf, allerdings dicht gefolgt von der Frage, ob der Kunde bei Unzufriedenheit mit der Bank oder dem Firmenkundenbetreuer zunächst den Firmenkundenbetreuer direkt kontaktieren würde (PERS_KONT_UNZU) (Mittelwert: 1,8148). Bei der Frage, inwiefern der Kunde die Bankverbindung leicht wechseln könne, da er z.B. ohnehin mehrere Beziehungen hat oder sich in einer guten wirtschaftlichen Lage befindet (WECHS_BANK), beträgt der Mittelwert der Antworten 4,0737.

Auf eine weitergehende Analyse dieser Daten wird an dieser Stelle verzichtet, um nicht den Auswertungen zur Hypothesenprüfung vorzugreifen, da es sich bei diesen Auswertungen um ein zentrales Element handelt. Um die Dimensionen der Konstrukte Vertrauen und Commitment abzubilden, erfolgt im weiteren Verlauf der Arbeit eine Verdichtung der Rohdaten.¹²³⁶

¹²³⁴ Vgl. Bühner (2004), S. 78.

¹²³⁵ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel B.1.1.2.

¹²³⁶ Vgl. Kapitel B.3.2.

	Mittelwert	Median	Standard- abweichung	Minimum	Maximum
VERLÄSS_INF	1,9535	2	0,8303	1	6
EINHALT_ABS	1,9493	2	0,9585	1	5
VERLÄSS_ENT	2,1014	2	0,8044	1	5
QUAL_MA	2,1250	2	0,9636	1	6
NICHT_NACHTEIL	1,9631	2	0,9172	1	5
ERWAR_VERSTÄ	2,7189	2	1,4686	1	6
RECHT_INFO	2,2350	2	0,9790	1	6
VERTMITT_KUND	3,4259	3	1,5977	1	6
WECHS_BANK	4,0737	5	1,5940	1	6
INFO_NEU_BANK	3,2304	3	1,6051	1	6
VERTR_AKT_BANK	3,3594	3	1,6273	1	6
OFF_ERLÄUT	1,9808	2	1,1119	1	6
BRANCHINFO	1,5787	1	0,7736	1	5
KENNT_BWL	2,6372	2	1,4941	1	6
STELL_UNANG_FORD	2,1713	2	1,1011	1	6
INKAUF_FORM_TÄT	3,0000	3	1,5039	1	6
PERS_KONT_UNZU	1,8148	2	0,9216	1	5
INKAUF_UNAN	2,5990	2	1,4906	1	6
FREUND_BEZ	2,6512	2	1,4320	1	6
WICHT_WECH_FKB	3,0926	3	1,3845	1	6
WICHT_PERS_KON	2,4306	2	1,1553	1	6
KEIN_BANK_WE	2,6884	2	1,2269	1	6
ANGEN_ZSARB	2,4306	2	1,1226	1	6
UNT_GEN_ID	2,6326	2	1,5131	1	6
UNT_GP	3,2140	3	1,3537	1	6

Tab. B-36: Auswertung der verhaltenswissenschaftlichen Fragen

1.2.4 Hausbankbeziehung

Im Kapitel A.4.1 wurde die Hausbank als Besonderheit des deutschen Finanzsystems herausgearbeitet. Aufgrund der herausragenden Bedeutung der Hausbankbeziehung sowie aufgrund der Ähnlichkeit zum Konzept des Relationship Banking sollen in diesem Kapitel einige zentrale Erkenntnisse dargestellt werden. Der Indikator „Hausbank“ sollte nicht endogen aus den erhobenen Daten konstruiert, sondern unbeeinflusst von theoretisch erwarteten Eigenschaften berücksichtigt werden.¹²³⁷ Zu diesem Zweck wurde eine Selbsteinschätzung des Firmenkundenbetreuers erfragt. Sofern der bloße Hausbankstatus mit ökonomischen Konsequenzen verbunden ist – so wie es Gegenstand der Untersuchung von ELSAS war –, ist es notwendig, dass sich die Beteiligten

¹²³⁷ Vgl. Elsas (2001), S. 96.

auch über die bestehende Hausbankbeziehung bewusst sind.¹²³⁸ Auch wenn die Analyse der Konsequenzen nicht im Fokus der vorliegenden Studie steht, erscheint diese Vorgehen auch für diese Auswertung sinnvoll.

	N	Prozent
Nein	48	22,12%
Ja	168	77,42%
Unbekannt	1	0,46%
Gesamt	217	100,00%

Tab. B-37: Anteile der Hausbankbeziehungen

Bei 77,42% der untersuchten Bankverbindungen handelt es sich gemäß Einschätzung des Firmenkundenbetreuers um Hausbankbeziehungen. Ein Firmenkundenbetreuer hat angegeben, dass ihm der Hausbankstatus „Unbekannt“ sei. In den verbleibenden 22,12% handelt es sich um Nicht-Hausbankbeziehungen.

Als zentrale Merkmale der Hausbankbeziehung wurden in Kapitel A.4.1 die im Folgenden beschriebenen Kennzeichen herausgearbeitet. Im Vergleich zu den Konkurrenzbanken hat die Hausbank einen relativ großen, häufig dominanten Anteil an der Kreditfinanzierung des Unternehmens und wickelt darüber hinaus die meisten sonstigen Finanzdienstleistungen des Unternehmens ab.¹²³⁹ In der durchgeführten Studie kann dies dahingehend bestätigt werden, als dass die relativen Anteile der Finanzierung durch die befragte Bank in Bezug auf die gesamte Finanzierung des Unternehmens bei den Hausbankverbindungen deutlich größer als bei Nicht-Hausbankverbindungen sind. Wie aus Tab. B-38 ersichtlich, betrifft dies sowohl den Anteil der langfristigen als auch der gesamten Finanzierung des jeweiligen Instituts im Verhältnis zur Bilanzsumme des Unternehmens (VERB_EIG_LANG_R, VERB_EIG_R). Ferner ist aber auch der relative Anteil der jeweiligen Bank an der gesamten Bankfinanzierung ökonomisch und statistisch signifikant größer (ANT_VERB_EIG_LANG, ANT_VERB_EIG_KURZ, ANT_VERB_EIG_GES). So beträgt der Anteil der Finanzierung des befragten Instituts an der gesamten Bankfinanzierung 62,20% bei Hausbankverbindungen und 24,67% bei Nicht-Hausbankverbindungen. Grundlage für diese Daten sind die in der Bankanwendung, in der Regel durch Mitarbeiter der Marktfolge und nicht durch die Firmenkundenbetreuer erfassten Werte. Diese Daten wurden im Rahmen einer Bilanzanalyse des Kunden losgelöst von dieser Befragung im Banksystem hinterlegt.

¹²³⁸ Vgl. Elsas (2001), S. 96.

¹²³⁹ Vgl. Arbeitskreis (1988), S. 741, Fischer (1990), S. 3, Elsas (2001), S. 12 sowie Kapitel A.4.1.

	Nicht-Hausbankbeziehung		Hausbankbeziehung		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
KASSE_R	4,87	1,2	10,13	4,1	0,0101	0,0045
VERB_KI_LANG_A	1.096,71	118,4	428,33	103,0	0,0787	0,4582
VERB_KI_KURZ_A	308,13	105,7	267,59	36,4	0,7276	0,0589
KASSE_A	182,80	16,5	218,06	44,0	0,6726	0,0439
DEBZIEL	41,00	34,0	31,83	27,3	0,0404	0,0858
GESAMTRENT	3.649,78 ¹²⁴⁰	8,0	13,82	9,3	0,0615	0,8392
KREDZIEL	128,03	62,4	105,84	38,3	0,7094	0,0149
UMHANDEL	18,24	9,3	41,74	9,8	0,0262	0,6188
UMIND	316,22	9,0	377,20	26,2	0,8017	0,0478
VERB_EIG_LANG_R	3,53	0,0	15,76	4,8	0,0011	0,0001
VERB_EIG_R	7,93	3,9	23,02	9,1	0,0025	0,0003
ANT_VERB_EIG_LANG	18,06	0,0	67,66	79,9	0,0000	0,0000
ANT_VERB_EIG_KURZ	35,34	28,6	58,18	84,9	0,0052	0,0012
ANT_VERB_EIG_GES	24,67	13,8	62,20	69,3	0,0002	0,0000
VERB_EIG_LANG_A	64,12	0,0	212,44	43,2	0,0225	0,0010
VERB_EIG_KURZ_A	46,95	12,3	72,62	0,0	0,2121	0,4861
VERB_EIG_A	111,07	27,6	285,05	97,3	0,0252	0,0106

Tab. B-38: Vergleich der Finanzkennzahlen und Finanzierungsstrukturen bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen¹²⁴¹

Vergleichbare Unterschiede zeigen sich bei den Angaben der Firmenkundenbetreuer, welche in Tab. B-39 dargestellt sind. Sowohl der geschätzte Anteil der gesamten Finanzierung des befragten Instituts (ANT_BANK_IN) als auch der Anteil des Zahlungsverkehrs, der beim befragten Institut abgewickelt wird (ANT_ZV), ist ökonomisch und statistisch signifikant größer. Die Unterscheidung nach im System erfassten Werten und der Einschätzung des Firmenkundenbetreuers ist insofern interessant, als dass möglicherweise Unterschiede zwischen dem tatsächlichen Anteil der Finanzierung und dem durch den Firmenkundenbetreuer geschätzten Anteil der Finanzierung durch die Bank existieren. Bei Hausbankverbindungen liegt der geschätzte Wert mit 77,73% deutlich über dem systemseitig, im Rahmen der Jahresabschlussanalyse hinterlegten Wert von 62,20%. Ursächlich können hier Fehleinschätzungen des Firmenkundenbetreuers sein. Der Timelag zwischen dem Zeitpunkt der Erfassung und dem Zeitpunkt der Einschätzung durch den Firmenkundenbetreuer erklärt zwar auf Einzel-

¹²⁴⁰ In der Datenbasis ist ein Ausreißer enthalten. Werden ausschließlich Unternehmen mit einer Gesamtkapitalrentabilität von weniger als 150% berücksichtigt, so beträgt der Mittelwert 10,41%.

¹²⁴¹ In dieser erfolgt nur ein Ausweis der Kennzahlen, die zumindest bei einem der beiden Tests auf dem 10%-Niveau signifikante Unterschiede aufweisen. Für eine vollständige Abbildung der Finanzkennzahlen vgl. Anhang 2, Tab. AN 2-6. Für eine vollständige Abbildung der beziehungsbezogenen Parameter vgl. Anhang 2, Tab. AN 2-7.

kundenebene Abweichungen, aber nicht die systematische Abweichung im Gesamtbestand. Ferner ist auch der Anteil der Produktnutzung im Bereich der Vermögensanlage und Versicherungen sowie der Anteil der bei der befragten Bank unterhaltenen Privatkonten bei Hausbankbeziehungen deutlich größer.

	Nicht-Hausbankbeziehung		Hausbankbeziehung		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
GES_KREDIT	268,93	102,26	556,25	249,97	0,0108	0,0064
ANT_ZV	24,91	20,0	82,63	90,0	0,0000	0,0000
ANT_BANK_IN	22,75	20,0	77,73	90,0	0,0000	0,0000
MITGLIED	0,58	1,0	0,73	1,0	0,0436	0,3590
DARL	0,48	0,0	0,78	1,0	0,0000	0,0019
VERM_ANL	0,17	0,0	0,61	1,0	0,0000	0,0000
VERSICH	0,29	0,0	0,50	0,0	0,0152	0,0214
PRIVATKONT	0,50	0,5	0,80	1,0	0,0000	0,0030

Tab. B-39: Vergleich der Produktnutzung bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen¹²⁴²

Die höhere Produktnutzung spiegelt sich auch in der im deutlich größeren Anzahl an qualifizierten Beratungsgesprächen und „sonstigen Kontakten“ pro Jahr bei Hausbankbeziehungen von 3,05 bzw. 12,89 zu 1,90 bzw. 5,79 bei Nicht-Hausbankbeziehungen wider (vgl. hier zu Spalte Mittelwert in Tab. B-40). Ein weiteres wesentliches Merkmal von Hausbankbeziehungen ist deren langfristige Natur.¹²⁴³ Hinsichtlich der Dauer der Beziehung zwischen Bank und Unternehmen sowie der Dauer der Beziehung zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem Unternehmen konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Haus- und Nicht-Hausbankverbindungen identifiziert werden. So beträgt die durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehung 19,87 Jahre bei Hausbanken und 17,35 Jahre bei Nicht-Hausbanken. Des Weiteren ist die Besicherungsquote bei Hausbankbeziehungen mit 61,91% im Vergleich zu 36,00% deutlich größer. Dies entspricht den empirischen Ergebnissen von DEGRYSE/VAN CAYSEELE.¹²⁴⁴

¹²⁴² In dieser Tabelle erfolgt nur ein Ausweis der Kennzahlen, die zumindest bei einem der beiden Tests auf dem 10%-Niveau signifikante Unterschiede aufweisen. Für eine vollständige Abbildung der beziehungsbezogenen Parameter vgl. Anhang 2, Tab. AN 2-7.

¹²⁴³ Vgl. Elsas (2001), S. 12 sowie Kapitel A.4.1.

¹²⁴⁴ Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 23.

	Nicht-Hausbankbeziehung		Hausbankbeziehung		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
ANZ_BER_J	1,90	2,0	3,05	3,0	0,0000	0,0001
ANZ_KONT_J	5,79	5,0	12,89	10,0	0,0086	0,0002
DAU_BEZ_ERR	17,35	16,5	19,87	20,0	0,1813	0,6653
DAU_PERS_ERR	10,58	5,0	7,43	6,0	0,5990	0,5309
ANZ_B_AGG	2,72	2,5	2,07	2,0	0,0001	0,0040
SICH_Q	36,00	40,0	61,91	73,0	0,0001	0,0001

Tab. B-40: Vergleich der Beratungsgespräche und der Besicherung bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen

Auch hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit lassen sich signifikante Unterschiede feststellen. Bei Nicht-Hausbankbeziehungen ist es in 19,15% der Unternehmen in der Vergangenheit zu Kreditlehnungen gekommen, verglichen mit nur 7,78% bei Hausbankbeziehungen (vgl.

Abb. B-17). Während bei den bestehenden Hausbankbeziehungen 10,00% der Firmenkundenbetreuer nicht bereit waren, dem Kunden zusätzliche Kredite zu geben, beträgt dieser Anteil bei Nicht-Hausbankbeziehungen immerhin 23,81%.¹²⁴⁵ Ferner ist auch die Dauer der Kreditbewilligung bei Hausbankbeziehungen gemessen anhand einer Ordinalskala auf dem 5%-Niveau statistisch signifikant niedriger als bei Nicht-Hausbankbeziehungen (Tab. B-41).¹²⁴⁶ Dies ist somit ein erstes Indiz der Bestätigung für die von ELSAS häufig angeführte Liquiditätsversicherungsfunktion der Hausbank.¹²⁴⁷

Ein weiteres wesentliches Merkmal von Hausbankbeziehungen ist das häufig vorzufindende besondere Vertrauensverhältnis.¹²⁴⁸ In die Befragung wurde eine Kontrollvariable zur Erhebung des Vertrauens eingeführt. Die fundierte Operationalisierung des Vertrauenskonstruktes, d.h. unter Berücksichtigung der verschiedenen Dimensionen sowie der verschiedenen Ebenen der Organisation und der Person, erfolgt an späterer Stelle.¹²⁴⁹ Während bei Hausbankbeziehungen 81,33% der Befragten das Vertrauen zum Unternehmen als hoch eingestuft haben, betrug dieser Anteil bei Nicht-Hausbankbeziehungen nur 50,00% (vgl. Tab. B-42). Die Unterschiede sind auf Basis des Mann-Whitney-U-Tests auf dem 1%-Niveau signifikant.

¹²⁴⁵ Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurde hier die Inverse der Variablen AUS_KRED_HEU_EUN abgebildet. Während die Variable AUS_KRED_HEU_EUN den Anteil der Kunden ausdrückt, die gegenwärtig vom Firmenkundenbetreuer einen Kredit bekommen würden, wurde in der Grafik der Anteil der Kunden abgetragen, die gegenwärtig vom Firmenkundenbetreuer keinen Kredit bekommen würden. Die detaillierten Werte können dem Anhang 2, Tab. AN 2-8 entnommen werden.

¹²⁴⁶ Die Prüfung erfolgte anhand eines Mann-Whitney-U-Tests. Der Signifikanzwert beträgt 0,0381.

¹²⁴⁷ Vgl. Elsas (2001), S. 23 ff.

¹²⁴⁸ Vgl. Elsas (2001), S. 12 sowie Kapitel A.4.1.

¹²⁴⁹ Vgl. hierzu Kapitel B.3.2.

Auch die Analyse der detaillierten verhaltenswissenschaftlichen Parameter zeigt, dass signifikante Unterschiede hinsichtlich der Ausgestaltung der Geschäftsbeziehung bestehen. Mit Ausnahme der beiden Parametern ERWAR_VERSTÄ¹²⁵⁰ und KENNT_BWL¹²⁵¹ weisen alle Parameter im arithmetischen Mittel niedrigere und somit bessere Werte auf. Die beiden Variablen drücken aus, inwiefern die Bank bei Problemen Verständnis vom Kunden erwarten kann bzw. inwiefern der Ansprechpartner umfangreiche Kenntnisse im betriebswirtschaftlichen Bereich hat. Die Unterschiede bei diesen Variablen sind aber weder ökonomisch groß noch statistisch signifikant. Die Unterschiede bei den anderen Parametern sind vielfach auf dem 1%-Niveau bzw. 5%-Niveau signifikant und, wie die Werte in der Spalte Mittelwertdifferenz in Tab. B-43 zeigen, auch bedeutsam.

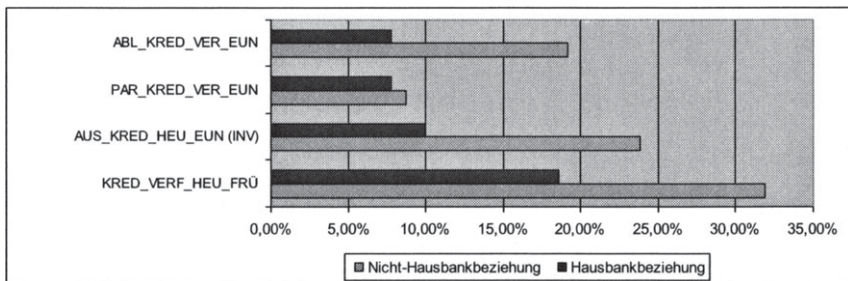


Abb. B-17: Kreditverfügbarkeit differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen¹²⁵²

¹²⁵⁰ Die Variable basiert auf nachstehender, durch den Firmenkundenbetreuer einzuschätzender Aussage: „Wenn wir dem Unternehmen von aufgetretenen Problemen berichten (z.B. Bearbeitungsfehler, Falschbuchungen, Verzögerungen im Zahlungsverkehr), können wir kein Verständnis von diesem Unternehmen erwarten.“

¹²⁵¹ Die Variable basiert auf nachstehender, durch den Firmenkundenbetreuer einzuschätzender Aussage: „Mein Ansprechpartner hat nur geringe Kenntnisse im betriebswirtschaftlichen Bereich (z.B. Interpretation von Bilanzkennzahlen, Erstellung von Plänen, Interpretation der Controllingdaten).“ Bei der Codierung wurde die Skala der Variable gedreht, so dass ein niedriger Wert gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse bedeutet.

¹²⁵² Bei diesem Vergleich der Gruppenunterschiede wurde eine korrigierte Variable verwendet, bei der ausschließlich die Antworten „Ja“ und „Nein“ berücksichtigt worden sind, die Antwort „Unbekannt“ wurde ausgeschlossen. Die Anzahl der bei dieser Auswertung berücksichtigten Werte liegt somit geringfügig unter der Anzahl der insgesamt gegebenen Antworten. Während die Variable AUS_KRED_HEU_EUN die Möglichkeit der Kreditausweitung darstellt, stellen die anderen Variablen Kreditablahnungen dar. Aus Gründen der Vergleichbarkeit in der Grafik wurde Variable AUS_KRED_HEU_EUN invertiert (AUS_KRED_HEU_EUN (INV)). Zu den Auswertungsdetails vgl. auch Anhang 2, Tab. AN 2-8.

	Nicht-Hausbankbeziehung		Hausbankbeziehung	
	Prozent	Kum. Prozent	Prozent	Kum. Prozent
Viel schneller	4,35%	4,35%	10,37%	10,37%
Schneller	28,26%	32,61%	37,80%	48,17%
Durchschnittlich	56,52%	89,13%	45,73%	93,90%
Langsamer	8,70%	97,83%	4,88%	98,78%
Deutlich langsamer	2,17%	100,00%	1,22%	100,00%
N	46		164	

Tab. B-41: Dauer der Kreditbewilligung differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen

	Nicht-Hausbankbeziehung	Hausbankbeziehung
Hoch	50,00%	81,33%
Mittel	43,75%	17,47%
Gering	6,25%	1,20%
Gesamt	100,00%	100,00%
N	48	168

Tab. B-42: Vertrauen bei Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen

Im theoretischen Teil der Arbeit wurde gezeigt, dass u.a. der Informationsvorsprung der Hausbank gegenüber den Outside-Banken eine Bindung des Unternehmens an die Bank erklären kann.¹²⁵³ Auch wenn dieses nicht zentraler Untersuchungsgegenstand ist, bestätigt die Untersuchung, dass die Hausbank einen Informationsvorsprung hat, der es dem Unternehmen erschwert, einen Bankwechsel durchzuführen. Zur Überprüfung des Informationsvorsprungs wurden die Teilnehmer aufgefordert, die Aussage „Das Unternehmen müsste der neuen Bank zunächst deutlich umfangreichere Informationen liefern als uns, da wir das Unternehmen bereits gut kennen.“ (INFO_NEU_BANK) auf einer Skala von 1 bis 6 zu bewerten, wobei 1 den besten Wert darstellt. Die Aussage wurde bei Hausbanken mit einer Note von 3,1 und bei Nicht-Hausbanken mit einer Note von 3,7 bewertet (vgl. Tab. B-43).¹²⁵⁴

¹²⁵³ Vgl. Fischer (1990), S. 68.

¹²⁵⁴ Fischer hat zu diesem Thema Interviews bei Banken durchgeführt. Mit einer Ausnahme waren alle interviewten Banken der Auffassung, dass sich die Voraussetzungen für eine qualitative Risikobeurteilung im Laufe der Kreditbeziehung aufgrund der nachstehenden Effekte verbessern: 1. Die Beurteilungsmöglichkeit der Qualität des Managements im Allgemeinen sowie der Zuverlässigkeit der vom Management abgegebenen Prognosen hinsichtlich Umsatzentwicklung im Speziellen verbessert sich. 2. Eine genauere Interpretation der Jahresabschlüsse, z.B. hinsichtlich der genutzten Ansatz- und Bewertungswahlrechte, ist aufgrund von längeren Zeitreihen möglich. 3. Die Erfahrungen aus dem bisherigen Zahlungsverkehr des Kunden liefern wichtige Informationen. Gleichzeitig gibt die Beurteilung der Kreditüberwachung insgesamt aber auch Hinweise, dass die im Rahmen einer langfristigen Kreditbeziehung gewonnenen Zusatzinformationen möglicherweise für die Bindung des Unternehmens an die Bank weniger bedeutsam sind. Vgl. Fischer (1990), S. 68.

	Nicht-Hausbank-beziehung		Hausbank-beziehung		Signifikanz		Mittelwert-differenz
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov	
VERLÄSS_INF	2,2128	2	1,8743	2	0,0131	0,5629	0,3385
EINHALT_ABS	2,2500	2	1,8631	2	0,0135	0,1706	0,3869
VERLÄSS_ENT	2,2500	2	2,0536	2	0,1514	0,7261	0,1964
QUAL_MA	2,2500	2	2,0838	2	0,3010	0,9885	0,1662
NICHT_NACHTEIL	2,3333	2	1,8512	2	0,0044	0,1027	0,4821
ERWAR_VERSTÄ	2,6667	2	2,7262	2	0,8005	0,9999	-0,0595
RECHT_INFO	2,7708	3	2,0774	2	0,0000	0,0210	0,6934
VERTMITT_KUND	4,4167	5	3,1377	3	0,0000	0,0003	1,2790
WECHS_BANK	4,5000	5	3,9464	4	0,0316	0,1573	0,5536
INFO_NEU_BANK	3,7083	4	3,0952	3	0,0137	0,1706	0,6131
VERTR_AKT_BANK	4,0625	3,5	3,1488	3	0,0008	0,0119	0,9137
OFF_ERLÄUT	2,4000	2	1,8580	2	0,0036	0,2508	0,5420
BRANCHINFO	1,6667	1	1,5509	1	0,3628	0,9869	0,1158
KENNT_BWL	2,6042	2	2,6325	2	0,9088	0,9085	-0,0283
STELL_UNANG_FORD	2,5417	2	2,0599	2	0,0073	0,1906	0,4818
INKAUF_FORM_TÄT	3,0638	3	2,9701	2	0,7167	1,0000	0,0937
PERS_KONT_UNZU	1,8958	2	1,7725	2	0,4533	1,0000	0,1233
INKAUF_UNAN	2,9318	2	2,5092	2	0,1113	0,5252	0,4226
FREUND_BEZ	3,1277	3	2,5150	2	0,0094	0,1149	0,6127
WICHT_WECH_FKB	3,6875	4	2,9162	3	0,0014	0,0020	0,7713
WICHT_PERS_KON	2,9167	3	2,2874	2	0,0008	0,1536	0,6293
KEIN_BANK_WE	3,2500	3	2,5181	2	0,0005	0,0025	0,7319
ANGEN_ZSARB	2,9375	3	2,2814	2	0,0013	0,0765	0,6561
UNT_GEN_ID	3,5106	3	2,3832	2	0,0000	0,0007	1,1274
UNT_GP	4,0638	4	2,9760	3	0,0000	0,0001	1,0878

Tab. B-43: Verhaltenwissenschaftliche Aspekte bei Nicht-Haus- vs. Hausbank-beziehungen

In Bezug auf Unterschiede zwischen Haus- und Nicht-Hausbankbeziehungen lässt sich resümieren, dass in der Studie die wesentlichen, im theoretischen Teil der Arbeit hervorgehobenen Unterschiede bestätigt werden.¹²⁵⁵ So ist der Anteil an der Finanzierung sowie der Anteil am Zahlungsverkehr des Kunden bei der Hausbank höher. Ferner ist die Produktdurchdringung bei Hausbanken größer. Schließlich konnte auch die Liquiditätsversicherungsfunktion der Hausbank bestätigt werden. Abschließend wurde auch das besondere Vertrauensverhältnis zwischen Kunde und Hausbank im vorliegenden Datensatz nachgewiesen.

¹²⁵⁵ Vgl. Kapitel A.4.1.

1.2.5 Bank- und marktbezogene Daten

Nachdem zunächst die unternehmensbezogenen und anschließend die beziehungsbezogenen Daten ausgewertet wurden, erfolgt in einem letzten Abschnitt die Auswertung der rein bankbezogenen Daten. In einem einflussreichen Modell haben BOOT/THAKOR die Auswirkungen der Wettbewerbssituation auf die Entscheidung der Bank hinsichtlich der Durchführung von Relationship Banking theoretisch modelliert.¹²⁵⁶ In diesem Modell muss unterschieden werden, ob es sich um Wettbewerb seitens des Kapitalmarktes oder seitens des Kreditmarktes, d.h. um Wettbewerb durch andere Banken, handelt.¹²⁵⁷ Die Konkurrenz anderer Banken hinsichtlich der eigenen Kunden führt tendenziell zu einer Stärkung des Relationship Banking,¹²⁵⁸ d.h. Banken nutzen Relationship Banking mit dem Ziel, sich von ihren Wettbewerbern zu differenzieren.¹²⁵⁹ Auch in dem Modell der IMP-GROUP wurde die Marktstruktur als wichtiges Element der Makro-Umwelt der Geschäftsbeziehung hervorgehoben.¹²⁶⁰ Ebenso hat FORD in seinem dynamischen Modell die Macht als eine Dimension zur Beschreibung der Geschäftsbeziehung verwendet.¹²⁶¹

Hinsichtlich der Berücksichtigung der Wettbewerbssituation gibt es in den bisherigen Studien unterschiedliche Ansätze zur Operationalisierung. ANGELINI/DI SALVO/FERRI haben verschiedene Varianten des Herfindahl-Indexes¹²⁶² in ihren Untersuchungen berücksichtigt: den Herfindahl-Index auf Grundlage der Einlagen, auf Grundlage der Darlehen und schließlich auf Grundlage der Bankstellen in Relation zur Bevölkerung.¹²⁶³ Der Ansatz von DEGRYSE/ONGENA berücksichtigt die Anzahl der Filialen der Bank in der Postleitzahlenzone des Kreditnehmers und den Herfindahl-Index auf Basis des gesamten Marktanteils der Bank, gemessen anhand der Anzahl der Filialen in der jeweiligen Postleitzahlenzone.¹²⁶⁴ Problematisch hieran ist, dass in Deutschland die regionale Bankstellendichte bezogen auf die Einwohnerzahl wenig aussagekräftig ist, da bspw. die Postbank ebenfalls berücksichtigt wird und somit jede Postfiliale als Bankstelle dient.¹²⁶⁵ Gleiches gilt für die Geschäftsstellendichte. Im Firmenkundensek-

¹²⁵⁶ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 899 ff. sowie Kapitel A.4.3.1.2.1.

¹²⁵⁷ Die Autoren betonen allerdings, dass der Terminus „Relationship Bank“ weit zu fassen ist. Dieser umfasst alle Formen einer Finanzierung, bei der spezifische Investitionen in informationsintensive Aktivitäten stattfinden, d.h. eine über das Einzelgeschäft hinausgehende Betrachtung angestrebt wird. Darunter sind dann auch z.B. Venture Capital-Finanzierungen zu verstehen. Vgl. Boot/Thakor (2000), S. 684.

¹²⁵⁸ Die Intensivierung der Relationship Banking-Aktivitäten wird ausgedrückt über das Verhältnis der Kapazitäten, die entweder für Relationship oder Transaction Lending zur Verfügung gestellt werden. Vgl. Boot/Thakor (2000), S. 704.

¹²⁵⁹ Vgl. hierzu auch Hauswald/ Marquez (2002), S. 2 oder Dell’Ariccia/ Marquez (2004), S. 187. Deren Ergebnisse stellen einen Widerspruch zu den Ergebnissen von Petersen/Rajan dar, in deren Modell gerade bei geringerem Wettbewerb eine Hausbankbeziehung mit der Wirkung einer intertemporalen Ertragsverschiebung zustande kommt. Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 411 ff.

¹²⁶⁰ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.1.

¹²⁶¹ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.2.

¹²⁶² Zur Ermittlung des Herfindahl-Indexes vgl. Kapitel A.4.3.2.2.

¹²⁶³ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936, FN 7.

¹²⁶⁴ Vgl. Degryse/Ongena (2005), S. 249.

¹²⁶⁵ Vgl. Rickes (2006), S. 155.

tor erscheint die Bankendichte als geeigneter, denn die Nähe zur nächsten Filiale ist weniger bedeutsam, da die Betreuung der Firmenkunden in der Regel nicht in den einzelnen Filialen erfolgt. Allerdings ist auch die reine Anzahl der Institute absolut gesehen wenig aussagekräftig, denn ein harter Konkurrenzkampf zu einer ortsansässigen Sparkasse kann die gleichen Auswirkungen haben wie der Konkurrenzkampf mit einer Vielzahl an anderen Banken. Ferner kann die Konkurrenz zwar im Privatkundengeschäft erheblich sein, jedoch im Firmenkundengeschäft gering. Da die Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes sowie die Abgrenzung zwischen Firmenkunden- und Privatkundengeschäft auf Basis öffentlich verfügbarer Materialien nicht sinnvoll möglich war, wurden die Firmenkundenbetreuer aufgefordert, ihre Einschätzung zu den Marktanteilen der eigenen Bank bezogen auf den subjektiv relevanten Markt anzugeben – sowohl für die Gesamtbank als auch für das Firmenkundengeschäft. Die betrachteten Institute sind hinsichtlich ihrer Marktanteile und ihrer Größe sehr heterogen (vgl. Tab. B-44). Das größte Institut ist mit einer Bilanzsumme von 4 Mrd. EUR 15-mal so groß wie das kleinste Institut.

	Einheit	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
MARKTAN_GES	%	33,9066	35,00	16,0356	3,0	80,0
MARKTAN_FK	%	36,4896	37,60	17,9942	1,0	95,0
BIL_BA	MEUR	1.107,3134	926,00	1.030,5772	283,3	3.763,8

Tab. B-44: Marktanteile und Bilanzsummen der Institute

Hinsichtlich der risikoorientierten Bepreisung haben 91,71% der Firmenkundenbetreuer geantwortet, dass selbige in ihrer Bank umgesetzt wird. Die Beantwortung innerhalb eines Instituts erfolgte nicht immer einheitlich. Dies könnte zum einen darauf zurückzuführen sein, dass gerade bei größeren Instituten die Umsetzung der risikoorientierten Bepreisung nicht in allen Geschäftsgebieten und Kundensegmenten einheitlich und zeitgleich eingeführt wurde. Zum anderen ist es aber auch denkbar, dass zwar die Vorgaben identisch sind, aber die Umsetzung durch die einzelnen Firmenkundenbetreuer einer Bank in unterschiedlichem Maße praktiziert wird.

Die Anreizstrukturen im Belohnungssystem einer Bank können dazu führen, dass selbige auf die Kreditvergabe oder -überwachung Einfluss nimmt und dass bspw. eine Verschlechterung der Kreditwürdigkeit des Kunden nicht sofort in vollem Umfang gemeldet wird, weil damit eventuell eine Wertberichtigung auf den ausstehenden Kredit verbunden wäre. Die mit einer Wertberichtigung im eigenen Verantwortungsbereich ggf. verbundenen Nachteile könnten dazu führen, dass man die Auslösung einer Wertberichtigung in der Hoffnung auf eine Besserung der Situation des Kunden hinauszögert.¹²⁶⁶ Das tatsächliche Auftreten dieses Verhaltens hängt von der konkreten

¹²⁶⁶ Vgl. Fischer (1990), S. 82.

Ausgestaltung der Entlohnungsstrukturen ab. 56,81% der Firmenkundenbetreuer gaben an, keinerlei leistungsorientierte Bezahlung zu beziehen (vgl. Tab. B-45). Bei den verbleibenden 43,19% dominiert die wertorientierte Bezahlung, die sich am jährlichen Zins-/Provisionsergebnis des Firmenkundenbetreuers orientiert (31,13%), gefolgt von der aktivitätenorientierten Bezahlung, z.B. Anzahl qualifizierter Gespräche je Jahr (20,66%). Eine volumenorientierte Vergütung erhalten 15,96% und eine wertorientierte Vergütung, die sich am Zins-/Provisionsergebnis der Bank orientiert, erhalten 9,86%.¹²⁶⁷ Innerhalb einer Bank ist der Einsatz von anreizorientierten Vergütungssystemen nicht einheitlich, was möglicherweise auf das unterschiedliche Alter und unterschiedliche Ausbildungsstände der Firmenkundenbetreuer zurückzuführen ist.

	Anteile
LEI_WERT_FKB	31,13%
LEI_WERT_BA	9,86%
LEI_VOL	15,96%
LEI_AKT	20,66%
LEI_KEIN	56,81%

Tab. B-45: Bedeutung der anreizorientierten Vergütung

Schließlich wurde auch der Ausbildungsstand der Firmenkundenbetreuer untersucht (vgl. Tab. B-46), da sich auch hieraus möglicherweise Unterschiede bezüglich des Verhaltens derselbigen ergeben können. Zwei Drittel der Firmenkundenbetreuer haben eine Bankausbildung absolviert, ca. 60% haben ein berufsbegleitendes Studium und ca. 21% ein (Fach-)Hochschulstudium abgeschlossen.

	Anteile
FBK_BANK	66,82%
FKB_BERUF_ST	60,83%
FKB_STUD	20,74%

Tab. B-46: Ausbildungsstand der Firmenkundenbetreuer

1.2.6 Zusammenfassung der Ergebnisse der deskriptiven Auswertung

Die zuvor dargestellten Ergebnisse der deskriptiven Auswertung bestätigen in großen Teilen die zu erwartenden Zusammenhänge. Hinsichtlich der Finanzkennzahlen kann konstatiert werden, dass signifikante Unterschiede zwischen Kapital- und Nicht-Kapitalgesellschaften, zwischen den verschiedenen Branchen und den verschiedenen Größenklassen vorliegen. So ist die Eigenkapitalquote bei Kapitalgesellschaften signifikant höher als bei Nicht-Kapitalgesellschaften. Bei den Branchen gibt es erhebliche

¹²⁶⁷ Die verschiedenen Vergütungssysteme können innerhalb einer Bank kombiniert zum Einsatz kommen, so dass die Gesamtsumme in Tab. B-45 größer als 100% ist.

Unterschiede hinsichtlich der Debitoren- und der Kreditorenziele. Die Unterschiede konnten im Wesentlichen auf die unterschiedliche Abnehmerstruktur bzw. Art der Umsatzerzielung – Barumsätze vs. Rechnungsstellung – zurückgeführt werden. Bei der Unterscheidung nach Größenklassen wurde aufgezeigt, dass kleine Unternehmen stärker von Bankkrediten abhängig sind als große Unternehmen.

Die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung in Bezug auf die Produktnutzung hat gezeigt, dass fast drei Viertel der Unternehmer oder Hauptgeschäftsführer die Privatkonten bei der untersuchten Bank unterhalten und dass die Produktdurchdringung relativ hoch ist. 63,78% der Unternehmen nutzen bei der jeweiligen Bank Produkte aus mindestens vier von sechs möglichen Bereichen. Hinsichtlich der Kontakthäufigkeit konnten zwar große Unterschiede bei den einzelnen Unternehmen aufgezeigt werden, allerdings konnten keine signifikanten Gruppenunterschiede für Unternehmen mit unterschiedlicher Produktnutzung, unterschiedlicher Größe oder mit unterschiedlichen Anteilen am Zahlungsverkehr identifiziert werden. Es lässt sich ferner beobachten, dass die Anzahl der Bankverbindungen mit zunehmender Unternehmensgröße steigt und dementsprechend der Anteil des betrachteten Instituts an der gesamten Kreditfinanzierung sinkt. Hinsichtlich der Sicherheitenquote kann im Vergleich zu anderen Studien festgestellt werden, dass die Quote in der vorliegenden Studie etwas größer ist, z.T. ist dies durch die unterschiedlichen Messverfahren bedingt. Innerhalb der durchgeführten Studie lassen sich zwar Unterschiede in Bezug auf die Art der Sicherheitenstellung zwischen verschiedenen Branchen und Rechtsformen erkennen, diese sind jedoch mit Ausnahme von Bürgschaften nicht signifikant. Allerdings kann gezeigt werden, dass Unternehmen mit einer schlechten Bonität und somit einer größeren Ausfallwahrscheinlichkeit mehr Sicherheiten stellen. Die Untersuchung der Kreditverfügbarkeit zeigt, dass fast jedes sechste Unternehmen in den vergangenen Jahren bereits eine vollständige oder partielle Kreditlehnung erfahren hat und dass fast jedes neunte Unternehmen heute keine weiteren Kredite mehr bekommen würde. Die Bedeutung des Problems einer fehlenden Kreditverfügbarkeit kann somit in der vorliegenden Untersuchung bestätigt werden.

Hinsichtlich der verhaltenswissenschaftlichen Parameter lässt sich konstatieren, dass für nahezu alle Parameter die komplette Bandbreite der Skala ausgenutzt wurde. Die Firmenkundenbetreuer haben durchaus auch negative Urteile abgegeben. Als besonders positiv wurde der Stand der Ansprechpartner hinsichtlich der Kenntnis der aktuellen Brancheninformationen beurteilt. Die Möglichkeit des Kunden, die Bank zu wechseln, wurde hingegen mit einem aus Kundenperspektive schlechten Durchschnittswert auf der Notenskala von 4,0737 eingestuft.

Bei dem Vergleich zwischen Nicht-Hausbank- und Hausbankbeziehungen konnten signifikante Unterschiede hinsichtlich des Anteils der Bankfinanzierung bei dem befragten Institut festgestellt werden, so war dieser Anteil bei Hausbanken deutlich größer. Der Unterschied resultiert auch aus der jeweils zugrunde gelegten Begriffsdefinition, denn der Finanzierungsanteil der jeweiligen Bank ist eines der zentralen Kriterien hinsichtlich des Hausbankverständnisses. Des Weiteren liegt die Anzahl der jährlichen Beratungsgespräche sowie der jährlichen Kontakte bei Hausbanken deutlich über dem Wert von Nicht-Hausbanken. Ferner war die Anzahl der genutzten Produkte bei Hausbankbeziehungen ebenfalls signifikant größer. Die Sicherheitenquote liegt bei Hausbanken mit 61,91% deutlich über dem arithmetischen Mittel von 36,00% bei Nicht-Hausbanken. Ferner ist die Kreditverfügbarkeit gemessen in Form von Kreditablehnungen bzw. Kreditausweitungen sowie in Form der Dauer der Kreditbewilligung bei Hausbanken deutlich höher. Bei den verhaltenswissenschaftlichen Parametern erhält der jeweilige Mittelwert im Durchschnitt eine um 0,5 Punkte bessere Note. Auf Basis der unverdichteten Daten ist zwar nur eine eingeschränkte Aussage möglich, dennoch scheint die Kunde-Bank-Beziehung aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive bei Hausbanken besser ausgestaltet zu sein.

In Bezug auf die bankbezogenen Parameter lässt sich feststellen, dass die untersuchten Banken in Hinblick auf Marktanteile gesamt und Marktanteile im Firmenkundensektor sowie in Hinblick auf die Bilanzsumme sehr heterogen sind. Aber auch innerhalb der Banken lassen sich Unterschiede in Bezug auf die Umsetzung der risikoorientierten Bepreisung konstatieren. Der Einsatz von leistungsorientierter Vergütung sowie Ausbildungsstand ist innerhalb der einzelnen Banken sehr unterschiedlich.

Nachdem bisher eine rein deskriptive Auswertung der Ergebnisse durchgeführt wurde, werden im Folgenden die Hypothesen hinsichtlich der Einflüsse der verhaltenswissenschaftlichen Parameter auf die ökonomischen Parameter geprüft. Im Kapitel A.5.2.3.3 wurden die ökonomischen Wirkungen der verhaltenswissenschaftlichen Parameter analysiert. Im nächsten Schritt werden die zu prüfenden Hypothesen aufgestellt.

2 Hypothesenbildung

2.1 Grundlagen der Hypothesenbildung

Bei der Hypothesenformulierung lassen sich wissenschaftliche und statistische Hypothesen unterscheiden. Wissenschaftliche Hypothesen beziehen sich auf reale Sachverhalte, die empirisch untersuchbar sind.¹²⁶⁸ Sie werden aus begründeten Vorannahmen oder aus Theorien abgeleitet und stellen verbale Behauptungen über kausale oder nicht-kausale Beziehungen zwischen Variablen dar.¹²⁶⁹ Es handelt sich bei den Hypothesen um Wahrscheinlichkeitsaussagen (probabilistische Aussagen), die sich durch konträre Einzelfälle prinzipiell nicht falsifizieren lassen.¹²⁷⁰ Zur Transformation in eine statistische Hypothese werden die in der wissenschaftlichen Hypothese angesprochenen Variablenbeziehungen in eine quantitative Form gebracht. Statistische Hypothesen haben die Besonderheit, dass sie stets von einem Hypothesenpaar, der sog. Alternativhypothese und der Nullhypothese, ausgehen. Die wissenschaftliche oder Forschungshypothese entspricht üblicherweise der Alternativhypothese.¹²⁷¹ Die Alternativhypothese postuliert in der Regel einen bestimmten Effekt, den die Nullhypothese negiert.¹²⁷² Bei den in den folgenden Kapiteln dargestellten Hypothesen handelt es sich um Forschungshypothesen, in der Regel in Form von gerichteten Hypothesen, d.h. es wird ein Zusammenhang zwischen den untersuchten Größen in eine bestimmte Richtung angenommen.¹²⁷³

Ergebnis der empirischen Untersuchung ist nicht der endgültige Beweis der Richtigkeit der zugrunde liegenden Theorien, denn die Verifikation allgemeingültiger Aussagen über die Population ist anhand von Stichprobendaten nicht möglich.¹²⁷⁴ Hingegen ist es möglich zu zeigen, dass eine theoretische Behauptung mit Allgemeingültigkeitsanspruch falsch ist. Gemäß dem kritischen Rationalismus, der auf POPPER zurückgeht, ist wissenschaftlicher Fortschritt nur durch systematische Eliminierung falscher Theorien mittels empirischer Falsifikation möglich. Der kritische Rationalismus lehnt unter Berufung auf HUME die Vorstellung der Verifizierbarkeit einer wissenschaftlichen Aussage auf empirischem Wege ab.¹²⁷⁵ So tritt hier an die Stelle der Verifizierbarkeit das Prinzip der Falsifikation. Bei Anwendung dieser Theorie kann eine wissenschaftliche Aussage durch empirische Prüfung nur widerlegt, nicht aber als richtig bewiesen werden. Mit dem wissenschaftlichen Realismus wird ein grundlegend anderer Ansatz verfolgt. Die Komplexität in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften verhindert die im kritischen Rationalismus geforderte Falsifikation von Theorien, „denn von einer schlüssigen Falsifikation kann nur dann gesprochen werden, wenn alle relevanten

¹²⁶⁸ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 4. Für die weiteren Voraussetzungen siehe ebenda.

¹²⁶⁹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 8.

¹²⁷⁰ Vgl. hier und im Folgenden Bortz/Döring (2006), S. 10.

¹²⁷¹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 24.

¹²⁷² Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 25.

¹²⁷³ Vgl. Bortz (1999), S. 108.

¹²⁷⁴ Vgl. hier und im Folgenden Bortz/Döring (2006), S. 18.

¹²⁷⁵ Vgl. Popper (1963), S. 42.

Einflussfaktoren beim Hypothesentest kontrolliert werden (was in der Regel unrealistisch sein dürfte)¹²⁷⁶. Der wissenschaftliche Realismus hingegen besitzt eine gute Anpassung an die Forschungsbedingungen im Marketing im Speziellen und den Wirtschaftswissenschaften im Allgemeinen.¹²⁷⁷ Hier wird eine Aussage durch empirische Bestätigung zwar nicht mit endgültiger Sicherheit verifiziert, aber mit zunehmender Sicherheit bestätigt.¹²⁷⁸ Somit entwickeln sich in dieser Konzeption die Wissenschaften nicht nur durch Falsifikation von Aussagen und Theorien, sondern auch durch deren Bestätigung weiter. Aufgrund der Tatsache, dass der wissenschaftliche Realismus eine induktive Vorgehensweise nicht grundsätzlich ablehnt und ferner die Existenz von Messfehlern explizit berücksichtigt,¹²⁷⁹ beschreibt selbiger einen geeigneten wissenschaftstheoretischen Rahmen für die vorliegende Arbeit. Dieser Konzeption folgend können die bestehenden Relationship Banking-Theorien nicht nur durch Falsifikation von Aussagen und Theorien, sondern auch durch deren Bestätigung weiterentwickelt werden.

In Kapitel A.5.2.3.3 wurde bereits eine ausführliche Analyse des Einflusses der verschiedenen Vertrauensdimensionen wie Glaubwürdigkeit und Wohlwollen sowie der verschiedenen Commitment-Dimensionen wie Gebundenheit und Verbundenheit in Bezug auf die ökonomischen Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit durchgeführt. Die Erkenntnisse werden in den folgenden Kapiteln als Forschungshypothesen formuliert.

2.2 Hypothesen zum Zinssatz

2.2.1 Vertrauens-basierte Hypothesen zum Zinssatz

Bei der Formulierung der Hypothesen wird insgesamt davon ausgegangen, dass Vertrauen einen zinsreduzierenden Effekt hat, wobei sich die Einflussintensität der verschiedenen Vertrauensdimensionen unterscheidet. Bei den Hypothesen zum Vertrauen ist insbesondere auf personaler Ebene der Aspekt der Reziprozität von Relevanz. Ein erhöhtes Wohlwollen, insbesondere auf personaler Ebene, fördert den Informationsfluss – für die Argumentation ist der Informationsfluss in Richtung Bank bedeutsam – und führt schließlich aufgrund der resultierenden größeren Präzision bei der Risikoschätzung zu niedrigeren Zinsen. Ferner kann sowohl das personale als auch das organisationale Wohlwollen dazu führen, dass der Firmenkundenbetreuer sich verpflichtet fühlt, dem Kunden durch niedrigere Zinsen ebenfalls sein Entgegenkommen zu signalisieren. In einer vertrauensvollen Beziehung wird der Firmenkundenbetreuer eine gegebenenfalls existierende Marktmacht der Bank nicht ausnutzen, so dass eine mögliche Hold Up-Gefahr weitestgehend eliminiert wird.

¹²⁷⁶ Homburg (2000), S. 56. Weitere Argumente, die gegen eine Anwendung des kritischen Rationalismus im Bereich des Marketing sprechen, finden sich bei Eggert. Vgl. Eggert (1999), S. 58.

¹²⁷⁷ Vgl. Eggert (1999), S. 58.

¹²⁷⁸ Vgl. McKullin (1984), S. 26.

¹²⁷⁹ Vgl. Hunt (1990), S. 9.

Die Glaubwürdigkeit des Firmenkunden führt zu geringeren Prüf- und Kontrolltätigkeiten und somit zu niedrigeren Transaktionskosten. Dies trifft im Wesentlichen auf das Unternehmen zu, aber mit zunehmender Entscheidungskompetenz auch auf den einzelnen Ansprechpartner. Im Rahmen einer vertrauensvollen Beziehung kann von einer Weitergabe der Kosteneinsparungen an den Kunden ausgegangen werden, da die Bank ansonsten das in der gemeinsamen Historie mühevoll aufgebaute Vertrauen aufs Spiel setzt. Insgesamt wird vermutet, dass die organisationale Glaubwürdigkeit zu einer stärkeren Zinssatzreduktion als die anderen Vertrauensdimensionen führt. Zusammengefasst lassen sich folgende Hypothesen in Bezug auf den Zinssatz formulieren:¹²⁸⁰

- H1: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden.*
- H2: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden.*
- H3: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden.*
- H4: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden.*

2.2.2 Commitment-basierte Hypothesen zum Zinssatz

Die Existenz von kundenseitigem Commitment kann dazu führen, dass die Bank die Machtsituation ausnutzt und höhere Zinsen fordert. Bei alleiniger Existenz von Verbundenheit, d.h. bei Nichtexistenz von Gebundenheit, ist diese Gefahr hingegen nicht gegeben, da die Bank bei fehlender Gebundenheit das Risiko nicht eingehen wird, die ggf. über lange Zeit erarbeitete Verbundenheit aufs Spiel zu setzen. Als gegenläufiger Effekt steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde bei bestehender Ge- und Verbundenheit nicht nur einen Produktkauf bei der Bank, sondern zahlreiche Produktkäufe getätigt hat und tätigen wird. Daraus resultiert für die Bank die Möglichkeit zur Quersubventionierung, so dass aufgrund dieses Effektes die Zinsen im Durchschnitt niedriger sind. Der Totaleffekt der Ver- und Gebundenheit ist somit indeterminiert.

Es wird im Folgenden davon ausgegangen, dass weder die organisationale Gebundenheit, noch die organisationale Verbundenheit oder die personale Verbundenheit einen signifikanten Effekt auf den Zinssatz ausüben. Aus diesem Grund werden keine commitment-basierten Hypothesen zum Zinssatz aufgestellt.

¹²⁸⁰ Aus Gründen der Nachvollziehbarkeit wird unabhängig von der Wichtigkeit der verschiedenen Dimensionen bei der Darstellung der Hypothesen stets die gleiche Reihenfolge gewählt.

2.3 Hypothesen zur Sicherheitenstellung

2.3.1 Vertrauens-basierte Hypothesen zur Sicherheitenstellung

Eine hohe organisationale Glaubwürdigkeit und damit einhergehend ein Vertrauen in die Unternehmensentscheidungen im Allgemeinen und das Vertrauen in sinnvolle Investitionsentscheidungen im Speziellen führt zu einer niedrigeren Einschätzung der Ausfallwahrscheinlichkeit und bedingt somit tendenziell niedrigere Sicherheitenforderungen. Ferner entfällt bei gegebener Glaubwürdigkeit die Notwendigkeit zu extrinsischen Anreizen, denn der Kunde erscheint dem Kundenbetreuer kompetent und wird sich ohnehin anstrengen, so dass aus diesem Grund weniger Sicherheiten gefordert werden. Der Effekt der organisationalen Glaubwürdigkeit überwiegt im Vergleich zur personalen Glaubwürdigkeit. Der Einfluss der Kontaktperson im Unternehmen kann jedoch derart gewichtig sein, dass die personale Glaubwürdigkeit einen verstärkenden Effekt ausübt. Das Wohlwollen kann dazu führen, dass der Firmenkundenbetreuer dem Unternehmen oder dem Ansprechpartner einen Gefallen tun möchte und somit weniger Sicherheiten einfordert, jedoch erscheint dieser Effekt eher nachrangig. Wichtiger ist die geringere Gefahr eines Moral Hazard bei der Existenz von Wohlwollen.

H5: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.

H6: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.

H7: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.

H8: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.

2.3.2 Commitment-basierte Hypothesen zur Sicherheitenstellung

Eine hohe organisationale Verbundenheit führt zu einer erhöhten Motivation des Unternehmens, so dass die Anreizfunktion der Sicherheiten nicht mehr notwendig ist. In Konsequenz sollte dies zu einer Reduktion der Sicherheitenstellung führen. Die personale Verbundenheit wird nur dann einen reduzierenden Effekt auf die Sicherheitenstellung ausüben, wenn der Einfluss des Ansprechpartners im Unternehmen hinreichend groß ist, so dass seine Entscheidungen für den unternehmerischen Erfolg bedeutsam sind. Da ausschließlich mittelständische Unternehmen Gegenstand der Untersuchung sind und bei selbigen häufig der Ansprechpartner der Bank gleichzeitig der Geschäftsführer ist,¹²⁸¹ wird für die vorliegende Datenbasis ein Zusammenhang vermutet. Die Gebundenheit bewirkt eine größere Machtposition der Bank und daraus resultieren höhere Sicherheitenforderungen der Bank.

¹²⁸¹ Vgl. zur Rolle des Eigentümer-Unternehmers Kapitel A.2.1.1.2 und A.2.1.2. In der vorliegenden Datenbasis ist der Hauptansprechpartner der Bank in 95,35% der Fälle in der Geschäftsführung angesiedelt. Vgl. Kapitel B.1.2.2.

- H9: Je größer die organisationale Gebundenheit des Unternehmens, desto mehr Sicherheiten werden gestellt.*
- H10: Je größer die organisationale Verbundenheit des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.*
- H11: Je größer die personale Verbundenheit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt.*

2.4 Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit

2.4.1 Vertrauens-basierte Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit

Die Unsicherheit der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers in Bezug auf die Auswahl eines investitionsrechnerisch guten Projektes und die Verhaltensunsicherheit hinsichtlich einer möglichen Asset Substitution sinkt bei einer größeren organisationalen Glaubwürdigkeit. Eine untergeordnete Rolle könnte auch die gefühlte Verpflichtung des Firmenkundenbetreuers spielen, dem Unternehmen einen Gefallen tun zu wollen, da das Unternehmen selbst auch sehr wohlwollend ist. Ein Einfluss auf personaler Ebene resultiert ggf. wiederum aus der Entscheidungskompetenz des Ansprechpartners. Bei einer weitreichenden Entscheidungskompetenz ist eine Trennung zwischen personaler und organisationaler Ebene nur schwer möglich.

- H12: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*
- H13: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*
- H14: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*
- H15: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*

2.4.2 Commitment-basierte Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit

Erst eine kundenseitig hohe Gebundenheit und/oder Verbundenheit eröffnen der Bank Möglichkeiten für die intertemporale Konditionengestaltung. Bei der Bindung des Kunden an die Bank kann selbige anfängliche Verluste durch spätere Gewinne kompensieren und ist aus diesem Grund bereit, dem Kunden einen Kredit zu gewähren.

- H16: Je größer die organisationale Gebundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*
- H17: Je größer die organisationale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*
- H18: Je größer die personale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es.*

3 Statistische Überprüfung der Hypothesen

3.1 Methodisches Vorgehen zur Hypothesenprüfung

Im nächsten Schritt werden die in Kapitel B.2 aufgestellten Forschungshypothesen einer Prüfung unterzogen, um dadurch die hypothesenprüfende oder deduktive Funktion empirischer Forschung zu erfüllen.¹²⁸² Durch die empirischen Untersuchungen soll getestet werden, inwiefern sich die aus Theorien und Voruntersuchungen abgeleiteten Hypothesen in der Realität bewähren. Allerdings ist es, wie in Abb. B-18 zum Vorgehen der Hypothesenprüfung dargestellt, erforderlich, für die Konstrukte Vertrauen und Commitment bzw. deren jeweiligen Dimensionen im Vorfeld eine Verdichtung mittels einer Faktorenanalyse vorzunehmen.

Anschließend wird eine umfangreiche Korrelationsanalyse aller potenziellen Einflussfaktoren/Input-Parameter untereinander sowie mit den abhängigen Variablen vorgenommen. Durch dieses Vorgehen können erste Zusammenhänge zwischen den Kreditkonditionen und den diversen potenziellen Einflussparametern identifiziert werden. Aus nachstehend beschriebenen Gründen wird die Korrelationsanalyse zunächst für die Einflussfaktoren des Zinssatzes und anschließend für die Einflussfaktoren der Sicherheitenstellung und der Kreditverfügbarkeit durchgeführt. Die Korrelationsanalysen für die Analyse des Zinssatzes sowie seiner Einflussparameter erfolgt auf einem reduzierten Datensatz im Vergleich zu den Korrelationsanalysen für die Variablen Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit. Es wird angenommen, dass bei Kunden, die sich in der Ratingklasse 3E oder schlechter befinden und somit eine Ausfallwahrscheinlichkeit von 20,00% oder mehr haben, ein besonderes Zinssetzungsverhalten stattfindet. Eine Bank, die ansonsten eine vollständig risikoorientierte Bepreisung praktiziert, wird bei diesen Kunden andere Kriterien für die Zinsfestlegung heranziehen. Aus diesem Grund wurden zwei Kunden bei Überprüfung der Hypothesen zum Zinssatz und somit konsequenterweise auch bei den Korrelationsanalysen in Bezug auf den Zinssatz ausgeschlossen. Bei den Variablen Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit wird hingegen sowohl für die Hypothesenprüfung als auch für die vorgelagerten Korrelationsanalysen der vollständige Datensatz verwendet. Aufgrund der Ähnlichkeit der Auswertungen wird auf die vollumfängliche Darstellung der Korrelationsanalysen für die Variablen Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit verzichtet.

Anschließend wird, je nach Skalenniveau der abhängigen Variablen, das entsprechende statistische Verfahren angewendet. Die Analyse der Einflussgrößen in Bezug auf den Zinssatz erfolgt auf Basis einer linearen Regression. Ziel ist es zu untersuchen, welchen Anteil der Varianz der abhängigen Variablen die unabhängigen Variablen zusammen erklären können und welchen Regressionskoeffizienten die einzelnen Variablen besitzen. Zu diesem Zweck wird eine Regression mit den Variablen vorgenommen, die hohe Korrelationen mit dem Zinssatz aufweisen. Dieses Vorgehen wurde gewählt, da ausschließlich Hypothesen für die verhaltenswissenschaftlichen Variablen aufgestellt wurden. Um den Anstieg des Erklärungsgehalts bei Integration der verhal-

¹²⁸² Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 31.

tenswissenschaftlichen Variablen zu ermitteln, wird zunächst versucht, ein möglichst gutes Regressionsmodell ohne Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen zu erstellen. Anschließend werden selbige integriert und es erfolgt ein Vergleich der Regressionsmodelle. Es wird, sofern möglich und von Relevanz, sowohl der statistische Einfluss als auch der ökonomische Einfluss ermittelt und dargestellt.

In Bezug auf die Sicherheitenstellung werden in Abhängigkeit von der Operationalisierung derselbigen verschiedene Verfahren angewendet. Die Sicherheitenstellung wird zum einen binär codiert, d.h. es wird nur differenziert, ob der Kunde Sicherheiten gestellt hat oder nicht. In diesem Fall findet die logistische Regression Anwendung. Zum anderen erfolgt eine lineare Regression mit der intervallskalierten Variablen Sicherheitenquote. Eine ausführliche Darstellung der Operationalisierung erfolgt in Kapitel B.3.5.1.

Für die Überprüfung der Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit werden mit der logistischen und der ordinalen Regressionsanalyse ebenfalls zwei unterschiedliche Verfahren zur Überprüfung der Hypothesen eingesetzt. Die Verfahren werden wiederum in Abhängigkeit der vorgenommenen Operationalisierung der Variablen Kreditverfügbarkeit gewählt. Im nächsten Schritt erfolgt zunächst die für die Hypothesenprüfung erforderliche Konzeptualisierung und Operationalisierung der Konstrukte Vertrauen und Commitment.

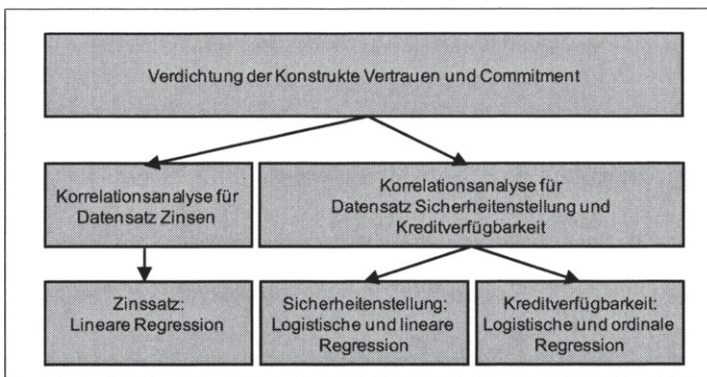


Abb. B-18: Vorgehen zur Hypothesenprüfung

3.2 Konzeptualisierung und Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte Vertrauen und Commitment

3.2.1 Grundlagen der Konzeptualisierung und Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte Vertrauen und Commitment

Ein zentrales Element dieser Studie ist die Erweiterung der klassischen Relationship Banking-Forschung um die theoretischen verhaltenswissenschaftlichen Konstrukte Vertrauen und Commitment, wobei unter Konstrukten latente Variablen verstanden werden, die nicht direkt beobacht- und messbar sind: „Theoretical concepts are abstract, unobservable properties or attributes of a social unit or entity.“¹²⁸³

Ausgangspunkt der weiteren Analysen ist eine wissenschaftlich korrekte Konzeptualisierung und Operationalisierung der Konstrukte. Unter dem Begriff der Konzeptualisierung verstehen HOMBURG/GIERING die Erarbeitung der Konstruktdimensionen, während sie unter dem Begriff der Operationalisierung die darauf aufbauende Entwicklung eines Messinstrumentes subsumieren.¹²⁸⁴ Ziel einer jeden Konstruktmessung ist es, Beziehungen zwischen den beobachtbaren Variablen – auch als Indikatorvariablen oder Indikatoren bezeichnet – einerseits und dem interessierenden Konstrukt andererseits zu spezifizieren, um auf dieser Basis das Konstrukt messbar zu machen. Die empirische Konzeptualisierung dieser Modellkonstrukte ist Grundlage für die Überprüfung des Wirkungsmodells, d.h. der Überprüfung des Einflusses auf den Zinssatz, die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit. Die Konzeptualisierung liefert Informationen über die vermutete semantische Struktur eines hypothetischen Konstruktes, wobei hier gemäß HOMBURG/GIERING zwei grundlegende Konstruktstrukturen unterschieden werden:

- der einfaktorielle Fall und
- der mehrfaktorielle Fall.

Bei einem einfaktoriellen Konstrukt entspricht das Messmodell genau einem Faktor. Während im einfaktoriellen Fall eine hohe Konvergenzvalidität der Indikatoren eines hypothetischen Konstruktes vorliegt, ist die mehrfaktorielle Konstruktstruktur erforderlich, wenn diese Konvergenzvalidität nicht gegeben ist.¹²⁸⁵ Im mehrfaktoriellen Fall werden so lange Faktoren gebildet, bis alle einem Faktor zugeordneten Indikatoren untereinander ein hohes Maß an Konvergenzvalidität erreichen und die Indikatoren, die unterschiedlichen Faktoren zugeordnet werden, ein hohes Maß an Diskriminanzvalidität besitzen. Bei den mehrfaktoriellen Konstruktstrukturen lassen sich wiederum der eindimensionale und der mehrdimensionale Fall unterscheiden:¹²⁸⁶

¹²⁸³ Bagozzi/Phillips (1982), S. 465.

¹²⁸⁴ Vgl. hier und im Folgenden Homburg/Giering (1996), S. 5.

¹²⁸⁵ Vgl. Eggert (1999), S. 100.

¹²⁸⁶ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 6.

- Bei dem eindimensionalen Fall beschreiben alle Faktoren die gleiche inhaltliche Dimension des hypothetischen Konstrukts, so dass auf Ebene der Faktoren ein hohes Maß an Konvergenzvalidität erreicht wird.
- Wenn die Faktoren allerdings verschiedene inhaltliche Dimensionen des hypothetischen Konstruktes beschreiben, so wird erst auf der Ebene der Dimensionen eine ausreichende Konvergenzvalidität erreicht.

Ferner kann differenziert werden zwischen der Konzeptualisierung eines komplexen Konstruktes und der Konzeptualisierung eines komplexen Phänomens. Während Ersteres aus mehreren Faktoren bzw. Dimensionen besteht, die sich zu einer latenten Variablen zusammenfassen lassen, versteht man unter einem komplexen Phänomen mehrere eigenständige, aber begrifflich zusammengehörige Konstrukte, die nicht zu einer latenten Variablen zusammengefasst werden können.¹²⁸⁷ Manchmal ist es nicht erwünscht oder nicht möglich, ein komplexes Phänomen durch ein einzelnes hypothetisches Konstrukt abzubilden. So ist die Repräsentation eines komplexen Phänomens durch ein einzelnes Konstrukt bspw. nicht erwünscht, wenn das Forschungsvorhaben die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Dimensionen bzw. Faktoren aufdecken möchte. In einem derartigen Fall sind die einzelnen Dimensionen oder Faktoren als eigenständige Konstrukte zu behandeln, obwohl sie sich grundsätzlich zu einem komplexen Konstrukt zusammenfassen ließen.¹²⁸⁸ Die Repräsentation eines komplexen Phänomens durch ein einzelnes hypothetisches Konstrukt ist nicht möglich, wenn keine ausreichende Konvergenzvalidität erreicht wird. In Konsequenz muss das komplexe Phänomen durch mehrere eigenständige Konstrukte abgebildet werden. In Abb. B-19 wird am Beispiel des Vertrauens dargestellt, wie eine Abbildung erfolgen würde, unter der Annahme, dass es sich bei dem Vertrauen um ein komplexes Phänomen handelt.

Erfolgt die Integration jedoch auf Konstruktebene so werden Vertrauen und Commitment jeweils als eigenständige Modellkonstrukte in das Wirkmodell eingebunden. In diesem Fall dienen die Faktoren bzw. Dimensionen nur zur Messung des Gesamtkonstruktes. Wie in Abb. B-20 dargestellt, erfolgt die Einbindung dann in einer aggregierten Betrachtung, d.h. trotz einer vermuteten mehrfaktoriellen Struktur wird das Konstrukt als ein einfaktorielles Konstrukt behandelt.¹²⁸⁹ In Tab. B-47 werden die Vor- und Nachteile der Integration auf Konstrukt- und auf Faktorebene dargestellt.

¹²⁸⁷ Vgl. Eggert (1999), S. 100.

¹²⁸⁸ Vgl. Eggert (1999), S. 102 f.

¹²⁸⁹ Vgl. Homburg (2000), S. 167.

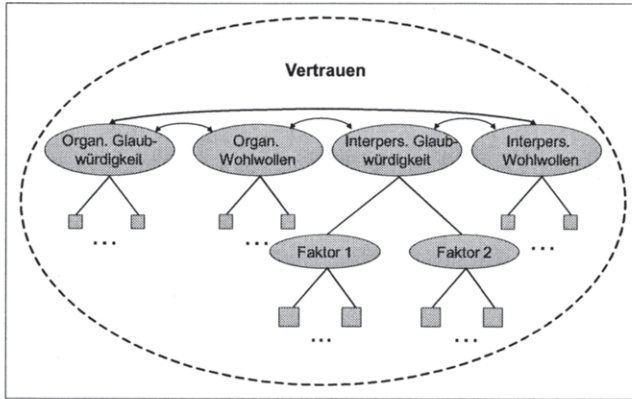


Abb. B-19: Repräsentation eines komplexen Phänomens durch mehrere Konstrukte am Beispiel des Vertrauens¹²⁹⁰

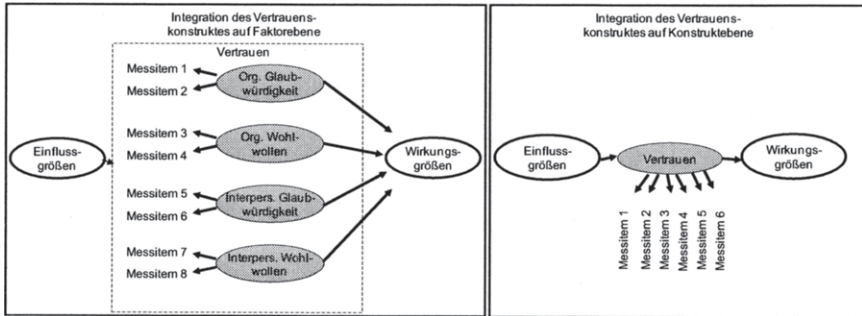


Abb. B-20: Alternative Vorgehensweisen zur Integration der Konstrukte am Beispiel des Vertrauens¹²⁹¹

¹²⁹⁰ In Anlehnung an Bagozzi (1982), S. 568.

¹²⁹¹ Vgl. Hadwich (2003), S. 27. In der vorliegenden Arbeit werden die Einflussgrößen in Bezug auf Vertrauen und Commitment nur am Rande behandelt, zentraler Gegenstand sind die Wirkungsgrößen Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit.

	Vorteile	Nachteile
Integration auf Konstruktebene	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen und Commitment können jeweils als Zielgrößen des Relationship Banking formuliert werden. Hierdurch ist eine Steuerung und Kontrolle besser möglich als bei einer Integration auf Faktorebene, da hier die verschiedenen Dimensionen zur Zielgröße würden. • Es gibt methodische Vorteile der aggregierten Betrachtung, da diese eine geringere Modellkomplexität aufweist. Die geringere Komplexität kann dazu genutzt werden, die Wirkungsgrößen differenzierter zu analysieren. • Ein derartiges Vorgehen erscheint aber nur dann sinnvoll, wenn die empirische Konzeptualisierung ergibt, dass die Faktoren bzw. Dimensionen eindeutig den jeweiligen Konstrukten zugeordnet werden können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Als Nachteil der Aggregation ist der mögliche Verlust an erklärter Streuung zu nennen, was wiederum negative Konsequenzen für die statistische Güte des Strukturmodells haben kann. • Eine weitere Konsequenz der (methodischen) Aggregation ist die inhaltliche Aggregation von Aussagen bezüglich der Faktoren bzw. Dimensionen von Vertrauen und Commitment, was zur Folge hat, dass Erkenntnisse über Wirkungszusammenhänge der einzelnen Faktoren mit anderen Konstrukten nicht möglich sind.
Integration auf Faktorebene	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Vorteil der Einbindung auf Faktorebene besteht darin, dass Detailkenntnisse bezüglich der Wirkungsmechanismen zwischen den verschiedenen Vertrauensdimensionen sowie zwischen den verschiedenen Commitment-Dimensionen, zwischen den Dimensionen der beiden Konstrukte und schließlich in Bezug auf die Wirkungsgrößen gewonnen werden können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Als Nachteil der differenzierten Analyse ist die zunehmende Komplexität zu nennen.

Tab. B-47: Vor- und Nachteile der Integration auf Konstrukt- und Faktorebene¹²⁹²

Die Analyse der relevanten Literatur soll hierbei Aufschluss darüber geben, wie die Konstrukte zuvor definiert wurden und aus welchen Dimensionen oder Komponenten sie bestehen.¹²⁹³ In den Kapiteln B.5.2.3.1 und B.5.2.3.2 wurde der aktuelle Forschungsstand zu den Konstrukten ausführlich dargestellt. Die Nachteile der Integration auf Konstruktebene sowie die Vorteile der Integration auf Faktorebene überwiegen im Untersuchungskontext, so dass eine differenzierte Integration der Konstrukte sinnvoll erscheint: Zum einen werden für die verschiedenen Dimensionen unterschiedliche Einflüsse in Bezug auf die Wirkungsgrößen vermutet und zum anderen existieren für

¹²⁹² Eigene Darstellung. Zu den Argumenten vgl. Hadwich (2003), S. 27 f.

¹²⁹³ Vgl. Churchill (1979), S. 67.

die Steuerung in einer Bank unterschiedliche Stellschrauben zur Beeinflussung der Dimensionen. Während bei einer geringen Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen im Extremfall ein Austausch desselbigen von der Bank empfohlen werden könnte, bestehen auf organisationaler Ebene die Möglichkeiten der Unterstützung in Form von Unternehmensberatung oder Steuerberatung. Bevor der Einfluss dieser verschiedenen, in Tab. B-48 dargestellten Dimensionen der Konstrukte Vertrauen und Commitment auf die abhängigen Variablen getestet werden kann, müssen diese Dimensionen zunächst mittels statistischer Verfahren gebildet werden.

Vertrauen	Commitment
<ul style="list-style-type: none"> • Organisationale Glaubwürdigkeit • Organisationales Wohlwollen • Interpersonale Glaubwürdigkeit • Interpersonales Wohlwollen 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisationale Gebundenheit • Organisationale Verbundenheit • Personale Verbundenheit

Tab. B-48: Darstellung der Faktoren für Vertrauen und Commitment¹²⁹⁴

Nach Abschluss der Konzeptualisierung ist im nächsten Schritt die Operationalisierung der Dimensionen, d.h. die Entwicklung eines Modells zur Messung der hypothetischen Konstrukte, erforderlich.¹²⁹⁵ Ziel hierbei ist die Generierung von Items, die jede der Konstruktdimensionen möglichst ausschöpfend erfassen.¹²⁹⁶ Bei der Konstruktbildung werden je nach Richtung der Beziehung zwischen einem Faktor und seinen Indikatoren reflektive und formative Indikatoren unterschieden.¹²⁹⁷ Somit ist bei der Konstruktbildung zwischen nachstehenden Fällen zu differenzieren:

- Die herangezogenen Variablen sind Ausdruck einer gemeinsamen, nicht beobachtbaren Variablen und stellen somit reflektive Indikatoren dar. Die Indikatoren werden als Messung des Faktors betrachtet. Ein Faktor verursacht die ihm zugeordneten beobachtbaren Variablen. Das hypothetische Konstrukt stellt eine nicht direkt beobachtbare, aber eigenständig existierende Variable dar.
- Das resultierende Konstrukt ist eine Funktion der Indikatoren und somit besitzen die Indikatoren einen Einfluss auf das Konstrukt (formative Indikatoren).

Aus der Beziehung zwischen Faktor und Indikator resultieren Konsequenzen hinsichtlich der zu verwendenden Methoden.¹²⁹⁸ Während im ersten Fall die Verdichtung mittels einer konfirmatorischen Faktorenanalyse erfolgt, wird im zweiten Fall ein

¹²⁹⁴ Vgl. hierzu Kapitel A.5.2.3.1.2 und A.5.2.3.2.2.

¹²⁹⁵ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 5. Hadwich unterscheidet nicht zwischen den Phasen der Konzeptualisierung und der Operationalisierung. Vgl. Hadwich (2003), S. 106 ff.

¹²⁹⁶ Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 56. Vor Durchführung der Datenerhebung wird empfohlen, die Indikatoren in einem Pre-Test auf Verständlichkeit und Eindeutigkeit hin zu überprüfen und – sofern notwendig – zu überarbeiten oder aus der Untersuchung auszuschließen. Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 11 ff.

¹²⁹⁷ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 6.

¹²⁹⁸ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 6.

Indexwert gebildet. Ferner variieren die Tests zur Beurteilung der Güte der Modelle. Während bei reflektiven Faktoren verschiedene statistische Güteprüfungen zwingend erforderlich sind, können selbige bei formativen Faktoren nur schwer durchgeführt werden. In dieser Arbeit wird ein reflektiver Zusammenhang unterstellt. Es wird vermutet, dass die Faktoren die ihnen zugeordneten, beobachtbaren Variablen verursachen. Bspw. führt ein hohes personales Wohlwollen des Ansprechpartners (Faktor) dazu, dass selbiger auch schon mal Unannehmlichkeiten in Kauf nimmt (Indikator). Das Wohlwollen ist die Ursache für das Verhalten. Dieser reflektive Zusammenhang wird auch bei den in dieser Arbeit zitierten empirischen Studien zur Messung von Vertrauen¹²⁹⁹ und Commitment¹³⁰⁰ unterstellt.

Das Vorgehen zur Identifikation der Indikatoren in der vorliegenden Studie erfolgt auf Basis des kombinierten Einsatzes von Primär- und Sekundärforschung. So wurden in Kapitel A.5.2.3.1.2 und A.5.2.3.2.2 die existierenden empirischen Studien ausführlich untersucht mit dem Fazit, dass diese Studien zwar eine Grundlage bilden, jedoch eine Adaption der Items an den bankspezifischen Kontext erfordern. Entsprechend den Empfehlungen der einschlägigen Literatur werden die Vertrauens- und Commitment-Dimensionen durch mehrere Indikatoren operationalisiert. So ist die Verwendung mehrerer Indikatoren eine notwendige Voraussetzung zur validen Messung hypothetischer Konstrukte, denn einzelne Indikatoren können i.d.R. nicht alle relevanten Facetten eines hypothetischen Konstruktes erfassen.¹³⁰¹ Im Ergebnis entstand ein erster, vorläufiger Fragebogen.

Im Anschluss wurden Pre-Tests durchgeführt, um die Eindeutigkeit und Verständlichkeit der Indikatoren bzw. Fragen zu überprüfen und die inhaltliche Relevanz der Indikatoren für das zu messende Konstrukt abzusichern.¹³⁰² Für die Durchführung des Pre-Tests sind entweder Experten oder für die Grundgesamtheit als repräsentativ erachtete Personen geeignet.¹³⁰³ Im Rahmen dieser Studie wurden vier aktive Firmenkundenbetreuer sowie sechs Bankkaufleute befragt. Zunächst wurde den Personen das Ziel der Befragung sowie die Konstrukte Vertrauen und Commitment kurz erläutert. Anschließend wurden die Personen aufgefordert, anzugeben, inwiefern die einzelnen Indikatoren verständlich sind, die Zuordnung nachvollziehbar und die inhaltliche Relevanz gegeben ist. Im Nachhinein wurden im Wesentlichen Umformulierungen mit dem Ziel

¹²⁹⁹ Vgl. Andaleeb (1996), S. 77 ff., Andaleeb (1995), S. 157 ff., Anderson/Narus (1990), S. 42 ff., Anderson/Weitz (1989), S. 310 ff., Doney/Cannon (1997), S. 35 ff., Dwyer/Oh (1987), S. 347 ff., Ganesan (1994), S. 1 ff., Ganesan/Hess (1997), S. 439 ff., Kim/Frazier (1997), S. 847 ff., Kumar/Scheer/Steenkamp (1995), S. 348 ff., Mohr/Spekman (1994), S. 135 f., Moorman/Deshandé/Zaltman (1992), S. 314 ff., Morgan/Hunt (1994), S. 20 ff., Schurr/Ozanne (1985), S. 939 ff.

¹³⁰⁰ Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 20 ff., Kumar/Scheer/Steenkamp (1995), S. 348 ff., Eggert (2000), S. 130 ff.

¹³⁰¹ Vgl. Eggert (1999), S. 115.

¹³⁰² Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 13.

¹³⁰³ Vgl. Anderson/Gerbing (1991), S. 733.

vorgenommen, die Fragestellung für Praktiker verständlicher zu gestalten.¹³⁰⁴ Im Anschluss daran wurde die Datenerhebung durchgeführt. Nach der Datenerhebung erfolgte die quantitative Analyse zur Beurteilung und Optimierung des Messmodells.¹³⁰⁵

3.2.2 Grundlagen zur Beurteilung und Optimierung des Messmodells

Bei der Verwendung hypothetischer Konstrukte muss die Güte ihrer Messmodelle belegt und gerechtfertigt werden, denn reliable und valide Messungen sind eine *Conditio sine qua non* einer empirischen Wissenschaft.¹³⁰⁶ Da die Zuordnung der Indikatoren zu den Konstrukten häufig umstritten ist, kommt der Überprüfung der Reliabilität und der Validität eine wesentliche Bedeutung zu. Bei der Gütebeurteilung von Daten und Konstrukten wird auf die Gütedimensionen Objektivität, Reliabilität (Zuverlässigkeit) und Validität (Gültigkeit) zurückgegriffen. Selbige werden im Folgenden vorgestellt und, sofern die Überprüfung nicht erst im Rahmen der nachfolgenden statistischen Auswertungen stattfindet, hinsichtlich des Erfüllungsgrades in der vorliegenden Studie untersucht.

Unter der Objektivität in Bezug auf die Erhebung der Daten versteht man den Grad, in dem die Ergebnisse eines Tests unabhängig vom Untersucher sind.¹³⁰⁷ In diesem Kontext lassen sich verschiedene Arten der Objektivität unterscheiden. Die Durchführungsobjektivität¹³⁰⁸ verlangt, dass sich die Durchführung des Tests zwischen den Untersuchungen nicht unterscheiden darf und dass die Bedingungen der Testdurchführung genau definiert sein müssen. Somit sollte eine Sorgfalt hinsichtlich der Instruktionen angewendet werden, um dadurch Rückfragen zu minimieren, da die zusätzlichen Erläuterungen Einfluss auf die Ergebnisse haben können. Eine hohe Durchführungsobjektivität kann durch standardisierte Instruktionen (Bearbeitungsanweisungen für die Probanden) erreicht werden, so dass der Testanwender während der Durchführung keinen Spielraum mehr hat.¹³⁰⁹ In der vorliegenden Studie erfolgte die Datenerhebung ausschließlich durch eine Person. Ferner wurden die Instruktionen in schriftlicher Form erteilt, so dass die Durchführungsobjektivität als gegeben erachtet werden kann.

Bei gegebener Auswertungsobjektivität ermittelt jeder Auswerter die gleichen Punktwerte für einen Probanden, weshalb genaue Auswertungsvorschriften erforderlich sind.¹³¹⁰ So müssen Regeln definiert werden, ab wann ein Ergebnis zu werten ist und wann nicht. Ferner sollte eindeutig vorgeschrieben sein, wie viele Punkte für eine Antwort zu vergeben sind.¹³¹¹ Die Interpretationsobjektivität schließlich führt dazu, dass jeder Auswerter zur gleichen Beurteilung oder Interpretation der Testergebnisse

¹³⁰⁴ Der vollständige, finale Fragebogen kann dem Anhang 1, Abb. AN 1-4 entnommen werden. Eine Übersicht über die Fragen und den zugehörigen Variablen wird ferner in Tab. B-12 gegeben.

¹³⁰⁵ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 12.

¹³⁰⁶ Vgl. Peter (1979), S. 6.

¹³⁰⁷ Vgl. Bühner (2004), S. 28.

¹³⁰⁸ Vgl. Bühner (2004), S. 28 f.

¹³⁰⁹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 195.

¹³¹⁰ Vgl. Bühner (2004), S. 29.

¹³¹¹ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 195.

kommt.¹³¹² So dürfen individuelle Deutungen nicht in die Interpretation eines Testwertes einfließen.¹³¹³ Auch diese kann als gegeben betrachtet werden. Zum einen wurden die Auswertungen ausschließlich durch eine Person vorgenommen. Zum anderen konnten die Antworten der Befragten aufgrund der Verwendung von vorgegeben Antwortmöglichkeiten in Form einer Skala ohne weitere Interpretation oder Transformation in den Auswertungen berücksichtigt werden.

Unter der Reliabilität wird die Messgenauigkeit eines Tests verstanden.¹³¹⁴ Die einzelnen Indikatoren stellen dann reliable Messungen des zugehörigen Faktors dar, wenn der wesentliche Anteil ihrer Varianz durch die Assoziation mit dem Faktor erklärt wird und somit der Einfluss von Messfehlervariablen gering ist. Der Zufallsfehler sollte gleich Null sein, d.h. bei wiederholter Messung unter gleichen Bedingungen würde das gleiche Ergebnis erzielt. Zur Beurteilung der Reliabilität stehen im Wesentlichen drei Verfahren zur Verfügung: Retest-Reliabilität, Paralleltest-Reliabilität und interne Konsistenz-Reliabilität. Zur Prüfung der Retest-Reliabilität (oder Stabilität) wird derselbe Test mit einem gewissen zeitlichen Abstand durchgeführt und der Zusammenhang zwischen erster und zweiter Testung bestimmt. Das Zeitintervall zwischen den beiden Tests kann verändert werden.¹³¹⁵ Zur Prüfung der Paralleltest-Reliabilität (Äquivalenz) erhält die gleiche Gruppe der Probanden ähnliche Testversionen. Dabei sollten beide Versionen das gleiche Ergebnis hervorbringen. Die beiden Parallel-Tests entstehen, indem je ein Itemzwilling zufällig der einen und zufällig der anderen Testform zugeordnet wird.¹³¹⁶ Schließlich wird der Zusammenhang zwischen zwei Tests mit unterschiedlichen Items, die das gleiche Konstrukt messen sollen, ermittelt.¹³¹⁷ Es wird somit die Korrelation zwischen zwei Tests mit inhaltlich möglichst ähnlichen Items („Itemzwillingen“) berechnet.¹³¹⁸ Anders als bei den zuvor genannten Verfahren entsteht bei der internen Konsistenz-Reliabilität (oder Halbierungs-Reliabilität) kein untersuchungstechnischer Mehraufwand. Bei der Testhalbierungsreliabilität wird der Test in möglichst gleiche Testhälften, z.B. per Zufallsauswahl, gerade vs. ungerade Fragen, erste vs. zweite Hälfte, unterteilt. Anschließend werden diese miteinander korreliert.¹³¹⁹ Unter der Konsistenzanalyse wird verstanden, dass jedes einzelne Item als eigenständiger Testteil angesehen und der mittlere Zusammenhang unter Berücksichtigung der Testlänge ermittelt wird. Jedes einzelne Item wird somit wie ein „Parallel-Test“ behandelt.¹³²⁰ Die Korrelation zwischen den Items spiegelt die „wahre“ Varianz wider. Die größte Verbreitung in den empirischen Wissenschaften hat in diesem Kontext der Alphakoeffizient (Cronbachs Alpha).¹³²¹ Alpha bestimmt den Mittelwert aller Korrelationen, die sich ergeben, „wenn die dem Faktor zugeordneten Indikatoren

¹³¹² Vgl. Bühner (2004), S. 29.

¹³¹³ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 195.

¹³¹⁴ Vgl. hier und im Folgenden Bühner (2004), S. 26.

¹³¹⁵ Vgl. hier und im Folgenden Bortz/Döring (2006), S. 196.

¹³¹⁶ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 196.

¹³¹⁷ Vgl. Bühner (2004), S. 26.

¹³¹⁸ Vgl. Bühner (2004), S. 30.

¹³¹⁹ Vgl. Bühner (2004), S. 29.

¹³²⁰ Vgl. hier und im Folgenden Bortz/Döring (2006), S. 198.

¹³²¹ Vgl. Peter (1979), S. 8.

auf alle möglichen Arten in zwei Hälften geteilt und die Summe der jeweils resultierenden Variablenhälften anschließend miteinander korreliert werden¹³²². Der Wertebereich liegt zwischen null und eins, wobei ein hoher Wert eine hohe Reliabilität ausdrückt. Eine wichtige Voraussetzung bei der Anwendung des Alphakoeffizienten ist es, dass die Fehleranteile der Items wechselseitig unkorreliert sind. Jedoch wird diese Voraussetzung häufig verletzt, da die aktuelle Stimmung, Motivation oder Gefühle der Probanden Einfluss auf die Beantwortung aller Items haben können. In Konsequenz wird ein überhöhter Alphakoeffizient ermittelt.¹³²³ Bei heterogenen bzw. mehrdimensionalen Tests hingegen unterschätzt der Alphakoeffizient die Reliabilität.¹³²⁴ Bei diesem Maß ist zu kritisieren, dass keine inferenzstatistische Beurteilung möglich ist, und dass die Größe von der Anzahl der Indikatoren abhängt. Je größer die Zahl der Items ist und je mehr große positive Itemkorrelationen vorliegen, desto größer ist Alpha.¹³²⁵ D.h. wenn mehr Items inhaltlich zu einer Skala passen, steigt der Alphakoeffizient. Aufgrund der weiten Verbreitung dieses Koeffizienten wird selbiger in dieser Arbeit trotz der genannten Kritikpunkte für die Beurteilung der Reliabilität herangezogen. Zusätzlich sollte auch die mittlere Iteminterkorrelation und die Präzision des Koeffizienten betrachtet werden.¹³²⁶ Der Koeffizient kann erhöht werden, wenn der Indikator mit kleinster Item-to-Total-Korrelation entfernt wird.¹³²⁷

Als dritte Gütedimension ist die Validität der Messung zu prüfen. Die Validität beschreibt die konzeptionelle Richtigkeit einer Messung und gibt an, inwiefern das Messverfahren auch wirklich das misst, was es messen soll.¹³²⁸ Eine valide Messung fordert, dass auch der systematische Fehler gleich Null ist. Der im Rahmen der reflektiven Konstruktmessung zu berücksichtigende Messfehler lässt sich aufteilen in einen zufälligen und in einen systematischen Anteil. Wenn der zufällige Messfehler einer Messung den Wert Null annimmt, so wird diese Messung als vollständig reliabel bezeichnet. Nimmt darüber hinaus der systematische Messfehler den Wert Null an, so wird die Messung als vollständig valide bezeichnet. Es können verschiedene Formen der Validität unterschieden werden. Die Inhaltsvalidität bezeichnet den Grad, zu dem die Variablen eines Messmodells dem inhaltlich-semantischen Bereich des Konstruktes angehören und die konstruierenden Items alle Bedeutungsinhalte des Konstruktes vollends abbilden. Das zu messende Konstrukt wird durch den Inhalt der Items in seinen wichtigsten Aspekten erschöpfend erfasst. Die Beurteilung, inwiefern die Inhaltsvalidität gegeben ist, basiert allein auf subjektiven Einschätzungen.¹³²⁹ Das Messmodell ist dann inhaltsvalide, wenn möglichst alle Aspekte des zu messenden Konstruktes durch die Indikatoren repräsentiert werden. Die Konstruktvalidität ist gegeben, wenn aus dem zu messenden Zielkonstrukt Hypothesen ableitbar sind, die anhand der

¹³²² Homburg/Giering (1996), S. 8.

¹³²³ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 199.

¹³²⁴ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 198.

¹³²⁵ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 198 f.

¹³²⁶ Vgl. Bühner (2004), S. 122.

¹³²⁷ Vgl. Eggert (1999), S. 107.

¹³²⁸ Vgl. Bühner (2004), S. 30.

¹³²⁹ Vgl. hier und im Folgenden Bortz/Döring (2006), S. 200 f.

Testwerte bestätigt werden können. Bei der Konstruktvalidität lassen sich die Konvergenzvalidität, die Diskriminanzvalidität und die nomologische Validität unterscheiden. Konvergenzvalidität ist dann gegeben, wenn zwischen den Indikatoren, die demselben Faktor zuzuordnen sind, eine ausreichend starke Beziehung besteht. Dies lässt sich analog auf die Faktoren einer Dimension übertragen. Die Diskriminanzvalidität beschreibt, dass zwischen den Indikatoren, die unterschiedlichen Faktoren zugeordnet sind, bzw. zwischen den Faktoren unterschiedlicher Dimensionen eine geringere Beziehung besteht.¹³³⁰ Die nomologische Validität beschreibt die Einbindung eines Konstruktes in einen übergeordneten theoretischen Rahmen.¹³³¹ Dieses Kriterium wird allerdings oft als problematisch angesehen, da hierfür die Existenz einer abgesicherten Theorie für das Gesamtmodell vorausgesetzt wird, die allerdings häufig nicht gegeben ist.¹³³² Das Zurückweisen der hinsichtlich des Gesamtmodells aufgestellten Hypothesen kann entweder auf eine mangelnde nomologische Validität des Konstruktes oder auf eine fehlende Unterstützung der Hypothesen zurückzuführen sein. Auch im vorliegenden Modell liegt keine gesicherte Theorie für das Gesamtmodell vor. Aufgrund dessen soll das Vorliegen der Einordnung in einen theoretischen Bezugsrahmen als ausreichend angesehen werden.¹³³³

Zwischen den Gütekriterien besteht folgender Zusammenhang: Die Objektivität ist die Voraussetzung für die Reliabilität, und Letztere ist die Voraussetzung für die Validität eines Messinstruments.¹³³⁴ Während die Objektivität – wie bereits dargelegt – als gegeben erachtet werden kann, sind die Reliabilität und Validität noch zu prüfen. Hinsichtlich der zu verwendenden Reliabilitäts- und Validitätskriterien werden Verfahren der ersten und der zweiten Generation unterschieden. Die frühen Methoden zur Bewertung der Reliabilität und der Validität von Messmodellen stammen aus der Psychologie/Psychometrie.¹³³⁵ Im Rahmen dieser Arbeit werden zunächst diejenigen Ansätze der ersten Generation betrachtet, die auch von CHURCHILL vorgeschlagen werden.¹³³⁶ Hier ist als erstes Kriterium die Faktorladung zu nennen, die als Beurteilungskriterium für die Konvergenz- und die Diskriminanzvalidität herangezogen werden kann. Ferner sind hier Cronbachs Alpha¹³³⁷ und die Item-To-Total-Korrelationen zu verwenden.¹³³⁸ Letztere werden als Eliminationskriterium betrachtet, mit deren Hilfe man Cronbachs Alpha steigern kann, indem die Indikatorvariable mit der niedrigsten Item-To-Total-Korrelation eliminiert wird.

Die genannten Reliabilitäts- und Validitätskriterien können durch Verfahren der zweiten Generation aus dem Bereich der konfirmatorischen Faktorenanalyse ergänzt werden. In der konfirmatorischen Faktorenanalyse wird „eine Struktur der Beziehungen

¹³³⁰ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 201.

¹³³¹ Vgl. Bagozzi/Philipps (1982), S. 468.

¹³³² Vgl. Homburg (2000), S. 73 ff.

¹³³³ Vgl. Flacke (2007), S. 200.

¹³³⁴ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 89.

¹³³⁵ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 8.

¹³³⁶ Vgl. Churchill (1979), S. 68 f.

¹³³⁷ Vgl. Cortina (1993), S. 101.

¹³³⁸ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 8.

zwischen Indikatoren und Faktoren a priori unterstellt und auf die einzelnen Reliabilitäts- und Validitätsaspekte untersucht¹³³⁹. Mittels inferenzstatistischer Verfahren wird ermittelt, inwiefern aufgrund der Untersuchung einer relativ kleinen Anzahl der Einheiten in der Grundgesamtheit (Population) auf die Verteilung der Merkmale aller Einheiten in der Grundgesamtheit geschlossen werden kann.¹³⁴⁰ Aus der zweiten Generation sind im Wesentlichen die in Tab. B-49 beschriebenen Kriterien zu nennen. Werden die Gütekriterien mit einem Anspruchsniveau verbunden und mit den jeweiligen, zuvor beschriebenen Gütedimensionen verknüpft, so ergeben sich zusammengefasst je Gütedimension die in Tab. B-50 beschriebenen Messgrößen.

Messgröße	Beschreibung	Gütedimension
Indikatorreliabilität	Anteil der durch den Faktor erklärten Varianz an der Gesamtvarianz des Indikators; Wertebereich 0 bis 1 mit 1 gleich Optimum	Reliabilität
Faktorreliabilität	Beschreibt, wie gut der Faktor durch alle ihm zugeordneten Variablen gemessen wird; Wertebereich 0 bis 1 mit 1 gleich Optimum	Reliabilität und Konvergenzvalidität
Durchschnittlich erfasste Varianz eines Faktors (DEV)	Misst, wie gut der Faktor durch alle ihm zugeordneten Variablen gemessen wird	Reliabilität und Konvergenzvalidität
Fornell/Larcker-Kriterium	Fordert, dass die durchschnittliche erfasste Varianz eines Faktors größer als jede quadrierte Korrelation dieses Faktors mit einem anderen Faktor ist ¹³⁴¹	Diskriminanzvalidität

Tab. B-49: Gütekriterien der zweiten Generation¹³⁴²

¹³³⁹ Homburg (2000), S. 81.

¹³⁴⁰ Vgl. Bortz (2005), S. 85.

¹³⁴¹ Vgl. Fornell/Larcker (1981), S. 46.

¹³⁴² Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 10.

Güte-dimension	Bereich	Messgröße	Anspruchsniveau
Objektivität		--- (Qualitative Überprüfung)	x
Reliabilität	Interne Konsistenz-Reliabilität	Cronbachs Alpha	0,4 ¹³⁴³ /0,7 ¹³⁴⁴
		Indikatoreliabilität	0,4 ¹³⁴⁵
		Faktorreliabilität	0,6 ¹³⁴⁶
		DEV – durchschnittlich erfasste Varianz eines Faktors	0,5
Validität	Inhaltsvalidität	Qualitative Prüfung	
	Konvergenzvalidität	Faktorreliabilität	0,6
		DEV	0,5
		Faktorladung	0,5 ¹³⁴⁷
	Diskriminanzvalidität	Fornell/Larcker-Kriterium	DEV > Korrel ² max
Nomologische Validität	--- (Qualitative Prüfung)	x	

Tab. B-50: Verwendete Gütekriterien inkl. Anspruchsniveau¹³⁴⁸

3.2.3 Vorgehen bei der quantitativen Analyse

Nach Durchführung der Datenerhebung wird eine quantitative Analyse zur Beurteilung und Optimierung des Messmodells durchgeführt. Das Vorgehen wird im Folgenden dargestellt. In der Untersuchungsstufe A (vgl. Abb. B-21) erfolgt eine sukzessive Auseinandersetzung mit den einzelnen Faktoren des Konstruktes, wobei hier die hypothetische Faktorenstruktur zugrunde gelegt wird.¹³⁴⁹ Zunächst werden Verfahren der ersten Generation angewendet: Cronbachs Alpha und die exploratorische Faktorenanalyse. Sofern Cronbachs Alpha einen Wert kleiner als 0,7 annimmt und somit der Reliabilitätswert als zu gering erachtet wird, erfolgt eine Prüfung, inwiefern eine Verbesserung desselben durch eine Elimination von Items mit einer zu geringen Item-to-Total-Korrelation möglich ist.¹³⁵⁰

Die verbleibenden Indikatoren werden mit Hilfe einer exploratorischen Faktorenanalyse untersucht. So lässt sich mit deren Hilfe ein Variablensatz auf eine ordnende Struktur hin untersuchen.¹³⁵¹ Ziel ist es, die Variablenzahl auf wenige, wichtige Einflussfak-

¹³⁴³ Bei nur drei für die Konstruktbildung verwendeten Indikatoren verwendet Unterreitmeier eine Schwelle von 0,4. Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 118.

¹³⁴⁴ Vgl. Nunnally (1978), S. 245.

¹³⁴⁵ Hadwich unterscheidet hier zwischen Grenzwert und Anspruchsniveau. Während das Anspruchsniveau mit dem genannten Werten identisch ist, verwendet er als Grenzwert für die Indikatorreliabilität 0,1. Vgl. Hadwich (2003), S. 122.

¹³⁴⁶ Auch bei der Faktorreliabilität ist das Anspruchsniveau mit dem genannten Werten identisch, als Grenzwert verwendet er 0,4. Vgl. Hadwich (2003), S. 122.

¹³⁴⁷ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 8.

¹³⁴⁸ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 12, Flacke (2007), S. 202.

¹³⁴⁹ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 12.

¹³⁵⁰ Vgl. Churchill (1979), S. 68.

¹³⁵¹ Vgl. Bortz (2005), S. 495.

toren zu reduzieren.¹³⁵² Dabei liegen a priori keine Hypothesen über die Faktorzuordnung vor. Da bei der Konzeptualisierung angenommen worden ist, dass es sich bei den Indikatoren um reflektive Indikatoren handelt und die Faktoren somit die ihm zugeordneten Indikatoren verursachen, impliziert diese Kausalität die Anwendung der Hauptachsenanalyse als Faktorextrahierungsmethode. Bei der Hauptachsen-Faktorenanalyse wird unterstellt, dass die Varianz einer Variablen in einen Anteil zerlegt werden kann, den diese Variable mit den restlichen Variablen gemein hat sowie in einen solchen, der ausschließlich auf die spezifische Variable zurückzuführen ist. Lediglich die gemeinsamen Varianzen der Variablen, die so genannten Kommunalitäten, sollen durch das Modell erklärt werden.¹³⁵³ Da in allen Fällen alle Indikatoren nur auf einen Faktor hochladen, ist eine Rotation der Faktoren nicht nötig.¹³⁵⁴ Nachdem die Indikatoren mit Hilfe der explorativen Faktorenanalyse zu Faktoren verdichtet worden sind, können Aussagen zur Konvergenz- und Diskriminanzvalidität getroffen werden.¹³⁵⁵ Wenn alle Indikatoren auf einen Faktor hinreichend hoch laden und gleichzeitig in Bezug auf alle anderen Faktoren deutlich niedrigere Faktorladungen aufweisen, so kann von einer hinreichenden Konvergenz- und Diskriminanzvalidität ausgegangen werden.¹³⁵⁶ Anhand des Kaiser-Kriteriums wird geprüft, ob mittels der Faktorextraktion auch nur ein Faktor extrahiert wird. Andernfalls kann kein sinnvolles Maß an konvergenter Validität gegeben sein.¹³⁵⁷ Des Weiteren muss durch diesen Faktor mindestens 50% der Varianz der zugehörigen Indikatoren erklärt werden. Ist dies nicht der Fall, wird geprüft, inwiefern durch die Elimination der Indikatoren mit den zu geringen Faktorladungen eine Verbesserung erzielt werden kann.

Anschließend werden die übrig gebliebenen Indikatoren mit einer konfirmatorischen Faktorenanalyse unter der Annahme einer einfaktoriellen Struktur analysiert. In diesem Kontext wird auf die zuvor dargestellten Gütekriterien der zweiten Generation zurückgegriffen.¹³⁵⁸ Dazu werden für jeden Faktor die Indikatorreliabilität, die Faktorreliabilität und die durchschnittlich erfasste Varianz ermittelt. Werden allerdings mehrere Kriterien nicht eingehalten, so wird geprüft, inwiefern durch Elimination der Indikatoren mit einer niedrigen Faktorladung eine Verbesserung erzielt werden kann. Im Ergebnis liegen mehrere Faktoren vor, die jeweils auf einer unter den Gesichtspunkten der Reliabilität und der konvergenten Validität bereinigten Indikatormenge basieren.

Die letzte Untersuchungsstufe B bezieht sich auf das gesamte Messmodell. In dieser Untersuchungsstufe kommt das Fornell/Larcker-Kriterium zur Überprüfung der Diskriminanzvalidität der Faktoren zum Einsatz. Ferner erfolgt in diesem Schritt auch die Beurteilung der nomologischen Validität.

¹³⁵² Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 259 ff.

¹³⁵³ Vgl. Pepels (1995), S. 338.

¹³⁵⁴ Vgl. hierzu die Auswertungen in Kapitel B.3.2.4.

¹³⁵⁵ Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 118.

¹³⁵⁶ Vgl. Unterreitmeier (2004), S. 118.

¹³⁵⁷ Vgl. hier und im Folgenden Homburg/Giering (1996), S. 12.

¹³⁵⁸ Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 12.

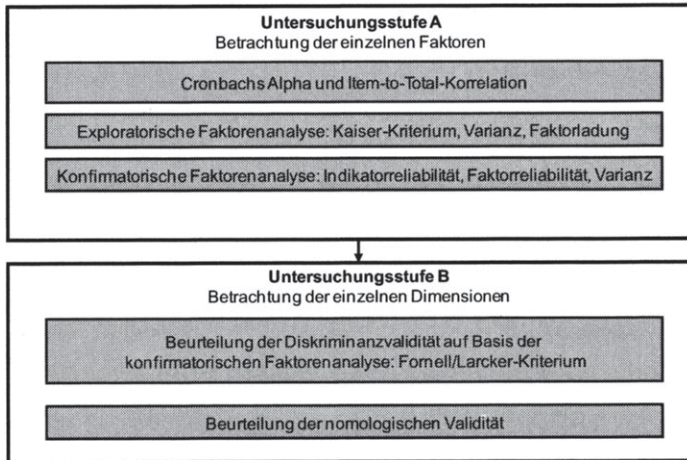


Abb. B-21: Vorgehensweise bei der quantitativen Analyse¹³⁵⁹

3.2.4 Durchführung der quantitativen Analyse

Bevor die Faktorenanalyse eingesetzt wird, werden zunächst die Anwendungsvoraussetzungen geprüft. Die dazu durchgeführten Schritte und Ergebnisse sind in Tab. B-51 dargestellt.

¹³⁵⁹ Eigene Darstellung in Anlehnung an Homburg/Giering (1996), S. 12.

Anwendungsvoraussetzung	Test	Beurteilung
Ausreichende Korrelation der Variablen (Sphärizität)	Bartletttest auf Nicht-Sphärizität mit Überprüfung der Signifikanz des Chi-Quadrat-Wertes ¹³⁶⁰	Bei allen untersuchten Faktoren gegeben.
Näherungsweise Diagonalmatrixform der Anti-Image-Kovarianz-Matrix	Kriterium nach Dziuban/Shirkey: Anteil der Nicht-Diagonalelemente mit Werten ungleich null (>0,09) in der Anti-Image-Kovarianz-Matrix muss geringer als 25% sein ¹³⁶¹	Der Anteil ist bei mehreren Faktoren größer 25%. Die Voraussetzungen sind hier nur eingeschränkt erfüllt.
Vorabprüfung der Zusammengehörigkeit von Variablen i.S.d. „Measure of Sampling Adequacy“ (MSA)	Globales MSA-Kriterium (Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium) auf Basis der Anti-Image-Korrelationsmatrix ¹³⁶²	Die Werte sind bei allen Faktoren „Mäßig“ bis „Mittelprächtig“.
Fallanzahl entspricht mind. der Variablenanzahl	Vergleich der Fallanzahl und der Variablenanzahl	Die Fallzahl liegt im schlechtesten Fall bei N=207. Die maximale Variablenzahl je Untersuchung beträgt 4.
Mindestens Intervallskalierung der Variablen	Prüfung des Skalenniveaus	Die Daten liegen als sechsstufige Ratingskala vor.

Tab. B-51: Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen für die Faktorenanalyse¹³⁶³

Die Anwendungsvoraussetzungen für die Faktorenanalyse wurden somit im Wesentlichen eingehalten. Bei BACKHAUS ET AL. wird das MSA-Kriterium als wichtigstes Kriterium angesehen und selbiges ist bei allen Faktoren erfüllt.¹³⁶⁴ Im Folgenden werden nun die Untersuchungsergebnisse für die einzelnen Faktoren dargestellt. Es wird an dieser Stelle vorweggenommen, dass im Rahmen der exploratorischen Faktorenanalyse stets genau ein Faktor extrahiert wurde.

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
VERLÄSS_INF	0,8052 (für 4 von 4 Items)	0,7242	0,5245	0,8087	51,55%	0,4509	1,1431
EINHALT_ABS		0,6234	0,3886				
VERLÄSS_ENT		0,7308	0,5342				
QUAL_MA		0,7839	0,6146				

Tab. B-52: Untersuchung der organisationalen Glaubwürdigkeit

Bei der Vertrauensdimension „Organisationale Glaubwürdigkeit“ wurden mit Ausnahme der Indikatorreliabilität bei dem Indikator EINHALT_ABS alle Gütekriterien erfüllt (vgl. Tab. B-52). Cronbachs Alpha liegt mit 0,8052 über dem Wert von GANE-

¹³⁶⁰ Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 273 f.

¹³⁶¹ Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 275 f.

¹³⁶² Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 276.

¹³⁶³ Vgl. Hadwich (2003), S. 127. Zu den Anwendungsvoraussetzungen vgl. ausführlich Backhaus et al. (2006), S. 273 ff. Die detaillierten Untersuchungsergebnisse können dem Anhang 3, Tab. AN 3-1 und Tab. AN 3-2 entnommen werden.

¹³⁶⁴ Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 276.

SAN/HESS von 0,75, die in ihrer Studie ebenfalls eine Messung der organisationalen Glaubwürdigkeit vorgenommen haben.¹³⁶⁵

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
NICHT_NACHTEIL	0,5977	0,5814	0,3381	0,6179	30,48%	0,3526	0,8644
ERWAR_VERSTÄ	(für 4 von 4 Items)	0,3372	0,1137				
RECHT_INFO		0,7508	0,5637				
VERTMITT_KUND		0,4511	0,2035				

Tab. B-53: Untersuchung des organisationalen Wohlwollens

Bei der Vertrauensdimension „Organisationales Wohlwollen“ wurden einige Gütekriterien nicht erfüllt (vgl. Tab. B-53). Während in der vorliegenden Untersuchung nur ein Alpha von 0,5977 ermittelt wurde, haben GANESAN/HESS einen Alphakoeffizienten von 0,87 erzielt.¹³⁶⁶ Dies könnte unter anderem eine Konsequenz der erforderlichen Adaption an den Bankenkontext sein. Eine Verbesserung der Güte durch Elimination einzelner Indikatoren oder durch Änderung der Faktorenstruktur konnte nicht erzielt werden.¹³⁶⁷ So wurde geprüft, inwiefern durch eine Aufhebung der Trennung zwischen organisationalem und personalem Wohlwollen bessere Ergebnisse erzielt werden, da bei den Unternehmen der Datenbasis vielfach eine Einheit von Eigentum und Leitung besteht und somit diese beiden Dimensionen aus Sicht des Firmenkundenbetreuers möglicherweise nicht separierbar sind. Ferner wurde auch geprüft, ob die Aufhebung der Trennung zwischen organisationalem Wohlwollen und organisationaler Glaubwürdigkeit zu einer Verbesserung der Qualität führt, da möglicherweise die Trennung dieser beiden Dimensionen nicht der Wahrnehmung des Firmenkundenbetreuers entspricht. Aber auch hier konnte keine Verbesserung erzielt werden. Bei der Weiterverwendung dieses Faktors in den weiteren Untersuchungen muss diese Einschränkung berücksichtigt werden.

¹³⁶⁵ Vgl. Ganesan/Hess (1997), S. 444

¹³⁶⁶ Vgl. Ganesan/Hess (1997), S. 444.

¹³⁶⁷ Sofern die Werte für Cronbachs Alpha nicht über der geforderten Schwelle von 0,7 liegen, wurde jeweils durch Elimination der Indikatoren mit der niedrigsten Item-To-Total-Korrelation geprüft, inwiefern dadurch bessere Werte für Cronbachs Alpha erzielt werden können. In den dargestellten Tabellen wird nur das Ergebnis nach Prüfung dieses Schritts ausgewiesen. D.h. in der vorliegenden Untersuchung konnte durch die Elimination einzelner Kriterien keine Verbesserung erzielt werden.

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
OFF_ERLÄUT	0,6448	0,7574	0,5736	0,6749	35,80%	0,4509	0,7938
BRANCHINFO	(für 4 von 4 Items)	0,7099	0,5039				
KENNT_BWL		0,4178	0,1745				
STELL_UNANG_FORD		0,4240	0,1798				

Tab. B-54: Untersuchung der personalen Glaubwürdigkeit

Bei der Vertrauensdimension „Personale Glaubwürdigkeit“ wurden ebenfalls einige Gütekriterien nicht erfüllt (vgl. Tab. B-54). Cronbachs Alpha liegt mit 0,6448 nur ganz knapp unter dem Schwellenwert und unter den entsprechenden Werten von GANESAN/HESS (Alpha: 0,72)¹³⁶⁸ und GANESAN (Alpha für Personale Glaubwürdigkeit des Herstellers bzw. des Händlers: 0,88 bzw. 0,76).¹³⁶⁹

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
INKAUF_FORM_TÄT	0,5734	0,1784	0,0318	0,6138	31,75%	0,4421	0,7180
PERS_KONT_UNZU	(für 4 von 4 Items)	0,5688	0,3236				
INKAUF_UNAN		0,5629	0,3169				
FREUND_BEZ		0,7731	0,5976				

Tab. B-55: Untersuchung des personalen Wohlwollens

Ebenso wurden bei der Vertrauensdimension „Personales Wohlwollen“ nicht alle Gütekriterien erfüllt (vgl. Tab. B-55). Cronbachs Alpha liegt mit 0,5734 unter dem Anspruchsniveau und auch deutlich unter den entsprechenden Werten von GANESAN/HESS (Alpha: 0,91)¹³⁷⁰ und GANESAN (Alpha für Personales Wohlwollen des Hersteller bzw. des Händlers: 0,88 bzw. 0,76)¹³⁷¹. Während bisher die Vertrauensdimensionen betrachtet wurden, erfolgt im Folgenden die Analyse der Commitment-Dimensionen.

¹³⁶⁸ Vgl. Ganesan/Hess (1997), S. 444.

¹³⁶⁹ Vgl. Ganesan (1994), S. 17.

¹³⁷⁰ Vgl. Ganesan/Hess (1997), S. 444

¹³⁷¹ Vgl. Ganesan (1994), S. 17.

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
WECHS_BANK	0,7740	0,7732	0,5978	0,7746	53,44%	0,0992	5,3867
INFO_NEU_BANK	(für 3 von	0,7162	0,5129				
VERTR_AKT_BANK	3 Items)	0,7017	0,4924				

Tab. B-56: Untersuchung der organisationalen Gebundenheit

Hinsichtlich der Commitment-Dimension „Organisationale Gebundenheit“ konnten alle Gütekriterien erfüllt werden (vgl. Tab. B-56). Eine Verwendung in den weiteren Untersuchungen ist ohne Einschränkungen möglich.

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² max	Fornell/Larcker
ANGEN_ZSARB	0,7729	0,6251	0,3908	0,7785	54,31%	0,3658	1,4848
UNT_GEN_ID	(für 3 von	0,7299	0,5327				
UNT_GP	3 Items)	0,8400	0,7057				

Tab. B-57: Untersuchung der organisationalen Verbundenheit

Bei der Commitment-Dimension „Organisationale Verbundenheit“ konnten mit Ausnahme der Indikatorreliabilität des Indikators ANGEN_ZSARB, welcher die geforderte Schwelle von 0,4 nur minimal unterschritten hat, alle Gütekriterien erfüllt werden (vgl. Tab. B-57). Eine Verwendung in den weiteren Untersuchungen ist ohne Einschränkungen möglich.¹³⁷²

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² Max	Fornell/Larcker
WICHT_WECH_FKB	0,7488	0,6008	0,3610	0,7525	50,76%	0,4421	1,1482
WICHT_PERS_KON	(für 3 von	0,6908	0,4773				
KEIN_BANK_WE	3 Items)	0,8275	0,6847				

Tab. B-58: Untersuchung der personalen Verbundenheit

Ebenso konnten bei der Commitment-Dimension „Personale Verbundenheit“ mit Ausnahme der Indikatorreliabilität des Indikators WICHT_WECH_FKB, welcher die geforderte Schwelle von 0,4 geringfügig unterschritten hat, alle Gütekriterien erfüllt werden (vgl. Tab. B-58). Eine Verwendung in den weiteren Untersuchungen ist ohne Einschränkungen möglich.

¹³⁷² Die Faktorreliabilität ist gemäß Homburg/Giering das deutlich wichtigere Kriterium. Vgl. Homburg/Giering (1996), S. 12.

Indikator	Cronbachs Alpha	Faktorladung	Indikatorreliabilität	Faktorreliabilität	DEV	Korrel ² Max	Fornell/Larcker
WICHT PERS KON	0,8020	0,7655	0,5860	0,8042	50,81%	0,3677	1,3817
KEIN BANK WE	(für 4 von 4 Items)	0,7488	0,5607				
FREUND BEZ		0,7055	0,4977				
PERS KONT UNZU		0,6229	0,3880				

Tab. B-59: Untersuchung des personalen Wohlwollens und der personalen Verbundenheit

In den bisherigen, dem Autor bekannten Studien wurden die Konstrukte Vertrauen und Commitment nie gemeinsam in vergleichbarer Form, d.h. unter Berücksichtigung der verschiedenen Dimensionen, untersucht. Es besteht allerdings eine inhaltliche Nähe zwischen der personalen Verbundenheit und dem personalen Wohlwollen. Die personale Verbundenheit ist in gewisser Weise eine Voraussetzung oder ein Förderer des personalen Wohlwollens. Es konnte eine leichte Verbesserung der Güte erreicht werden, indem diese beiden Dimensionen zusammengefasst und in einem gemeinsamen Faktor untersucht wurden (vgl. Tab. B-59). In den weiteren Untersuchungen wird dieser zusätzliche Faktor somit jeweils ergänzend betrachtet.

In Tab. B-60 wird eine zusammenfassende Beurteilung der Faktoren hinsichtlich der Erfüllung der Gütekriterien und somit der Verwendungsmöglichkeit für die weiteren Untersuchungen gegeben. Bei Verwendung der von HADWICH vorgeschlagenen Grenzwerte überschreiten die Faktorladungen von allen Faktoren den Grenzwert von 0,4 und alle Indikatorreliabilitäten mit Ausnahme des Indikators INKAUF_FORM_TÄT den Grenzwert von 0,1.¹³⁷³ Im Rahmen der vorliegenden Konstruktmesung wurde für jedes Unternehmen ein Faktorwert ermittelt, der in den Analysen verwendet werden kann.

Wie in Kapitel B.3.2.1 dargelegt, kann die Beurteilung der nomologischen Qualität aufgrund der fehlenden Theorie für den Gesamtzusammenhang nicht adäquat erfolgen. Aus diesem Grund wurde die bereits vorgenommene Einordnung in den theoretischen Bezugsrahmen als ausreichend für die Beurteilung erachtet. Nach der Bildung der Faktoren für die verschiedenen Vertrauens- und Commitment-Dimensionen folgt nun die eigentliche Hypothesenprüfung.

¹³⁷³ Vgl. Hadwich (2003), S. 122.

Faktor	Weitere Verwendung
Organisationale Glaubwürdigkeit	ohne Einschränkung
Organisationales Wohlwollen	nur mit leichter Einschränkung
Personale Glaubwürdigkeit	nur mit leichter Einschränkung
Personales Wohlwollen	nur mit leichter Einschränkung
Organisationale Gebundenheit	ohne Einschränkung
Organisationale Verbundenheit	ohne Einschränkung
Personale Verbundenheit	ohne Einschränkung
Personales Wohlwollen und Verbundenheit	ohne Einschränkung

Tab. B-60: Zusammenfassende Beurteilung der Faktoren

3.3 Allgemeines Vorgehen bei der Korrelationsanalyse

In den nachfolgenden Kapiteln wird der Einfluss der unabhängigen Variablen auf die abhängigen Variablen untersucht. Die Analyse des Einflusses erfolgt zunächst in einem univariaten und anschließend in einem multivariaten Zusammenhang. Die Korrelationsanalyse liefert aufgrund der univariaten Betrachtung erste Erkenntnisse für potenzielle Zusammenhänge zu den ökonomischen Parametern und somit eine Grundlage für die Auswahl der in den weiteren Analysen zu verwendenden Variablen. So kann mittels des Korrelationskoeffizienten die Stärke des Zusammenhangs zweier Variablen bestimmt werden, wobei der Korrelationskoeffizient darauf beschränkt ist, lineare Zusammenhänge zu identifizieren,¹³⁷⁴ eine Aussage über die Richtung des Zusammenhangs kann mit Hilfe der Korrelationsanalyse jedoch nicht getätigt werden.¹³⁷⁵ Bei der Ermittlung der Korrelationskoeffizienten ist in Abhängigkeit vom Skalenniveau der getesteten Variablen das entsprechende Korrelationsmaß (vgl. Tab. B-61) auszuwählen, wobei in Tab. B-61 nur die für die vorliegende Studie relevanten Maße dargestellt werden.

Die Verwendung von bivariaten Korrelationskoeffizienten kann – bei theoriefreier Auswertung der Ergebnisse – schnell zu falschen Schlussfolgerungen führen. Bei der Interpretation der Ergebnisse der Korrelationsanalyse ist zu überlegen, wie die Variablen aufeinander wirken. Bei der Analyse der Korrelationen zwischen den ökonomischen Parametern und den Einflussfaktoren ist zu hinterfragen, woher der Zusammenhang resultiert. Dies wird insbesondere bei der Interpretation der noch folgenden Regressionsanalysen bedeutsam. Es muss eine Unterscheidung zwischen Moderator- und Mediatoreffekten vorgenommen werden (vgl. Abb. B-22). Ein Moderatoreffekt liegt dann vor, wenn eine Variable (die sog. „Moderatorvariable“) den Effekt einer (oder mehrerer) X-Variablen beeinflusst. Die Moderatorvariable beeinflusst somit den Effekt auf die Y-Variable, nicht unmittelbar die Ausprägung der Y-Variable.¹³⁷⁶

¹³⁷⁴ Vgl. Brosius (2002), S. 495.

¹³⁷⁵ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 199.

¹³⁷⁶ Vgl. Urban/Mayerl (2006), S. 293.

Korrelationsmaß	Skalenniveau der Variablen
Pearsons Korrelationskoeffizient ¹³⁷⁷	Zwei metrische (intervallskalierte Variablen) mit gemeinsamer zweidimensionaler Normalverteilung in Grundgesamtheit
Punktbiserialer Korrelationskoeffizient ¹³⁷⁸	Eine metrische (intervallskalierte Variable) und eine dichotome Variable
Rangkorrelationskoeffizient Spearmans Rho ¹³⁷⁹	Zwei mind. ordinale, eine nicht-metrische
Kendall's Tau ¹³⁸⁰	Zwei mind. ordinale, eine nicht-metrische

Tab. B-61: Korrelationskoeffizienten in Abhängigkeit vom Skalenniveau

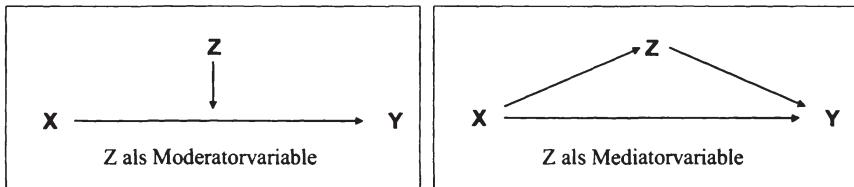


Abb. B-22: Z als Moderatorvariable und als Mediatorvariable¹³⁸¹

Im Unterschied dazu spricht man von einem Mediatoreffekt, wenn ein direkter Effekt zwischen zwei Variablen durch den Einfluss einer weiteren Variablen (der sog. „Mediatorvariablen“) unterbrochen wird.¹³⁸² Während Moderatorvariablen den Einfluss einer unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable verändern, spricht man von Mediatorvariablen, wenn eine unabhängige Variable nicht oder nicht ausschließlich direkt, sondern über ein dritte Variable auf die abhängige Variable einwirkt.¹³⁸³ Im Rahmen der Regressionsanalyse sind Mediatoreffekte zu berücksichtigen. Denn die Mediatorvariable ist dann sowohl eine abhängige Variable (in Bezug auf X) als auch eine unabhängige Variable (in Bezug auf Y). Bspw. beeinflusst die Branche die Finanzierungsstruktur des Unternehmens. Die Finanzierungsstruktur des Unternehmens wiederum beeinflusst die Kreditkonditionen. Die Branche beeinflusst somit indirekt die Kreditkonditionen. Möglicherweise hat die Branche selbst aber auch einen direkten Einfluss auf die Kreditkonditionen, weil bspw. die Risikopolitik der Bank vorschreibt, nur in Ausnahmefällen Kredite an Bauunternehmen zu vergeben. Eine Auseinandersetzung mit den Zusammenhängen der unabhängigen Variablen scheint ferner aus folgendem Grund geboten. Die Integration einer Mediatorvariablen in das Regressionsmodell kann dazu führen, dass eine X-Variable, die keinen signifikanten totalen Effekt auf Y aufweist, starke statistisch signifikante indirekte und direkte Effekte auf Y ausübt, die jedoch in gegenläufiger Richtung wirken und sich daher in der Summe

¹³⁷⁷ Vgl. Brosius (2002), S. 500.
¹³⁷⁸ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 108.
¹³⁷⁹ Vgl. Brosius (2002), S. 508.
¹³⁸⁰ Vgl. Brosius (2002), S. 508.
¹³⁸¹ Vgl. Urban/Mayerl (2006), S. 294.
¹³⁸² Vgl. Urban/Mayerl (2006), S. 293.
¹³⁸³ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 3.

im totalen Effekt aufheben. Dies wäre bspw. denkbar bei gleichzeitiger Integration der Eigenkapitalquote und der Fremdkapitalquote in eine Regression. Während die Eigenkapitalquote einen stark positiven, und die Fremdkapitalquote einen stark negativen Effekt auf die abhängige Variable ausübt, kann die inverse Relation der beiden Variablen bei der gemeinsamen Berücksichtigung in einer Regression dazu führen, dass der Gesamteffekt der Variablen oder einer der Variablen aufgehoben wird.

Wenn also eine Korrelation zwischen X und Z sowie zwischen Y und Z besteht, so besteht auch eine Korrelation zwischen X und Y. Wenn die Korrelation zwischen X und Y allerdings bei Ausschalten von Z verschwindet, so handelt es sich hierbei lediglich um eine Scheinkorrelation zwischen X und Y.¹³⁸⁴ In diesem Fall ist eine Partialkorrelation zu ermitteln.¹³⁸⁵ Unter der Partialkorrelation wird die Korrelation verstanden, die zwischen zwei Variablen verbleibt, nachdem die Korrelation entfernt wurde, die aus dem wechselseitigen Zusammenhang mit den anderen Variablen stammt.

Bevor die Korrelationen zwischen der abhängigen und den unabhängigen Variablen ermittelt werden, muss somit geprüft werden, ob bivariate oder partielle Korrelationen heranzuziehen sind. Partielle Korrelationen werden schließlich für all die Fälle berechnet, für die zuvor eine mediierte Beziehung zweier unabhängiger Variablen unterstellt wurde. Bei der Ermittlung partieller Korrelationskoeffizienten können Kontrollvariablen angegeben werden, von denen vermutet wird, dass sie einen Einfluss auf die Werte ausüben und somit die Korrelationskoeffizienten verzerren.¹³⁸⁶ Die Festlegung, ob bei einer Variablen eine mediierte Beziehung vorliegt, basiert sowohl auf der berechneten bivariaten Korrelation zwischen den unabhängigen Variablen als auch auf inhaltlich plausiblen Überlegungen. Das Vorgehen ist folgerichtig derart, dass zunächst die bivariaten Korrelationen ermittelt und anschließend die Zusammenhänge inhaltlich hinterfragt werden. In Abhängigkeit von diesen Ergebnissen werden bivariate oder partielle Korrelationen mit den abhängigen Variablen ermittelt. Sofern diese ermittelten Korrelationen signifikant sind, kann von einem Zusammenhang mit der abhängigen Variablen ausgegangen werden. Diese Variablen werden schließlich in den weiteren Regressionsanalysen mit den abhängigen Variablen berücksichtigt. Zusammengefasst stellt sich das Vorgehen hinsichtlich der Korrelationsanalyse, wie in Abb. B-23 visualisiert, dar.

¹³⁸⁴ Vgl. Bortz/Döring (2006), S. 510.

¹³⁸⁵ Zur Auspartialisierung von Drittvariablen bei der Beziehung von zwei Variablen vgl. Diaz-Bone (2006), S. 120.

¹³⁸⁶ Vgl. Brosius (2002), S. 512.

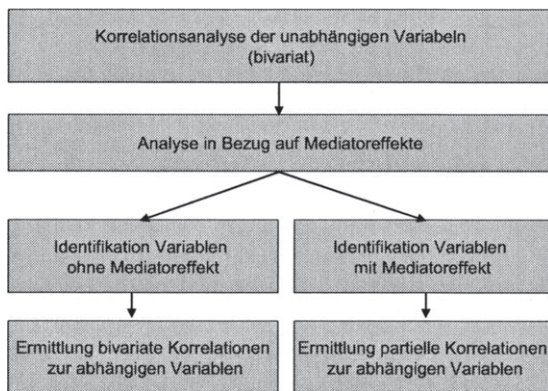


Abb. B-23: Korrelationsanalysen unter Berücksichtigung von Mediatoreffekten

3.4 Überprüfung der Hypothesen zum Zinssatz

3.4.1 Operationalisierung des Zinssatzes

Aufgrund der unterschiedlichen Herangehensweise in den existierenden Studien¹³⁸⁷ sowie aufgrund der Vielzahl der Produktbeziehungen zwischen Kunde und Bank und somit verschiedener in Frage kommender Zinssätze ist in einem ersten Schritt zu klären, was der relevante Zinssatz ist, der im weiteren Verlauf als abhängige Variable untersucht werden wird. Während einige Studien auf den Zinssatz für Darlehen zurückgreifen, z.B. PETERSEN/RAJAN, DEGRYSE/VAN CAYSEELE und LEHMANN/NEUBERGER, verwenden andere Studien den Zinssatz für die Kreditlinie, z.B. BERGER/UDELL, ANGELINI/DI SALVO/FERRI, HARHOFF/KÖRTING und ELSAS/KRAHNEN.¹³⁸⁸

PETERSEN/RAJAN ziehen den Zinssatz für Darlehen heran, so dass in die Untersuchung somit bspw. auch Hypothekendarlehen und Darlehen für Maschinen oder Fahrzeuge mit einfließen.¹³⁸⁹ Ein ähnliches Vorgehen wählen DEGRYSE/VAN CAYSEELE. Für Darlehen mit Festzinssatz verwenden sie den Effektivzins und für Darlehen mit variablem Zinssatz den Zinssatz bis zur nächsten Zinsanpassung.¹³⁹⁰

Der geeignetste Zinssatz gemäß BERGER/UDELL ist der variable Zinssatz bei Kreditlinien.¹³⁹¹ Durch die Fokussierung auf Kreditlinien werden gemäß BERGER/UDELL korrekterweise die Kredite aus der Analyse ausgeschlossen, die eher transaktions- statt

¹³⁸⁷ Vgl. hierzu auch Kapitel A.4.3.2.2.

¹³⁸⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12, Degryse/Van Cayseele (2000), S. 95, Lehmann/Neuberger, S. 350, Berger/Udell (1995), S. 353, Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936, Harhoff/Körting (1998a), S. 10, Elsas/Krahn (1998), S. 1302.

¹³⁸⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 12.

¹³⁹⁰ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 95.

¹³⁹¹ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 353.

beziehungsgetrieben sind, so dass dadurch eine Verwässerung der „Relationship Lending“-Ergebnisse vermieden wird.¹³⁹² Ebenso wie BERGER/UDELL rekurren auch ANGELINI/DI SALVO/FERRI¹³⁹³ und HARHOFF/KÖRTING¹³⁹⁴ auf den Zinssatz für die Kreditlinie.

Es erscheint auch für die vorliegende Studie sinnvoll, auf den Zinssatz für die Kreditlinie zurückzugreifen. Zunächst soll allerdings kurz die Besonderheit des Betriebsmittelkredits, der in Form dieser Kreditlinie zur Verfügung gestellt wird, erläutert werden, da sich aus den Besonderheiten im Vergleich zu Darlehen Implikationen für die Untersuchung ergeben. Betriebsmittelkredite dienen in der Regel zur Finanzierung von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen oder bezogenen Fertigerzeugnissen.¹³⁹⁵ Es existiert anders als bei Darlehen üblicherweise kein direkter Bezug zu einem konkreten Finanzierungsobjekt. Die Bereitstellung erfolgt in Form einer Kreditlinie auf dem Kontokorrentkonto der Unternehmung und die Rückzahlung wird in aller Regel aus Umsatzerlösen geleistet. Als Sicherheit dient häufig die Zession der Kundenforderungen des Unternehmens oder die Sicherungsübereignung von Lagerbeständen des Unternehmens. Die Inanspruchnahme kann innerhalb der vereinbarten Laufzeit bis zur Höhe des eingeräumten Verfügungsrahmens beliebig erfolgen. Ferner ist der Zins in aller Regel variabel, d.h. abhängig von Marktzinssätzen, z.B. dem 3-Monats-Euribor. Bei Darlehen hingegen existiert in aller Regel ein konkretes Finanzierungsobjekt, welches häufig als Sicherheit herangezogen wird. Die Rückzahlung erfolgt gemäß einem festen Tilgungsplan.¹³⁹⁶

Aufgrund der zuvor genannten Argumente wird der Zinssatz des Kontokorrentkontos des Kunden verwendet. Sofern der Kunde mehrere Kontokorrentkonten bei der Bank unterhält, wurde in dieser Studie das Kontokorrentkonto mit dem größten externen Limit, d.h. dem größten Verfügungsrahmen, herangezogen. Im Kernzeitraum der Datenerhebung schwankte der 3-Monats-Euribor in einer Bandbreite von 4,576% am 11. Januar und 4,953% am 12. Dezember 2007.¹³⁹⁷ Da allerdings unbekannt ist, inwiefern diese Änderungen bereits im Kreditzins eingepreist und somit an den Kunden weitergegeben worden sind, wird auf eine Korrektur verzichtet. Die konkrete Änderung des Kundenzinssatzes durch das einzelne Institut steht aufgrund der sog. Zinsanpassungsklausel im billigen Ermessen des Instituts in Abhängigkeit von der jeweiligen Refinanzierungssituation desselben.¹³⁹⁸ Gemäß der Zinsanpassungsklausel des BVR aus dem Jahr 2001 erfolgt die Anpassung in einem einmonatigen Prüfintervall, die Margenanpassung bei dem Kunden wird bei Überschreiten einer Veränderung des Referenzzinssatzes von mindestens 0,25 Prozentpunkten vorgenommen und als Referenzzins-

¹³⁹² Vgl. Berger/Udell (1995), S. 353.

¹³⁹³ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 936.

¹³⁹⁴ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 10.

¹³⁹⁵ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 179.

¹³⁹⁶ Häufig besteht die Möglichkeit, neben den festgelegten Tilgungen Sondertilgungen zu leisten.

¹³⁹⁷ Vgl. Bundesbank (2007) und Bundesbank (2008c). Die detaillierte Zinsentwicklung kann dem Anhang 4, Abb. AN 4-1 entnommen werden.

¹³⁹⁸ Vgl. BVR (2007b), S. 4.

satz wird der 3-Monats-Euribor verwendet.¹³⁹⁹ Es ist unbekannt, zu welchen Stichtagen die Banken der vorliegenden Studie jeweils die Prüfung und zu welchen Stichtagen die Banken jeweils die Anpassung vornehmen. Zwar gab es innerhalb der einzelnen Monate Tage, an denen der Zinssatz um mehr als 0,25-Prozentpunkten im Vergleich zum Stichtag gestiegen bzw. gefallen ist, bei ausschließlicher Betrachtung der Monatsstichtage hingegen befanden sich die Werte weitestgehend im Schwankungsbereich, so dass keine explizite Berücksichtigung des Marktzinsniveaus erforderlich ist.¹⁴⁰⁰ Im Rahmen des billigen Ermessens bleibt es der Bank überlassen, ob sie die Zinsänderungen in voller Höhe an den Kunden weitergibt. Neben den Veränderungen der Marktkonditionen könnten aufgrund des Ermessensspielraums möglicherweise auch kunden- oder beziehungsspezifische Aspekte, wie die Zinssensibilität des Kunden, berücksichtigt werden. Bei den weiteren Auswertungen wird somit ein unbereinigter Zins des Kontokorrentkontos des jeweils betrachteten Unternehmens verwendet.

3.4.2 Korrelations- und Regressionsanalyse

3.4.2.1 Durchführung der Korrelationsanalyse

Im ersten Schritt erfolgt eine bivariate Korrelationsanalyse aller unabhängigen Variablen unter Berücksichtigung des Skalenniveaus. Im zweiten Schritt werden die Variablen insbesondere auf mögliche Mediatoreffekte hin untersucht. Schließlich werden die bivariaten und ggf. auch partiellen Korrelationen in Bezug auf den Zinssatz ermittelt. Datengrundlage für die Korrelationsanalysen mit Hinblick auf den Kreditzins ist wie zuvor erwähnt ein reduzierter Datensatz. Kunden mit einer Ausfallwahrscheinlichkeit größer gleich 20,00% werden aus den Untersuchungen zum Zinssatz ausgeschlossen, da bei einer Ausfallwahrscheinlichkeit in dieser Größenordnung davon ausgegangen wird, dass der Zinssatz auch bei einer ansonsten vollständig risikoorientierten Bepreisung nach anderen Kriterien festgelegt wird. Für die folgenden Analysen wird somit eine Datenbasis mit nunmehr 214 Datensätzen zugrunde gelegt.

Korrelationsanalyse der unabhängigen Variablen

In Kapitel A.3.3 wurde beschrieben, dass zunächst eine Korrelationsanalyse der unabhängigen Variablen erfolgen muss, um Interaktionseffekte zwischen den unabhängigen Variablen zu identifizieren. Die Korrelationsanalysen werden zu diesem Zweck zunächst separat für die verschiedenen inhaltlichen Bereiche durchgeführt, da insbesondere innerhalb der einzelnen Bereiche starke Zusammenhänge erwartet werden:

¹³⁹⁹ Vgl. BVR (2007b), S. 3.

¹⁴⁰⁰ Folgende Stichtags-Werte für den 3-Monats-Euribor wurden herangezogen: 31.10.2007: 4,603%, 30.11.2007: 4,81% 31.12.2007: 4,684 %, 31.01.2008: 4,374%. Vgl. Bundesbank (2007) und Bundesbank (2008c). Bei einer Bank wurde die Datenerhebung kurz nach dem 31.01.2008 durchgeführt, hier könnte möglicherweise eine Anpassung stattgefunden haben. Auf diese Korrektur wurde allerdings verzichtet.

- Finanzkennzahlen des Unternehmens
- Sonstige unternehmensbezogene Daten
- Beziehungsbezogene Daten
- Verhaltenswissenschaftliche Daten
- Bankbezogene Daten

Anschließend werden Interdependenzen zwischen den Variablen unterschiedlicher Bereiche analysiert, bei denen ein inhaltlicher Zusammenhang vermutet wird. Es folgt die Analyse der Korrelationen mit dem Zinssatz.

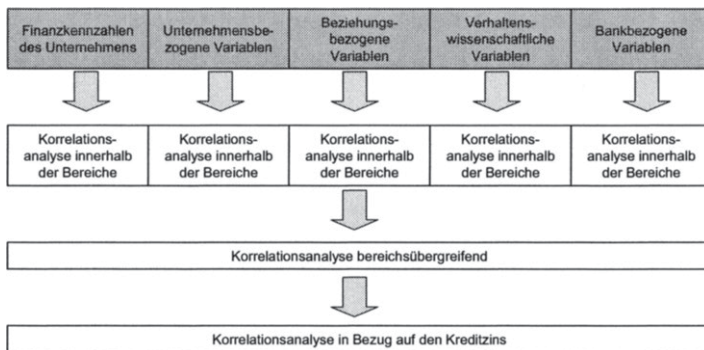


Abb. B-24: Vorgehen hinsichtlich der Korrelationsanalysen zum Zinssatz

Finanzkennzahlen des Unternehmens

Im ersten Schritt muss festgelegt werden, bei welchen Finanzkennzahlen ein Einfluss auf den Kreditzins vermutet wird und welche Kennzahlen infolgedessen im Rahmen der Analyse berücksichtigt werden sollen. Hinsichtlich der Finanzkennzahlen sind im Wesentlichen folgende Szenarien hinsichtlich der Bedeutung für den Zinssatz denkbar:

- **Szenario 1:** Ausschlaggebend ist allein die Ausfallwahrscheinlichkeit des Kunden als verdichtete Größe und alle relevanten Finanzkennzahlen sind in der Ausfallwahrscheinlichkeit berücksichtigt. Es werden keine weiteren Finanzkennzahlen bei der Bepreisung berücksichtigt.
- **Szenario 2:** Die Ausfallwahrscheinlichkeit wird bei der Bepreisung zwar als Anhaltspunkt verwendet, dennoch werden weitere ergänzende Finanzkennzahlen bei der Festlegung des Zinssatzes berücksichtigt.
- **Szenario 3:** Die Ausfallwahrscheinlichkeit wird überhaupt nicht explizit berücksichtigt. Vielmehr zieht der Firmenkundenbetreuer bzw. die Marktfolge ausschließlich klassische Kennzahlen bei der Bepreisung heran, losgelöst vom Rating. Dieser Fall ist nur relevant, sofern die klassischen Kennzahlen nicht bei der Ermittlung der Ausfallwahrscheinlichkeit berücksichtigt werden bzw. so-

fern die Kennzahlen nicht unter Verwendung eines linearen Zusammenhangs im Rating verwendet wurden. Andernfalls würde zumindest der quantitative Teil des Ratings schlichtweg nachgestellt werden.

- **Szenario 4:** Der Kreditzins wird unabhängig von der Ausprägung der Finanzkennzahlen, sondern ausschließlich auf Basis anderer Daten bzw. vollkommen idiosynkratisch festgelegt.

Hinsichtlich der Abbildung der genannten Szenarien gibt es in den bestehenden Studien zwei Vorgehensweisen. Während in den Studien von BERGER/UDELL bspw. unmittelbar auf Finanzkennzahlen rekurriert wird,¹⁴⁰¹ verwendet bspw. die Studie VON ELSAS/KRAHNEN die Ratingklasse des jeweiligen Unternehmens.¹⁴⁰² Zunächst lässt sich vermuten, dass im Bereich der Finanzkennzahlen erhebliche Korrelationen vorliegen, die z.T. aus unmittelbaren mathematischen Zusammenhängen resultieren. So ergibt die Multiplikation aus dem Anteil der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und der Bilanzsumme das absolute Volumen der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Wie in Kapitel B.1.1.4 dargestellt werden bei den Finanzkennzahlen relative, absolute und logarithmierte Größen verwendet. Der Logarithmus der Variablen wurde eingeführt, da davon ausgegangen wird, dass möglicherweise vorhandene Größeneffekte in Bezug auf den Zinssatz sich bei einer Veränderung von 0,5 Mio. EUR auf 1 Mio. EUR anders auswirken als von 10 Mio. EUR auf 10,5 Mio. EUR. Welche Finanzkennzahlen jedoch von den Firmenkundenbetreuern tatsächlich herangezogen werden, lässt sich im Vorfeld nicht beurteilen, da hier sowohl statistisch abgeleitete Ratingkennzahlen aus der Bankanwendung als auch betriebswirtschaftlich fundierte Finanzkennzahlen herangezogen werden können. Um nicht aufgrund einer fehlerhaften Kennzahlenauswahl zu falschen Ergebnissen zu kommen, wurde eine relativ große Menge an Finanzkennzahlen erhoben.

Wie zu erwarten, bestehen bei zahlreichen Finanzkennzahlen signifikante Korrelationen, so dass es aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht sinnvoll erscheint, alle Effekte einzeln zu analysieren. Die Variable Bilanzsumme (BILANZS) ist mit den VERB_KI_LANG, VERB_KI_KURZ, VERB_KI, VERM_LA und KASSE¹⁴⁰³ sowohl bei der Absolutbetrachtung als auch bei Betrachtung des Logarithmus des Absolutwertes auf einem Niveau von 0,4 bis 0,8 korreliert, wobei die Korrelationen auf dem 1%-Niveau signifikant sind.¹⁴⁰⁴ Dieser Zusammenhang ist technisch bedingt, denn die genannten Variablen werden als Verhältnis zur Bilanzsumme ermittelt. Ferner bestehen Zusammenhänge zwischen der Eigenkapitalquote und den diversen Verbindlichkeitsquoten. Aus diesem Grund wird nur punktuell auf die Korrelationen eingegangen.

Im Folgenden werden die auf dem 1%- und dem 5%-Niveau signifikanten Korrelationen der Finanzkennzahlen mit den Variablen AUSFALLW_B, TSC_JA_AGG und TSC_QA_AGG dargestellt (vgl. Tab. B-62), da diese Variablen im Rahmen der risi-

¹⁴⁰¹ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 359.

¹⁴⁰² Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1298.

¹⁴⁰³ Die Variablendefinitionen können Tab. B-9 auf S. 204 entnommen werden.

¹⁴⁰⁴ Die vollumfänglichen Korrelationsanalysen aller Finanzkennzahlen können dem Anhang 4, Tab. AN 4-1 entnommen werden.

koorientierten Bepreisung eine zentrale Rolle spielen. Korrelationen, die auf dem 5%-Niveau signifikant sind werden mit „**“ und Korrelationen, die auf dem 1%-Niveau signifikant sind, werden mit „***“ gekennzeichnet.¹⁴⁰⁵ Interessant ist die hohe Korrelation des TSC_QA_AGG mit den Finanzkennzahlen. Unter anderem werden bei dem Teilscore für die qualitativen Daten auch die Anzahl der Überziehungen berücksichtigt, so dass sich dadurch automatisch ein Zusammenhang zu den Finanzkennzahlen ergibt. Denn bspw. wird ein Unternehmen, welches eine hohe Kassenposition hat, in aller Regel auch keine Überziehungen haben. Dadurch lässt sich vermutlich auch die Korrelation zwischen den Variablen TSC_JA_AGG und TSC_QA_AGG erklären. Schließlich ist es aber auch denkbar, dass die guten Rahmenbedingungen, z.B. die Ausgestaltung des Controllings oder eine aktive Produktweiterentwicklung, die im Rahmen des qualitativen Teilscores berücksichtigt werden, die finanzielle Situation des Unternehmens positiv beeinflussen.¹⁴⁰⁶ Schließlich kann aber auch die gute finanzielle Situation des Unternehmens die Wahrnehmung in Bezug auf die qualitativen Daten des Unternehmens positiv beeinflussen. Da sowohl die Bilanzsumme als auch der Umsatz positive Korrelationen aufweisen, zeigen die Ergebnisse, dass größere Unternehmen, d.h. Unternehmen mit einer größeren Bilanzsumme oder einem größeren Umsatz, tendenziell eher einen hohen Teilscore für die qualitativen Daten haben. Dieser Aspekt ist insofern nachvollziehbar, als dass bspw. die Ausgestaltung des Controllingsystems und die Häufigkeit der Planerstellung im Rahmen des Ratings beurteilt werden¹⁴⁰⁷ und größere Unternehmen eher in der Lage sind, ein Controllingssystem zu implementieren.

¹⁴⁰⁵ Auf den Ausweis der Korrelationen, die nur auf dem 10%-Niveau signifikant sind, wird hier und im Folgenden verzichtet.

¹⁴⁰⁶ Eine Erläuterung zu dem qualitativen Bereich des Ratings gibt Flacke (2007), S. 73 ff.

¹⁴⁰⁷ Vgl. Flacke (2007), S. 79.

	AUSFALLW_B	TSC_JA_AGG	TSC_QA_AGG
VERB_KI_LANG_R	0,0142	-0,4118***	-0,1282
VERB_KI_KURZ_R	0,4315***	-0,5266***	-0,4529***
VERB_KI_R	0,2434***	-0,5939***	-0,3397***
KASSE_R	-0,0905	0,3441***	0,2036***
VERM_LA_A	-0,0663	0,1404	0,2465***
KASSE_A	-0,0472	0,2158***	0,2186***
BILANZS	-0,0693	0,0502	0,1748**
UMSATZ	-0,0793	0,1568**	0,1928***
EKQ	-0,4396***	0,6715***	0,4121***
ANZ_ÜB_30	0,1281	-0,3206***	-0,3655***
ANZ_ÜB_60	0,0323	-0,2277***	-0,3147***
ANZ_ÜB_90	0,0323	-0,2277***	-0,3147***
ANZ_ÜB_GES	0,1637**	-0,4503***	-0,4744***
VERB_KI_LANG_R_LN	0,0025	-0,3587***	-0,1267
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,2434***	-0,4748***	-0,3982***
VERB_KI_R_LN	0,1738**	-0,4802***	-0,2782***
VERM_LA_R_LN	-0,1872***	0,1826**	0,3492***
KASSE_R_LN	-0,1310	0,3043***	0,2291***
VERB_KI_LANG_A_LN	-0,1904**	-0,0183	0,2353***
VERM_LA_A_LN	-0,1872***	0,1826**	0,3492***
KASSE_A_LN	-0,2520***	0,4054***	0,3981***
BILANZS_LN	-0,1883***	0,1801**	0,3515***
UMSATZ_LN	-0,1325	0,1804**	0,1849**
AUSFALLW_B	1,0000	-0,3051***	-0,1793**
TSC_JA_AGG	-0,3051***		0,5468***
TSC_QA_AGG	-0,1793**	0,5468***	

Tab. B-62: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen

Im Rahmen der Korrelationsanalysen in Bezug auf den Zinssatz erscheint es somit erforderlich, partielle Korrelationen zu ermitteln. In diesem Kontext ist zu prüfen, inwiefern die Variable BILANZS selbst einen unmittelbaren Effekt auf den Zinssatz ausübt oder inwiefern dieser Effekt möglicherweise aufgrund der erwähnten Korrelationen vollständig durch die Variablen VERB_KI_LANG, VERB_KI_KURZ und VERB_KI mediiert wird. Möglicherweise ist nicht die Größe des Unternehmens, sondern das Volumen der Bankverbindlichkeiten ausschlaggebend. Ferner ist hier zu prüfen, inwiefern die Variablen VERB_KI_KURZ_R, VERB_KI_R, EKQ, ANZ_ÜB_GES, VERB_KI_KURZ_R_LN, VERM_LA_A_LN, KASSE_A_LN und BILANZS_LN einen unmittelbaren Effekt auf den Zinssatz ausüben oder inwiefern dieser Effekt vollständig in den Teilscores bzw. der Ausfallwahrscheinlichkeit enthalten ist.

Im weiteren Verlauf der Analyse wird den umfangreichen Korrelationen dahingehend Rechnung getragen, als dass im Rahmen der Regressionsanalyse die stark korrelierenden Variablen nicht gemeinsam bei der Analyse betrachtet werden. Im Folgenden werden signifikante Korrelationen größer als 0,25 als stark betrachtet. Die Ausfallwahrscheinlichkeit und die Teilscores hingegen werden z.T. trotz der Korrelationen auch mit den sonstigen Finanzkennzahlen gemeinsam in die Analysen integriert, um das Szenario prüfen zu können, dass ausgewählte Finanzkennzahlen ergänzend zu den Ratingergebnissen herangezogen werden.

Unternehmensbezogene Daten

Bei den unternehmensbezogenen Daten wurden im Kapitel B.1.2.1 im Wesentlichen die Parameter Branche, Alter und Rechtsform untersucht. Der zusätzlich relevante Größenaspekt ist bereits in den Finanzkennzahlen abgebildet. Ferner wird hier die Variable ALTER_LN berücksichtigt, da die Effekte, die aus dem Anstieg des Unternehmensalters resultieren, vermutlich nicht linear wirken. Ein Anstieg des Unternehmensalters von 0 auf 5 Jahre wird andere Effekte haben als ein Anstieg von 100 auf 105 Jahre. In Tab. B-63 werden die signifikanten Korrelationen der unternehmensbezogenen Daten untereinander sowie die Korrelationen mit den Finanzkennzahlen dargestellt. Es besteht eine signifikante positive Korrelation zwischen der Variablen HAND und ALTER, d.h. Handelsunternehmen sind tendenziell älter als Nicht-Handelsunternehmen. Schließlich besteht eine negative Korrelation zwischen der Variablen KAPGESELL und ALTER, d.h. Kapitalgesellschaften sind tendenziell jünger als Nicht-Kapitalgesellschaften. Dieser Zusammenhang hat sich bereits auch im Rahmen der deskriptiven Auswertung in Kapitel B.1.2.1 gezeigt.

Ein Einfluss der Branche auf den Zinssatz könnte zum einen daher resultieren, dass bspw. bestimmte Branchen tendenziell als risikobehafteter eingestuft werden und Unternehmen dieser Branche grundsätzlich durch den Firmenkundenbetreuer einen Risikoaufschlag auf den Zinssatz erhalten. Eine derartige Vorgabe könnte in der Risikostrategie der Bank fixiert worden sein. Zum anderen kann die Branche aber auch in einem indirekten Zusammenhang mit dem Zinssatz stehen, da die Branche des Unternehmens sich in den Finanzkennzahlen des Unternehmens widerspiegelt. So haben Produktionsunternehmen i.d.R. ein höheres Anlagevermögen als Dienstleistungsunternehmen. Diese möglichen Scheinkorrelationen sind im weiteren Verlauf der Analyse zu berücksichtigen. Die Variable PROD weist lediglich eine signifikante Korrelation mit der Variablen AUSFALLW_B auf, d.h. die Ausfallwahrscheinlichkeit von Produktionsunternehmen ist tendenziell höher als selbige von Nicht-Produktionsunternehmen. Auch dieser Effekt wurde bereits bei der deskriptiven Auswertung in Kapitel B.1.2.1 aufgezeigt. Ferner weisen die Branchendummies HAND, DIENST und BAU zu den diversen Kennzahlen der Finanzierungsstruktur Korrelationen auf. Hier erscheint es notwendig, im Rahmen der Analysen die tatsächliche Ursache für bestimmte Effekte kritisch zu hinterfragen: Ist die Branche an sich oder die resultierende Finanzierungs- oder Kapitalstruktur bzw. eine daraus resultierende Ausfallwahrscheinlichkeit ausschlaggebend?

	PROD ¹⁴⁰⁸	HAND	DIENST	BAU	KAP-GESELL	ALTER	ALTER-LN
PROD	---	---	---	---	0,0051	-0,1244	-0,1530**
HAND	---	---	---	---	0,0084	0,1915***	0,1903***
DIENST	---	---	---	---	-0,0903	-0,1292	-0,1354**
BAU	---	---	---	---	0,0521	-0,0044	0,0299
KAPGESELL	0,0051	0,0084	-0,0903	0,0521	1,0000	-0,2044***	-0,1487**
ALTER	-0,1244	0,1915***	-0,1292	-0,0044	-0,2044***	1,0000	
VERB_KI_LANG_R	0,0011	0,0876	0,1366**	-0,2288***	-0,2639***	0,0981	0,0365
VERB_KI_KURZ_R	-0,0461	0,2009***	0,0173	-0,1013	-0,1198	0,0087	0,0590
VERB_KI_R	-0,0240	0,1737**	0,1111	-0,2252***	-0,2614***	0,0778	0,0579
VERM_LA_R	0,0545	-0,0954	0,1379**	-0,1924***	-0,2647***	0,2215***	0,1833***
KASSE_R	-0,0742	-0,1404**	0,1597**	0,0026	0,1705**	-0,1769***	-0,1473**
VERB_KI_KURZ_A	-0,0551	0,2863***	-0,0778	-0,1382**	0,0127	0,0469	0,0996
VERM_LA_A	0,0965	0,0371	-0,0024	-0,1793***	-0,0584	0,1655*	0,2062**
BILANZS	0,0540	0,0802	-0,0038	-0,1562**	0,0202	0,1323	0,1918**
UMSATZ	0,0203	0,3032***	-0,1842***	-0,1672**	0,0416	0,1292	0,1922**
EKQ	0,0476	-0,0363	-0,1445**	0,0743	0,1969***	0,0189	0,0276
VERB_KI_LANG_R_LN	0,0780	-0,0815	0,0798	-0,1361	-0,3395***	0,0478	-0,0068
VERB_KI_KURZ_R_LN	-0,0754	0,1761**	-0,0879	-0,0542	0,0034	-0,0517	-0,0160
VERB_KI_R_LN	-0,0375	0,1387	0,0343	-0,1660**	-0,2194***	0,0549	0,0335
VERM_LA_R_LN	0,1156	0,1337**	-0,1060	-0,2724***	-0,0698	0,2479***	0,2753***
KASSE_R_LN	-0,0960	-0,1416**	0,1449**	0,0580	0,0683	-0,1703**	-0,1165
VERB_KI_LANG_A_LN	0,0625	0,0801	-0,0114	-0,2530***	-0,1510	0,1181	0,1201
VERB_KI_KURZ_A_LN	0,0260	0,2711***	-0,1634**	-0,2344***	0,0757	0,0459	0,1387
VERB_KI_A_LN	0,0541	0,2309**	-0,0477	-0,3336***	-0,0926	0,1597**	0,1896***
VERM_LA_A_LN	0,1156	0,1337**	-0,1060	-0,2724***	-0,0698	0,2479***	0,2753***
BILANZS_LN	0,1121	0,1561**	-0,1659**	-0,2045***	0,0910	0,1667**	0,2346***
UMSATZ_LN	0,0704	0,2817***	-0,2733***	-0,1680**	0,1246	0,1418**	0,1939***
AUSFALLW_B	0,1436**	-0,0441	-0,0270	-0,0619	-0,0398	-0,0371	-0,0399
TSC_JA_AGG	0,1110	-0,1391	-0,0158	0,0147	0,1770***	-0,0087	0,0396

Tab. B-63: Bivariate Korrelationen der unternehmensbezogenen Variablen mit den Finanzkennzahlen¹⁴⁰⁹

¹⁴⁰⁸ Aufgrund der mangelnden Interpretierbarkeit wurden die Korrelationen zwischen den Branchen nicht dargestellt. Bei der Codierung der Branchen wurde jedes Unternehmen genau einer Branche zugeordnet. Ein Produktionsunternehmen kann nicht gleichzeitig ein Handels-, Dienstleistungs- oder Bauunternehmen sein. Aus diesem Grund weisen die Branchendummies jeweils negative Korrelationen zu den anderen drei Branchen aus.

¹⁴⁰⁹ Die vollumfänglichen Korrelationsanalysen der unternehmensbezogenen Variablen mit den Finanzkennzahlen können dem Anhang 4, Tab. AN 4-2 entnommen werden.

Ähnliche Effekte sind hinsichtlich der Rechtsform zu konstatieren. So haben die deskriptiven Auswertungen gezeigt, dass sich die Kapitalstrukturen bei Personen- und Kapitalgesellschaften voneinander unterscheiden. Dies zeigt sich auch bei den Korrelationsanalysen. Bei Kapitalgesellschaften ist die Eigenkapitalquote tendenziell höher und dementsprechend der Anteil der Bankfinanzierung niedriger als bei Nicht-Kapitalgesellschaften.¹⁴¹⁰ Des Weiteren ist der Teilscore für den Jahresabschluss bei Kapitalgesellschaften tendenziell höher als bei Nicht-Kapitalgesellschaften.

Ferner können sich aus dem Alter Unterschiede hinsichtlich der Möglichkeiten der Mittelbeschaffung ergeben. Die Studie zeigt folgende Zusammenhänge. Je älter das Unternehmen ist (ALTER oder ALTER_LN), desto größer ist der Anteil an VERM_LA_R und desto geringer ist der Anteil an KASSE_R. Schließlich sind ältere Unternehmen tendenziell größer als kleine Unternehmen; sowohl die Bilanzsumme als auch der Umsatz sind positiv mit dem logarithmierten Alter korreliert.

Beziehungsbezogene Daten

Bei den beziehungsbezogenen Parametern wurden im Wesentlichen die ebenso in anderen Studien verwendeten Parameter herangezogen, wie bspw. die Dauer der Bankverbindung oder die Anzahl der Bankbeziehungen. Auch in diesem Bereich lassen sich zahlreiche Korrelationen erwarten. Im Folgenden werden jedoch aus Gründen der Übersichtlichkeit lediglich die auf dem 1%- und 5%-Niveau signifikanten und die inhaltlich für den weiteren Verlauf der Untersuchung relevanten Korrelationen dargestellt (vgl. Tab. B-64). Einige Korrelationen hinsichtlich des Hausbankstatus ergeben sich allein aus der Definition des Begriffs Hausbank, so ist bspw. die Korrelation mit dem Anteil am Zahlungsverkehr und dem Anteil Bankverbindlichkeiten evident.¹⁴¹¹ Es kann folgerichtig davon ausgegangen werden, dass die diversen Variablen hinsichtlich der genutzten Produkte sowie der Anteil an der Finanzierung und am gesamten Zahlungsverkehr durch den Hausbankstatus bedingt werden. Hingegen ist es nicht intuitiv, dass es keine signifikanten Korrelationen zwischen dem Hausbankstatus und der Dauer der Beziehung gibt. Es hätte vermutet werden können, dass der Kunde bei seiner Hausbank eine höhere Verweildauer hat als bei anderen Banken. In Konsequenz sind hier Mediatoreffekte zu erwarten, allerdings bleibt zum gegenwärtigen Untersuchungszeitpunkt offen, ob es sich um vollständig oder partielle Mediatoreffekte handelt, da allein aus dem Hausbankstatus eine besondere Verantwortung resultiert, deren möglichen Auswirkungen auf den Zinssatz zu prüfen sind. Interessant ist ferner die Erkenntnis, dass eine höhere Sicherheitenquote mit einer längeren Dauer der Bankbeziehung, einer längeren Beziehung zum Firmenkundenbetreuer, dem Hausbankstatus und einem höheren Finanzierungsanteil der Bank einhergeht.

¹⁴¹⁰ Vgl. Kapitel B.1.2.1. So weisen die Kapitalgesellschaften in dieser Studie eine Eigenkapitalquote von 20,39% und Nicht-Kapitalgesellschaften eine Eigenkapitalquote von 3,41% auf.

¹⁴¹¹ Vgl. zu den Merkmalen des Hausbankstatus Kapitel A.4.1.

	HAUS-BANK_K	DAU_BEZ_ERR	DAU_PERS_ERR	ANT_BANK_IN	SICH_Q	MITGLIED
INT_BET	-0,0353	0,0247	-0,0100	-0,0546	-0,0008	0,0607
DAU_BEZ_ERR	0,0657	1,0000***	0,3114***	0,0232	0,1553**	0,3154***
DAU_PERS_ERR	-0,0329	0,3114**	1,0000***	-0,0474	0,1494**	0,1355**
HAUSBANK_K	1,0000	0,0657	-0,0329	0,6309***	0,2643***	0,1197
GK_SALD	0,0196	0,0429	-0,0197	0,0961	-0,2077***	0,0027
GK_LIM_EX	0,0968	0,0886	0,0192	0,0323	0,0483	0,0299
GES_KREDIT	0,1038	0,1068	0,0171	0,0360	0,0483	0,0690
ANT_BANK_IN	0,6309***	0,0232	-0,0474	1,0000***	0,3242***	0,0775
ANT_BANK_HB	-0,2473**	0,0090	-0,2354**	-0,3905***	-0,1601	-0,0252
ANZ_B_AGG	-0,2579***	0,1307	0,2249***	-0,3640***	-0,1206	-0,0430
ZINS_VERFÜG	0,0437	0,1238	-0,0196	-0,0080	-0,1745**	0,1054
ANT_ZV	0,7740***	0,0723	-0,0046	0,6561***	0,3072***	0,0848
MITGLIED	0,1197	0,3154***	0,1355**	0,0775	0,1187	1,0000***
DARL	0,2916***	0,1494**	-0,0316	0,2650***	0,4816***	0,0971
ZV_KK	0,1275	0,1002	0,0711	0,1229	-0,0792	0,1036
VERM_ANL	0,3482***	0,1093	0,1070	0,2812***	0,3023***	0,0654
VERSICH	0,1473**	-0,0182	0,0638	0,1816***	0,1607**	0,1477**
PRIVATKONT	0,2546	0,1675**	0,1436**	0,1356	0,1304	0,0950
SICH_Q	0,2643***	0,1553**	0,1494**	0,3242***	1,0000***	0,1187
EL	-0,2091***	-0,1129	-0,0773	-0,2364***	-0,3578***	0,0107

Tab. B-64: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen¹⁴¹²

Die Dauer der Beziehung mit dem Firmenkundenbetreuer (DAU_PERS_ERR) ist zwar signifikant negativ korreliert mit dem Anteil der Finanzierung bei der Hauptbank (ANT_BANK_HB), allerdings nicht signifikant mit dem Anteil der Finanzierung bei dem jeweiligen Institut, auf welches sich die Beziehungsdauer bezieht (ANT_BANK_IN). Die beiden Variablenausprägungen sind identisch, wenn das aktuelle Institut die Hauptbank des Unternehmens ist. Es hätte vermutet werden können, dass eine lange Dauer der Beziehung mit dem Firmenkundenbetreuer als Ausdruck einer guten Beziehung zu einem höheren Anteil des Instituts an der gesamten Bankfinanzierung führt. Ferner weist die Variable eine positive Korrelation mit der Anzahl der Bankverbindungen (ANZ_B_AGG) auf. Dies könnte daher resultieren, dass mit zunehmender Dauer der Beziehung das Unternehmen gleichzeitig wächst und aufgrund der Größe alternative Bankverbindungen aufbaut. Eine weitere potenzielle Erklärung könnte darin liegen, dass das Unternehmen mit zunehmender Beziehungsdauer ein Gefühl der Abhängigkeit verspürt und sich deshalb nach Alternativen umsieht, um weniger abhängig zu sein. Dies stimmt überein mit dem Modell von GREENBAUM/KANATAS/VENEZIA, in welchem eine längere Bindungsdauer zu einer geringe-

¹⁴¹² Die vollständige Übersicht der Korrelation der beziehungsbezogenen Variablen kann dem Anhang 4, Tab. AN 4-3 entnommen werden.

ren Restbindungsdauer führt.¹⁴¹³ Die Unternehmen bereiten sich auf die Beendigung der Beziehung durch den Aufbau weiterer Bankverbindungen vor.

Die beziehungsbezogenen Variablen weisen ferner einige interessante Korrelationen zu den Finanzkennzahlen auf (vgl. Tab. B-65). Es werden im Folgenden nur die Korrelationen zu den Variablen BILANZS und UMSATZ als Größenindikatoren sowie EKQ, AUSFALLW_B, TSC_JA_AGG und TSC_QA_AGG als Bonitätsindikatoren dargestellt. So weisen die Korrelationen zwischen INT_BET und GK_SALD auf der einen Seite und AUSFALLW_B, TSC_JA_AGG und TSC_QA_AGG auf der anderen Seite die erwarteten Vorzeichen auf. Ein Kunde, der sich in der Intensivbetreuung befindet oder befand, weist demzufolge schlechtere Ratingergebnisse auf. Gleiches gilt für die Unternehmen, deren Saldo auf dem Hauptgeschäftskonto niedrig bzw. gar negativ ist. Bei der Sicherheitenquote zeigt sich, dass bonitätsmäßig schlechte Unternehmen mehr Sicherheiten stellen als bonitätsmäßig gute Unternehmen. Die SICH_Q weist eine signifikante negative Korrelation mit den Variablen EKQ und TSC_JA_AGG und eine signifikante positive Korrelation mit der Variablen AUSFALLW_B auf. Dieser Zusammenhang bestätigt, wie zuvor bereits auch die deskriptive Auswertung in Kapitel B.1.2.2, die Theorie der Anreizfunktion und nicht die Theorie der Signalling-Funktion von Sicherheiten.¹⁴¹⁴ Da eine detaillierte Analyse der Sicherheitenstellung in Kapitel B.3.5 folgt, wird dieser Aspekt hier nicht weiter untersucht.

¹⁴¹³ Vgl. Greenbaum/Kanatas/Venezia (1989), S. 230.

¹⁴¹⁴ Vgl. hierzu auch Kapitel B.1.2.2.

	BILANZS	UMSATZ	EKQ	AUS-FALLW_B	TSC_JA_AGG	TSC_QA_AGG
INT_BET	-0,0183	0,0279	-0,3362***	0,3615***	-0,3235***	-0,2788***
DAU_BEZ_ERR	0,0915	0,1732**	0,0227	-0,0330	0,0228	0,1046
DAU_PERS_ERR	0,0387	0,0926	0,0401	-0,0632	0,1250	0,1440
HAUSBANK_K	-0,1411**	-0,0186	-0,0035	-0,0369	0,0383	0,0792
GK_SALD	0,0114	-0,1165	0,1158	-0,1819***	0,1837**	0,1775**
GK_LIM_EX	0,5085***	0,4649***	0,1103	-0,0410	0,1206	0,1443
GES_KREDIT	0,3716***	0,3177**	0,0524	-0,0471	-0,0747	0,1641**
ANT_BANK_IN	-0,2371***	-0,1709**	-0,0189	-0,0158	-0,0540	0,0546
ANT_BANK_HB	-0,0031	-0,0355	-0,3499***	0,2741**	-0,3164***	-0,1467
ANZ_B_AGG	0,3863***	0,3403***	0,1489**	-0,0866	0,1218	0,0517
ZINS_VERFÜG	0,0234	-0,0491	0,3264***	-0,2727***	0,2787***	0,2308***
ANT_ZV	-0,2038***	-0,0635	-0,0789	-0,0494	-0,0328	0,0323
MITGLIED	-0,0575	0,0005	0,0074	-0,0254	0,0099	0,0697
DARL	-0,0323	-0,0115	-0,1844***	0,0699	-0,1346	0,0271
ZV_KK	-0,5929***	0,0314	0,0226	-0,0711	0,1418	0,0328
VERM_ANL	-0,0424	-0,0315	0,0279	-0,0724	-0,0136	0,0646
VERSICH	-0,1212	-0,0730	-0,0354	-0,0369	-0,0359	0,0068
PRIVATKONT	-0,0656	-0,0891	0,0088	-0,1257	0,1002	0,1363
SICH_Q	-0,0195	-0,0309	-0,1704**	0,1498**	-0,2830***	-0,0642
EL	-0,0861	-0,0440	-0,4455***	0,5759***	-0,3615***	-0,3509***

Tab. B-65: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit den Finanzkennzahlen

Verhaltenswissenschaftliche Daten

Während bisher primär Variablen untersucht worden sind, die zumindest in ähnlicher Form in bestehenden empirischen Studien bereits enthalten waren, werden im Folgenden mit den Faktoren der Konstrukte Vertrauen und Commitment Variablen analysiert, die im Rahmen des Relationship Banking bisher keine Berücksichtigung gefunden haben. Insgesamt besteht zwischen vielen Faktoren eine positive signifikante Korrelation (vgl. Tab. B-66). Eine Ausnahme bildet die negative Korrelation des Faktors ORG_GEB mit dem Faktor ORG_GLAUB. Eine hohe organisationale Glaubwürdigkeit, die u.a. Ausdruck einer hohen betriebswirtschaftlichen Kompetenz ist, führt zu einer niedrigeren Gebundenheit des Unternehmens an die Bank, da der Kunde vermutlich leichter in der Lage ist, die Bank zu wechseln, als ein Unternehmen, welches in finanziellen Schwierigkeiten steckt bzw. bei welchem die Kompetenzvermutung nicht gegeben ist. Hinsichtlich der Korrelation der ORG_GEB zu den Variablen ORG_WOHL und PERS_WOHL stellt sich die Frage, inwiefern das Wohlwollen möglicherweise eine berechnende Konsequenz der Gebundenheit ist und der Kunde versucht durch sein Wohlwollen mögliche negative Konsequenzen aus der Abhängigkeit zu überwinden. Die hohen Korrelationen zwischen ORG_GLAUB und PERS_GLAUB, ORG_WOHL und PERS_WOHL sowie zwischen ORG_VER und PERS_VER deuten

an, dass die Wahrnehmung hinsichtlich des Unternehmens auf der einen Seite und hinsichtlich des Ansprechpartners auf der anderen Seite in Bezug auf Glaubwürdigkeit und Verbundenheit ähnlich sind. Ursächlich hierfür könnte – wie in Kapitel A.5.2.3.3 – sein, dass der Firmenkundenbetreuer nicht zwischen Organisation und Person trennen kann und somit die Wahrnehmung überträgt oder dass die Trennung aufgrund der Einheit von Eigentum und Leitung in dem Unternehmen nicht möglich ist.

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
ORG_GLAUB	1,0000							
ORG_WOHL	0,4368***	1,0000						
PERS_GLAUB	0,6614***	0,4964***	1,0000					
PERS_WOHL	0,3128***	0,5282***	0,5040***	1,0000				
ORG_GEB	-0,3151***	0,0873***	0,0024***	0,1585***	1,0000			
ORG_VER	0,2371***	0,4815***	0,3715***	0,4281***	0,3041	1,0000		
PERS_VER	0,3410***	0,5814***	0,5126***	0,6584***	0,2291***	0,6019***	1,0000	
PERS_VER_WOHL	0,3910***	0,5926***	0,5705***	0,8452***	0,1851***	0,5761***	0,9204***	1,0000

Tab. B-66: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Ein weiteres Indiz für die mangelnde Trennung hinsichtlich der organisationalen und der personalen Ebene findet sich bei der Analyse der Korrelationen der beiden Faktoren ORG_GLAUB und PERS_GLAUB mit den Finanzkennzahlen. Beide weisen erhebliche signifikante Korrelationen mit den Finanzkennzahlen auf. Ferner zeigt auch der Faktor ORG_GEB hohe Korrelationen mit den Finanzkennzahlen. Die Vorzeichen der Korrelationen verhalten sich in allen Fällen wie erwartet; während schlechte Finanzkennzahlenausprägungen tendenziell eher einen hohen Notenwert auf der Glaubwürdigkeits-Skala und somit eine geringe personale und organisationale Glaubwürdigkeit bewirken, führen sie gleichzeitig zu einer hohen Gebundenheit. Eine gute Bonität des Unternehmens scheint somit die personale und organisationale Glaubwürdigkeit zu fördern. Es ist aber auch die inverse Wirkungsrichtung denkbar, so dass die Glaubwürdigkeit aus Eigenschaften wie betriebswirtschaftlichen oder technischen Fähigkeiten resultiert und somit erst zu einer guten Bonität führt. Die anderen Faktoren weisen deutlich weniger signifikante und deutlich geringere Korrelationen auf. Sie scheinen somit Aspekte zu messen, die in keinerlei Zusammenhang zu den Finanzkennzahlen stehen.

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
VERB_KI_LANG_R	0,2200***	0,0384	-0,2372***	-0,0520	0,1109	-0,0174	-0,0400	-0,0234
VERB_KI_KURZ_R	0,3353***	0,0265	-0,2401***	-0,0046	0,2357***	0,0128	0,0156	0,0240
VERB_KI_R	0,3387***	0,0427	-0,3026***	-0,0416	0,2047***	-0,0069	-0,0222	-0,0052
VERM_LA_R	0,0281	-0,0106	-0,0270	-0,0671	0,0732	0,0078	-0,0774	-0,0484
KASSE_R	-0,2055***	-0,0788	0,1953***	0,0042	0,0311	-0,0138	0,0319	0,0241
VERM_LA_A	-0,1688**	-0,1043	0,1889***	0,0460	-0,1356	-0,1042	-0,0829	-0,0927
KASSE_A	-0,1001	-0,0982	0,2120***	0,0814	-0,0622	-0,0632	-0,0233	-0,0500
EKQ	-0,3646	-0,0790	0,3227***	-0,0047	-0,2674	-0,0538	-0,0554	-0,0602
BILANZS	-0,1624**	-0,1050	0,2054***	0,1119	-0,1925***	-0,0906	-0,0301	-0,0610
UMSATZ	-0,1814***	-0,1469**	0,0627	-0,0513	-0,2409***	-0,1254	-0,0635	-0,0945
ANZ_ÜB_30	0,2190***	-0,0309	-0,0807	-0,0119	0,1931***	0,1174	0,0528	0,1048
ANZ_ÜB_60	0,1747**	-0,0248	-0,0739	0,0226	0,2069***	0,0976	0,0576	0,0848
ANZ_ÜB_90	0,1747**	-0,0248	-0,0739	0,0226	0,2069***	0,0976	0,0576	0,0848
ANZ_ÜB_GES	0,3592***	0,0115	-0,1938***	0,0342	0,3301***	0,1203	0,0557	0,1125
AUSFALLW_B	0,4128***	0,0808	-0,2985***	0,0775	0,3020***	0,0668	0,0367	0,0549
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1818**	-0,0100	-0,1085	0,0067	0,1189	-0,0224	-0,1014	-0,0587
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,3605***	0,1095	-0,1597	-0,0060	0,2302***	0,0290	0,0486	0,0213
VERB_KI_R_LN	0,2873***	0,0366	-0,2188***	-0,0577	0,1338	-0,0529	-0,0833	-0,0710
VERM_LA_R_LN	-0,1521**	-0,0888	0,1406**	-0,0254	-0,1810***	-0,1395**	-0,1539**	-0,1723**
KASSE_R_LN	-0,1957***	-0,0835	0,2215***	0,0715	0,0814	-0,0244	0,0523	0,0357
VERB_KI_LANG_A_LN	-0,0501	-0,1227	0,1180	0,0655	-0,1681**	-0,1023	-0,1957**	-0,1776**
VERB_KI_KURZ_A_LN	0,0718	-0,0322	0,0512	-0,0172	-0,0952	-0,0770	-0,0636	-0,0975
VERB_KI_A_LN	-0,0104	-0,0823	0,0608	-0,0215	-0,1603**	-0,1395	-0,1644**	-0,1754**
VERM_LA_A_LN	-0,1521**	-0,0888	0,1406**	-0,0254	-0,1810***	-0,1395**	-0,1539**	-0,1723**
KASSE_A_LN	-0,3081***	-0,1669**	0,3404***	0,1144	-0,1199	-0,0930	-0,0266	-0,0655
BILANZS_LN	-0,1961***	-0,1487**	0,2200***	0,0275	-0,2606***	-0,1636**	-0,1585**	-0,1979***
UMSATZ_LN	-0,1765**	-0,1636**	0,0948	-0,0575	-0,3356***	-0,1773**	-0,0685	-0,1284
TSC_JA_AGG	-0,4471***	-0,0633	0,4166***	-0,0049	-0,2724***	-0,0790	0,0022	-0,0270
TSC_QA_AGG	-0,3881***	-0,1236	0,3611***	-0,0621	-0,2706***	-0,0747	-0,1354	-0,1200

Tab. B-67: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen¹⁴¹⁵

Die Analyse des Zusammenhangs dieser Faktoren mit den sonstigen unternehmensbezogenen Variablen (vgl. Tab. B-68) zeigt, dass bei Kapitalgesellschaften der Faktor ORG_GEB tendenziell höher und somit die Gebundenheit niedriger ausgeprägt ist. Diese Interdependenz könnte wiederum auch auf andere Einflussfaktoren zurückzuführen sein, denn inhaltlich gibt es hierfür keine Begründung. Eine mögliche Erklärung liefert der Unterschied hinsichtlich des Anteils der Finanzierung bei dem jeweili-

¹⁴¹⁵ Die vollständige Übersicht der Korrelation der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen kann dem Anhang 4, Tab. AN 4-5 entnommen werden.

gen Institut in Relation zur gesamten Bilanzsumme. Während dieser Wert bei Kapitalgesellschaften 13,30% beträgt, liegt der Wert bei Nicht-Kapitalgesellschaften bei 29,52%. Der Gruppenunterschied ist auf dem 1%-Niveau signifikant. Unterschiede in der Bonität konnten nicht beobachtet werden.¹⁴¹⁶ Ein höheres Alter (ALTER_LN) geht ebenfalls mit einer höheren Faktorausprägung von ORG_GEB und somit einer niedrigeren organisationalen Gebundenheit einher. Das personale Wohlwollen (PERS_WOHL) ist positiv korreliert und somit schlechter bei Dienstleistungsunternehmen und bei Kapitalgesellschaften. Das zunehmende Unternehmensalter hingegen führt zu einer niedrigeren Faktorausprägung von PERS_WOHL und somit zu zunehmendem personalen Wohlwollen. Eine Erklärung für letzteren Zusammenhang könnte darin bestehen, dass das zunehmende Alter zu einer längeren Dauer der Beziehung zum Firmenkundenbetreuer und über diesen Zusammenhang zu einem höheren Wohlwollen führt. Das Unternehmensalter und die Dauer der Beziehung sind signifikant positiv korreliert (Korrelationskoeffizient: 0,1329, Signifikanzniveau: 10%). An dieser Stelle kann resümiert werden, dass das bloße Alter des Unternehmens somit insgesamt nicht relevant für die Ausprägung der verhaltenswissenschaftlichen Faktoren zu sein scheint und dass das Alter und die verhaltenswissenschaftlichen Faktoren unterschiedliche Dinge messen. Ein Automatismus derart, dass ein höheres Alter zwangsläufig zu einer höheren Glaubwürdigkeit führt, kann nicht beobachtet werden.

Ferner liefert die Analyse der Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen (vgl. Tab. B-69) aufschlussreiche Erkenntnisse. Das Vorliegen einer aktuellen oder einer vergangenen Intensivbetreuung geht mit einer niedrigen Glaubwürdigkeit sowohl auf personaler als auch auf organisationaler Ebene und gleichzeitig mit einer stärkeren organisationalen Gebundenheit einher. Letzteres könnte zum einen daher resultieren, dass eine andere Bank dem Kunden keinen Kredit geben würde, da die Ursache der Intensivbetreuung möglicherweise eine eingeschränkte Kreditwürdigkeit ist, oder dass der Informationsvorsprung der bestehenden Bank im Vergleich zu anderen Banken aufgrund der intensiven Betreuung erheblich ist. Alle Faktoren der personalen Ebene PERS_GLAUB, PERS_WOHL, PERS_VER und PERS_VER_WOHL sind mit der Dauer der persönlichen Beziehung (DAU_PERS_ERR) derart korreliert, dass eine längere Beziehung mit besseren Ausprägungen der einzelnen Faktoren einhergeht. Zwar hat die Dauer der Bankbeziehung (DAU_BEZ_ERR) ebenfalls einen Effekt auf das PERS_WOHL allerdings mit deutlich niedrigerer Intensität. Ferner besteht eine Interdependenz zwischen einer langen Kunde-Bank-Beziehung und einer hohen organisationalen Verbundenheit. Bei isolierter Betrachtung weist der beschriebene Zusammenhang auf einen gewissen Automatismus hin, so wie selbiger in dem Modell von FORD bereits angedeutet wurde.¹⁴¹⁷ In diesem Modell wurde mit zunehmender Beziehungsdauer eine reduzierte Unsicherheit und ein erhöhtes Commitment postuliert. Neben diesen Korrelationen können ferner auch hohe Korrelationen mit der Anzahl der jährlichen Beratungsgespräche und mit

¹⁴¹⁶ Vgl. zu Unterschieden bei der Bonität Tab. B-15, S. 215.

¹⁴¹⁷ Zur Beschreibung des Modells von Ford vgl. ausführlich Kapitel A.5.2.2.2.1. Zur Kritik an dem dort teilweise unterstellten Automatismus vgl. Kapitel A.5.2.2.2.2.

der Kontakthäufigkeit je Jahr beobachtet werden. Dies zeigt, dass nicht allein die Dauer der Beziehung, sondern auch die Interaktionen insbesondere für das Wohlwollen und die Verbundenheit von Relevanz sind. Eine Trennung der Effekte ist aber nur schwer möglich. Bei einer langen Beziehungsdauer haben bei Betrachtung der Gesamtdauer vermutlich auch schon viele Kontakte stattgefunden. Hieraus resultiert die nicht zu beantwortende Frage, wie 50 Kontakte verteilt über eine Dauer von 10 Jahren im Vergleich zu 50 Kontakten verteilt über eine Dauer von einem Jahr zu bewerten sind. Hinsichtlich der organisationalen Gebundenheit lässt sich ferner vermuten, dass eine niedrige Gebundenheit in Verbindung mit der Existenz alternativer Bankverbindungen eher zu einer geringeren Anzahl an Beratungsgesprächen und Kontakten führt, da der Kunde diese Beratungsgespräche auch bei seinen anderen Banken erhält.

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
PROD	-0,0809	-0,1464**	-0,1172	-0,1078	-0,0149	0,0389	-0,1288	-0,1215
DIENST	0,0356	0,0930	0,1365	0,1443**	0,0480	0,0298	0,0333	0,0866
KAPGESELL	-0,1110	0,0335	-0,0618	0,1614**	0,2432**	0,0789	0,0541	0,0725
ALTER	-0,1301	-0,0571	-0,1060	-0,1502**	0,0711	-0,1331	-0,0713	-0,1245
ALTER_LN	-0,1279	-0,0652	-0,0948	-0,1603**	0,1542**	-0,1577	-0,0892	-0,1371**

Tab. B-68: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den unternehmensbezogenen Variablen¹⁴¹⁸

Der Hausbankstatus steht im Zusammenhang mit einer niedrigeren und somit besseren Ausprägung der Faktoren ORG_WOHL, ORG_GEB, ORG_VER, PERS_GLAUB, PERS_WOHL, PERS_VER und PERS_VER_WOHL, hat aber keinen signifikanten Effekt auf die Glaubwürdigkeit, weder auf die organisationale noch auf die personale Glaubwürdigkeit. Während die Ausprägung der anderen Faktoren durch die Ausgestaltung der Beziehung und durch Wechselwirkungen bspw. zwischen dem Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers und dem Wohlwollen des Ansprechpartners beeinflusst wird, liegt die Glaubwürdigkeit in dem Unternehmen bzw. der Person des Ansprechpartners selbst verwurzelt. Ein absolut betrachtet hohes Gesamtkreditvolumen bei der Bank (GES_KREDIT) ist signifikant korreliert mit ORG_GLAUB, ORG_WOHL, PERS_GLAUB, PERS_WOHL, PERS_VER und PERS_VER_WOHL, so dass ein höheres Kreditvolumen mit einer besseren Glaubwürdigkeit und höherem Wohlwollen auf personaler und organisationaler Ebene einhergeht.

¹⁴¹⁸ Eine vollumfängliche Darstellung der Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den unternehmensbezogenen Variablen kann dem Anhang 4, Tab. AN 4-6 entnommen werden.

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
INT_BET	0,2874**	0,0521	0,1447**	0,0831	-0,1988**	-0,0041	0,0691	0,0906
DAU_BEZ_ERR	-0,0971	-0,0846	-0,0668	-0,1662**	0,1265	-0,2089**	-0,1031	-0,1548**
DAU_PERS_ERR	-0,0863	-0,1429**	-0,1516**	-0,2343**	0,0934	-0,1057	-0,2369**	-0,2574**
DAU_BEZ_ERR_LN	-0,0865	-0,0932	-0,0307	-0,1464**	0,1356**	-0,2245**	-0,1062	-0,1384**
DAU_PERS_ERR_LN	-0,1182	-0,1487	-0,1494**	-0,2713**	0,0574	-0,1181	-0,2535**	-0,2720**
ANZ_BER_J	0,0170	-0,2859***	-0,1555**	-0,2728***	-0,2760***	-0,1846***	-0,2944***	-0,2932***
ANZ_KONT_J	0,0110	-0,1367**	-0,0393	-0,1237*	-0,1465**	-0,1166*	-0,2003***	-0,1845***
HAUSBANK_K	-0,1011	-0,2930**	-0,1278	-0,1485**	-0,2047**	-0,3446**	-0,2513**	-0,2023**
GK_SALD	-0,1668**	-0,0425	-0,0594	-0,0194	0,3003**	0,0417	0,1050	0,0445
GK_LIM_EX	-0,1819**	-0,1695**	-0,1699**	-0,1315	-0,0154	-0,0607	-0,1349	-0,1413**
GES_KREDIT	-0,1376**	-0,1773**	-0,1854**	-0,1885**	-0,0033	-0,0433	-0,1375**	-0,1839**
ANT_BANK_IN	0,0231	-0,3155**	-0,0620	-0,1850**	-0,2245**	-0,3106**	-0,2481**	-0,2175**
ANT_BANK_HB	0,2073	0,2121	0,2640**	0,2120	-0,0564	0,2134	0,2961**	0,2382**
ANZ_B_AGG	-0,1334	0,0577	-0,0896	0,0058	0,1805**	0,0281	0,0656	0,0262
ZINS_VERFÜG	-0,1802**	0,0594	0,0036	0,0741	0,3468**	0,1439**	0,2278**	0,1673**
ANT_ZV	-0,0765	-0,3075**	-0,1074	-0,1563**	-0,2994**	-0,3585**	-0,2569**	-0,2320**
DARL	0,1093	-0,0877	-0,0947	-0,1585**	-0,2311**	-0,1620**	-0,1183	-0,0874
ZV_KK	0,0191	0,0438	0,0715	-0,0001	-0,0438	-0,0862	-0,0104	0,0022
VERM_ANL	-0,1062	-0,2099**	-0,0259	-0,2146**	-0,0348	-0,2832**	-0,3346**	-0,2896**
VERSICH	0,0495	-0,1268	-0,0430	-0,0956	-0,2353**	-0,2090**	-0,2039**	-0,1362**
PRIVATKONT	-0,0886	-0,1146	-0,0179	-0,1251	0,0407	-0,1537**	-0,2220**	-0,1770**
SICH_Q	0,1596**	-0,0951	-0,0294	-0,1788**	-0,2656**	-0,1586**	-0,2041**	-0,1636**
EL	0,2421**	0,1306	0,2197**	0,1702**	-0,0424	0,1439**	0,1553**	0,1608**
DIST_UNT	0,0896	0,0159	0,0572	-0,0607	-0,0072	0,0399	0,0274	0,0383

Tab. B-69: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen¹⁴¹⁹

Während die organisationale Gebundenheit eine Interdependenz mit der Nutzung von Darlehen und Versicherungsprodukten aufweist, ist die organisationale Verbundenheit auch mit der Nutzung von Produkten aus dem Bereich der Vermögensanlage sowie Privatkonten negativ korreliert. Der Wirkungszusammenhang könnte derart sein, dass eine intensivere organisationale Verbundenheit zu stärkerer Nutzung der genannten Produkte führt oder dass die stärkere Nutzung der Produkte eine in der Wahrnehmung des Firmenkundenbetreuers größere Verbundenheit bewirkt.

¹⁴¹⁹ Eine vollumfängliche Darstellung der Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen kann dem Anhang 4, Tab. AN 4-7 entnommen werden.

Bankbezogene Daten

Die Variable FKB_STUD zeigt eine signifikante positive Korrelation mit der Einschätzung des FKB auf, dass eine risikoorientierte Bepreisung durchgeführt wird (Korrelationskoeffizient: 0,1538, Signifikanzniveau: 5%) (vgl. Tab. B-70). Dies ist insofern intuitiv, als dass sich ein Firmenkundenbetreuer mit einem akademischen Hintergrund vermutlich eher gemäß den theoretischen Vorgaben hinsichtlich einer risikoorientierten Bepreisung verhält.

	FKB_JÜ30	FKB_30_50	FKB_ÜB50	FKB_BANK	FKB_BERUF_ST	FKB_STUD	MARKTAN_GES	MARKTAN_FK	UMFELD_LÄND
FKB_JÜ30	1,0000								
FKB_30_50	-0,3988***	1,0000							
FKB_ÜB50	-0,1371**	-0,8537***	1,0000						
FKB_BANK	0,0551	-0,1230	0,1016	1,0000					
FKB_BERUF_ST	-0,0776	0,1026	-0,0668	-0,3449***	1,0000				
FKB_STUD	0,2057***	0,0231	-0,1418**	0,0466	-0,0553	1,0000			
MARKTAN_GES	0,3674***	-0,1094	-0,0905	0,2027***	0,0330	-0,0048	1,0000		
MARKTAN_FK	0,3987***	-0,1330	-0,0828	0,1723**	-0,0011	0,0583	0,8792***	1,0000	
UMFELD_LÄND	0,1514**	-0,0289	-0,0547	0,1848***	-0,0561	0,0017	0,4025***	0,2491***	1,0000
UMFELD_LÄSTÄ	-0,1247	0,0321	0,0362	-0,1272	0,1462**	-0,0129	-0,0815	-0,0359	-0,6760***
UMFELD_STÄ	-0,0232	-0,0060	0,0197	-0,0599	-0,1191	0,0145	-0,3802***	-0,2539***	-0,3401***
LEI_WERT_FKB	0,0550	0,1177	-0,1582**	0,0910	0,0865	0,1332	0,3032***	0,3837***	0,0841
LEI_WERT_BA	-0,0812	-0,2215***	0,2851***	0,0607	-0,0842	-0,0554	0,0321	0,1078	-0,0699
LEI_VOL	-0,1052	0,1468**	-0,0998	0,1099	0,0149	-0,1000	0,2124***	0,2551***	-0,0947
LEI_AKT	-0,1236	0,1254	-0,0663	0,0558	0,0606	-0,0936	0,2883***	0,2960***	-0,1195
LEI_KEIN	0,0062	0,0022	-0,0059	-0,1175	-0,0912	-0,1060	-0,3517***	-0,4006***	0,0020
RISIKO_BEPREIS	0,0763	0,1419**	-0,1967***	0,0010	-0,0360	0,1538**	-0,0209	0,0594	-0,1784***
BIL_BA	-0,0624	-0,1408**	0,1876***	-0,4497***	0,0177	0,0271	-0,2210***	-0,1024	-0,2229***

Tab. B-70: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen (1)

Die Einschätzung zur risikoorientierten Bepreisung ist ferner auch positiv korreliert mit dem städtischen Umfeld (Korrelationskoeffizient: 0,1451, Signifikanzniveau: 5%) sowie mit der wertorientierten, personenbezogenen Vergütung (Korrelationskoeffizient: 0,2048, Signifikanzniveau: 1%). Ein erster Schluss könnte sein, dass im städti-

schen Umfeld die Bepreisung rationaler erfolgt und bspw. zwischenmenschliche Aspekte von nachrangiger Bedeutung sind. Bei dem Zusammenhang zur Vergütung sind zu viele Faktoren zu berücksichtigen, als dass eine sinnvolle Einschätzung abgegeben werden könnte. So müsste bspw. die genaue Ausgestaltung der wertorientierten Vergütung analysiert werden.

Ein hoher Marktanteil insgesamt (MARKTAN_GES) sowie im Bereich Firmenkunden (MARKTAN_FK) ist positiv korreliert mit der Einschätzung, dass die Bank im ländlichen Umfeld (UMFELD_LÄND) agiert, und negativ korreliert mit dem städtischen Umfeld (UMFELD_STÄ); d.h. die Marktanteile in ländlichen Regionen sind tendenziell höher. Ferner ist der Marktanteil signifikant positiv korreliert mit der wertorientierten, personenbezogenen Vergütung. Es wäre denkbar, dass die wertorientierte, personenbezogene Vergütung einen derart großen Anreiz für die Firmenkundenbetreuer stiftet, dass der Marktanteil aufgrund der Motivation der Firmenkundenbetreuer steigt.

	UMFELD_ LÄSTÄ	UMFELD_ STÄ	LEI_WERT_ FKB	LEI_WERT_ BA	LEI_VOL	LEI_AKT	LEI_KEIN	RISI_ KO_BEPREIS	BIL_BA
UMFELD_ LÄSTÄ	1,0000								
UMFELD_ STÄ	-0,4630***	1,0000							
LEI_ WERT_ FKB	-0,0358	-0,0563	1,0000						
LEI_ WERT_ BA	-0,0648	0,1692**	-0,0183	1,0000					
LEI_VOL	0,1211	-0,0406	0,4002***	0,2429***	1,0000				
LEI_AKT	0,1376**	-0,0317	0,2839***	0,2203***	0,6958***	1,0000			
LEI_KEIN	0,0200	-0,0283	-0,7473***	-0,3475***	-0,4222***	-0,4915***	1,0000		
RISIKO_ BEPREIS	0,0544	0,1451**	0,2048***	0,1005	0,1324	0,1550**	-0,2649***	1,0000	
BIL_BA	0,0896	0,1537**	-0,0433	-0,0740	-0,0169	-0,1052	0,0896	0,1077	1,0000

Tab. B-71: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen (2)

Zusammenfassung der Korrelationsanalyse der unabhängigen Variablen

Abschließend lässt sich konstatieren, dass im Bereich der Finanzkennzahlen erhebliche Mediatoreffekte zu berücksichtigen sind, insbesondere aufgrund der Tatsache, dass es sich bei der Ausfallwahrscheinlichkeit sowie bei den Teilscores um verdichtete Daten handelt, in denen möglicherweise einzelne Finanzkennzahlen bereits berücksichtigt worden sind.

Hinsichtlich der Parameter Branchenzugehörigkeit und Rechtsform auf der einen Seite und Finanzkennzahlen auf der anderen Seite besteht ferner ein erheblicher Zusammenhang, so dass auch hier von einem medierenden Effekt der Finanzkennzahlen ausge-

gangen werden kann, inwiefern es sich hierbei um einen vollständigen oder einen partiellen Mediatoreffekt handelt, kann noch nicht beurteilt werden.

Bei den beziehungsbezogenen Variablen kann hinsichtlich des Hausbankstatus davon ausgegangen werden, dass diverse Variablen, z.B. die Anzahl der genutzten Produkte sowie der Anteil an der Finanzierung und am gesamten Zahlungsverkehr, durch den Hausbankstatus bedingt werden. Auch hier sind somit Mediatoreffekte zu erwarten, allerdings bleibt zunächst offen, ob es sich um vollständige oder partielle Mediatoreffekte handelt. Es ist zu prüfen, inwiefern der Hausbankstatus oder die oben genannten Variablen im weiteren Verlauf der Analysen einen Einfluss auf die ökonomischen Parameter ausüben. Da aus dem Hausbankstatus eine besondere Verantwortung resultiert, können über den Anteil der Finanzierung und des Zahlungsverkehrs hinaus zusätzliche Auswirkungen auf den Zinssatz resultieren.

Im Bereich der verhaltenswissenschaftlichen Variablen weist die organisatorische Glaubwürdigkeit signifikante Korrelationen mit den Finanzkennzahlen auf. Hier ist im weiteren Verlauf zu prüfen, inwiefern es sich bei dieser Variable um eine Mediatorvariable handelt, die selbst vollständig durch andere Variablen wie Finanzkennzahlen erklärt oder die zusätzliche Auswirkungen auf den Zinssatz hat.

Korrelationsanalyse der abhängigen Variablen

Nachdem zunächst die Korrelationen zwischen den unabhängigen Variablen untereinander untersucht worden sind, erfolgt im nächsten Schritt eine univariate Analyse des Zusammenhangs zwischen dem Zinssatz und den bisher untersuchten Variablen. In Tab. B-72 wird die Analyse der bivariaten und partiellen Korrelationen der Finanzkennzahlen mit dem Zinssatz aufgezeigt. Es wurden diejenigen Variablen als Kontrollvariablen integriert, die zu vielen Kennzahlen signifikante Korrelationen aufweisen. Während es zahlreiche signifikante bivariate Korrelationen zwischen den Finanzkennzahlen und dem Zinssatz gibt, sind nach Bereinigung der Einflüsse von TSC_JA_AGG und BILANZS bzw. von AUSFALLW_B und BILANZS nur noch die Variablen KASSE_A und UMIND signifikant mit dem Zinssatz korreliert. Zwar weist selbige eine negative bivariate Korrelation auf, jedoch wurde eine signifikante positive partielle Korrelation ermittelt. Eine Erklärung kann hierfür nicht gefunden werden. Ein erstes Fazit an dieser Stelle ist, dass im Bereich der Finanzkennzahlen fast ausschließlich vollständige Mediatoreffekte vorliegen und alle Zusammenhänge der Finanzkennzahlen zum Zinssatz auf die Ausfallwahrscheinlichkeit bzw. den Teilscore für den Jahresabschluss sowie die Bilanzsumme zurückzuführen sind. Die Kennzahlen, die bei isolierter Betrachtung einen Effekt auf den Zinssatz haben, werden in den Ratingergebnissen und in der Bilanzsumme berücksichtigt.

Kontrollvariablen	---	EKQ	BI-LANZS	AUS-FALLW_B	TSC_JA_AGG	AUS-FALLW_B & BI-LANZS	TSC_JA_AGG & BI-LANZS
VERB_KI_LANG_R	0,1125	-0,0322	0,0879	0,0445	0,0077	0,0302	-0,0007
VERB_KI_KURZ_R	0,0981	-0,0847	0,0995	-0,1072	-0,0548	-0,0748	-0,0360
VERB_KI_R	0,1349**	-0,0788	0,1173	-0,0128	-0,0230	-0,0094	-0,0199
VERM_LA_R	-0,0534	-0,0758	-0,0131	-0,0638	-0,0534	-0,0250	-0,0109
KASSE_R	0,0522	0,1109	0,0490	0,1172	0,1598**	0,1060	0,1224
VERB_KI_LANG_A	-0,2579***	-0,2737***	-0,0398	-0,2559***	-0,2092***	-0,0577	-0,0231
VERB_KI_KURZ_A	-0,1788***	-0,1971***	0,0369	-0,2047***	-0,1691**	-0,0075	0,0104
VERB_KI_A	-0,2432***	-0,2622***	-0,0008	-0,2561***	-0,2149***	-0,0384	-0,0080
VERM_LA_A	-0,3510***	-0,3291***	-0,0536	-0,3328***	-0,2962***	-0,0640	0,0111
KASSE_A	-0,0625	-0,0089	0,1165	-0,0273	-0,1417	0,1382**	0,0444
UMIND	0,2871***	-0,2876***	-0,2460**	-0,2659***	-0,2733***	-0,2329**	-0,2272**
BILANZS	-0,3715***	-0,3379***		-0,3458***	-0,3372***		
UMSATZ	-0,3614***	-0,3456***	-0,1284	-0,3454***	-0,3129***	-0,1344	-0,0977
EKQ	-0,2616***		-0,2066***	-0,1040	-0,1174	-0,0640	-0,0904
ANZ_ÜB_30	0,1844	0,1338***	0,1661**	0,0673	0,1181	0,0664	0,1145
ANZ_ÜB_60	0,1161	0,0730	0,0957	0,0245	0,0475	0,0173	0,0482
ANZ_ÜB_90	0,1161	0,0730	0,0957	0,0245	0,0475	0,0173	0,0482
ANZ_ÜB_GES	0,2221	0,1279	0,1784***	0,0766	0,0978	0,0508	0,0720
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1002	0,0910	0,2077	0,1404	0,0969	0,1526	0,1218
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,0348	-0,1084	0,0502	-0,1906	-0,2094	-0,1396	-0,1452
VERB_KI_R_LN	0,0575	0,0991	0,2559**	0,0957	0,0446	0,1190	0,0931
VERM_LA_R_LN	-0,3303***	-0,3509***	-0,1871	-0,3518***	-0,3635***	-0,1258	-0,1594
KASSE_R_LN	0,0347	0,0260	0,0574	0,0558	0,0888	0,0433	0,0720
VERB_KI_LANG_A_LN	-0,3011***	-0,2268**	0,0619	-0,2163**	-0,2420*	0,0548	0,0130
VERB_KI_KURZ_A_LN	-0,3135***	-0,2891***	-0,0398	-0,3717***	-0,3790***	-0,1804	-0,1944
VERB_KI_A_LN	-0,3280***	-0,2755**	0,0534	-0,3040**	-0,3259***	-0,0172	-0,0578
VERM_LA_A_LN	-0,3303***	-0,3509***	-0,1871	-0,3518***	-0,3635***	-0,1258	-0,1594
KASSE_A_LN	-0,2114***	-0,2066	-0,0357	-0,2033	-0,1726	-0,0164	0,0041
BILANZS_LN	-0,3403***	-0,3761***	-0,1919	-0,3886***	-0,3828***	-0,1264	-0,1409
UMSATZ_LN	-0,3377***	-0,3631***	-0,1740	-0,3533***	-0,3255***	-0,1019	-0,0806
AUSFALLW_B	0,2813***	0,1648	0,1843*		0,1078		0,0647
TSC_JA_AGG	-0,3134***	-0,2521**	-0,2990***	-0,1499		-0,0972	
TSC_QA_AGG	-0,2667***	-0,3641***	-0,3333***	-0,3025***	-0,2955***	-0,2034	-0,2130

Tab. B-72: Bivariate und partielle Korrelationen der Finanzkennzahlen mit dem Zinssatz

Im nächsten Schritt erfolgt eine Analyse der bivariaten und partiellen Korrelationen der unternehmensbezogenen Variablen mit dem Zinssatz. Die Analyse dieser Korrelationen zeigt, dass im bivariaten Kontext für die Variablen HAND und ALTER sowie ALTER_LN signifikante Korrelationen mit dem Zinssatz existieren (vgl. Tab. B-73). Zuvor wurde der Zusammenhang der Branchen-Variablen zur Unternehmensgröße bereits untersucht, wobei der Umsatz die einzige Variable war, die zu drei der vier Branchen signifikante Korrelationen aufweist. Die Integration der Kontrollvariablen Umsatz in die Korrelationsanalyse führt dazu, dass keine signifikanten Korrelationen mehr existieren. Ferner zeigte auch die Variable VERB_KI_KURZ_A_LN signifikant

te Korrelationen zu drei Branchen. Zwar werden auch durch diese Variable einige Korrelationen eliminiert, der Effekt resultierend aus dem Umsatz ist aber deutlicher. Der Zusammenhang zwischen den sonstigen unternehmensbezogenen Variablen und dem Zinssatz scheint somit vielmehr auf die Unternehmensgröße, hier gemessen am Umsatz, und weniger auf die Variablen selbst zurückzuführen sein.

Kontrollvariablen	---	UMSATZ	VERB_KI_KURZ_A_LN
PROD	0,0064	0,0200	0,0150
HAND	-0,1823***	-0,0874	-0,1730**
DIENST	0,1301	0,0710	0,0881
BAU	0,0225	-0,0425	0,0719
KAPGESELL	-0,0187	-0,0074	-0,0105
ALTER	-0,1350**	-0,0992	-0,1562
ALTER_LN	-0,1669**	-0,1088	-0,2093**

Tab. B-73: Bivariate und partielle Korrelationen der unternehmensbezogenen Variablen mit dem Zinssatz

Die Korrelationsanalyse der beziehungsbezogenen Variablen mit dem Zinssatz zeigt, dass die Variablen DAU_BEZ_ERR, GK_LIM_EX, GES_KREDIT, ANZ_B_AGG, ZINS_VERFÜG und MITGLIED eine signifikante negative Korrelation und die Variablen INT_BET, ANT_BANK_HB und EL eine signifikante positive Korrelation mit dem Zinssatz aufweisen (vgl. Tab. B-74). Die Vorzeichen entsprechen der Erwartung, denn eine längere Beziehungsdauer, ein höheres externes Limit, ein größeres Gesamtkreditvolumen, eine größere Anzahl an Bankbeziehungen, eine Präferenz von niedrigen Zinsen im Vergleich zu einer höheren Verfügbarkeit für den Kunden oder die Mitgliedschaft des Kunden bei der Bank führen somit zu niedrigeren Zinsen, wohingegen eine aktuelle oder vergangene Intensivbetreuung sowie ein höherer erwarteter Verlust erwartungsgemäß auch zu höheren Zinsen führt.

Die Korrelationsanalyse zwischen den beziehungsbezogenen Variablen und den Finanzkennzahlen hat gezeigt, dass zahlreiche signifikante Korrelationen zur Ausfallwahrscheinlichkeit, zum Teilscore und zur Bilanzsumme bestehen. Nach Integration der Ausfallwahrscheinlichkeit und der Bilanzsumme weisen nur noch die Variablen INT_BET, GK_LIM_EX, ANT_BANK_HB und MITGLIED, bei Integration des Teilscores und der Bilanzsumme die Variablen GK_LIM_EX und ANT_BANK_HB, einen signifikanten Zusammenhang zum Zinssatz auf. Einige Korrelationen zwischen dem Zinssatz und den beziehungsbezogenen Variablen scheint somit auf die Finanzkennzahlen zurückzuführen zu sein. Bspw. ist vermutlich eine gute Liquiditätssituation ursächlich für die Präferenz für niedrigere Zinsen im Vergleich zu einer höheren Verfügbarkeit. Inwiefern die beziehungsbezogenen Variablen auch im multivariaten Kontext nur einen derart geringen Zusammenhang zum Zinssatz aufweisen, ist zu prüfen.

Kontrollvariablen	---	AUS- FALLW_B	TSC_JA AGG	BILANZS	AUS- FALLW_B & BILANZS	TSC_JA AGG & BILANZS
INT BET	0,2345***	0,2549**	0,2403	0,4137***	0,2550**	0,2463
DAU_BEZ_ERR	-0,1450**	-0,0586	-0,0250	0,0068	0,0342	0,0490
DAU_PERS_ERR	-0,0462	-0,1173	-0,0642	-0,1407	-0,1002	-0,0440
DAU_BEZ_ERR_LN	-0,0731	0,0126	0,0611	0,0435	0,1021	0,1235
DAU_PERS_ERR_LN	0,0075	-0,1306	-0,0259	-0,1437	-0,0919	0,0094
HAUSBANK_K	-0,0423	-0,2277	-0,1955	-0,2184	-0,1784	-0,1676
GK_SALD	0,0256	0,1882	0,1992	0,1258	0,1671	0,2215
GK_LIM_EX	-0,3819***	-0,5680***	-0,5503***	-0,3875***	-0,3960***	-0,4153***
GES_KREDIT	-0,1799***	-0,1804	-0,2667**	-0,0019	0,0124	-0,0876
ANT_BANK_IN	0,0365	-0,2408**	-0,2570	-0,3273***	-0,2933	-0,2641
ANT_BANK_HB	0,3579***	0,3495***	0,4496***	0,5044***	0,4383***	0,4904***
ANZ_B_AGG	-0,2165***	-0,3428***	-0,3156**	-0,2314	-0,2484	-0,2294
ZINS_VERFÜG	-0,1955***	-0,0234	-0,0874	-0,1622	-0,0784	-0,0904
SICH_Q	0,0889	-0,1773	-0,2501	-0,0723	-0,1037	-0,1838
ANT_ZV	0,0326	-0,1633	-0,1131	-0,2016	-0,1731	-0,1369
MITGLIED	-0,1654**	-0,2219	-0,2569	-0,2451**	-0,2754***	-0,2670
DARL	0,0562	0,0148	0,0853	0,1169	0,0993	0,1296
VERM_ANL	-0,0301	-0,2117	-0,2146	-0,1220	-0,1110	-0,1284
VERSICH	-0,0132	-0,1033	-0,1845	-0,1669	-0,1177	-0,1534
PRIVATKONT	-0,0025	-0,0019	0,0287	-0,1112	0,0104	0,0276
EL	0,1536**	0,0277	0,1026	0,3017**	-0,0245	0,0685
DIST_UNT	-0,0941	0,0520	0,0221	0,0688	0,0945	0,0264

Tab. B-74: Bivariate und partielle Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit dem Zinssatz

Bei den verhaltenswissenschaftlichen Parametern weisen die Faktoren **ORG_GLAUB**, **ORG_GEB**, **PERS_GLAUB** und **PERS_WOHL** signifikante Korrelationen mit dem Zinssatz auf (vgl. Tab. B-75). Eine erhöhte Glaubwürdigkeit sowohl auf organisationaler als auch auf personaler Ebene sowie ein erhöhtes personales Wohlwollen geht bei Betrachtung der bivariaten Korrelationen mit niedrigeren Zinsen einher. Da die Glaubwürdigkeit in gewisser Weise ein Indikator für die Kompetenz ist, entspricht der Zusammenhang der vermuteten Richtung. Die verhaltenswissenschaftlichen Variablen weisen hohe bivariate Korrelationen zu der Ausfallwahrscheinlichkeit, der Größe und der Teilscores auf, so dass hier ebenfalls eine Bereinigung um mögliche Einflüsse und die Berechnung von partiellen Korrelationen erfolgt. Da die Korrelationen weiterhin signifikant sind, scheint die organisationale Glaubwürdigkeit nicht vollends in den Finanzkennzahlen enthalten zu sein. Die personale Glaubwürdigkeit hingegen korreliert nach Bereinigung dieser Einflüsse nicht mehr signifikant mit dem Zinssatz. Eine plausible Erklärung kann nicht gefunden werden. Das personale Wohlwollen weist, wie aufgrund des nur geringen inhaltlichen und statistischen Zusammenhangs zu erwarten, auch nach Bereinigung um mögliche Einflüsse aus den Teilscores weiterhin signifikante Korrelationen auf. Eine erhöhte organisationale Gebundenheit steht im Zusammenhang mit höheren Zinsen, allerdings entfällt dieser Zusammenhang bei Bereinigung um die Einflüsse der Bilanzsumme und der Ausfallwahrscheinlichkeit.

Dies kann dadurch erklärt werden, dass der Faktor organisationale Gebundenheit das „Nicht-Wechseln-Können“ des Unternehmens widerspiegelt. Bei guten Bonitäten und bei größeren Unternehmen mit mehreren Bankverbindungen erscheint es einfacher die Bank zu wechseln. Diese Aspekte werden u.a. in der organisationalen Gebundenheit abgebildet.

Kontrollvariablen	---	BILANZS	AUS FALLW_B	TSC_JA_AGG	AUS FALLW_B & BILANZS	TSC_JA_AGG & BILANZS
ORG_GLAUB	0,2760***	0,2167***	0,1675**	0,1623**	0,1211	0,1149
ORG_WOHL	0,0669	0,0522	0,0519	0,0205	0,0271	-0,0136
PERS_GLAUB	0,1906***	0,1325	0,0993	0,0683	0,0548	0,0277
PERS_WOHL	0,1859***	0,1702**	0,1934***	0,1741**	0,1623**	0,1351
ORG_GEB	-0,2319***	-0,1408	-0,1393	-0,1688**	-0,0725	-0,1087
ORG_VER	0,0796	0,0897	0,0221	-0,0065	0,0605	0,0345
PERS_VER	0,0763	0,0786	0,0697	0,0755	0,0673	0,0771
PERS_VER_WOHL	0,1189	0,1228	0,1224	0,1208	0,1090	0,1069

Tab. B-75: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz nach Bereinigung der Effekte der Finanzkennzahlen¹⁴²⁰

Ferner wurde im Rahmen der Korrelationsanalysen der verhaltenswissenschaftlichen Faktoren mit den beziehungsbezogenen Variablen gezeigt, dass insbesondere hohe Korrelationen der Variablen HAUSBANK_K, DAU_BEZ_ERR, ANT_BANK_IN und ANZ_BER_J mit den Faktoren besteht. Eine Bereinigung um die Einflüsse dieser Faktoren führt jedoch nicht zu einer Änderung der Signifikanz der Korrelationen mit dem Zinssatz (vgl. Tab. B-76). Es scheint über den Effekt der Kontrollvariablen hinaus eine Interdependenz mit dem Zinssatz zu bestehen.

Kontrollvariablen	---	HAUS BANK K	DAU_BEZ_ERR	ANT_BANK_IN	ANZ_BER_J
ORG_GLAUB	0,2760***	0,2719***	0,2631***	0,2886***	0,2760***
ORG_WOHL	0,0669	0,0695	0,0700	0,1311	0,0831
PERS_GLAUB	0,1906***	0,1836**	0,1777**	0,1856**	0,1898***
PERS_WOHL	0,1859***	0,1996***	0,1869**	0,2407***	0,2106***
ORG_GEB	-0,2319***	-0,2380***	-0,2024***	-0,2048***	-0,2301***
ORG_VER	0,0796	0,0361	0,0250	0,0761	0,0517
PERS_VER	0,0763	0,0703	0,0699	0,1490**	0,0833
PERS_VER_WOHL	0,1189	0,1303	0,1208	0,2004**	0,1427

Tab. B-76: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz nach Bereinigung beziehungsbezogener Effekte

Unter der Annahme, dass der Faktor organisationale Glaubwürdigkeit auch auf die anderen Faktoren ausstrahlt, wurde eine Bereinigung des Einflusses um diesen Faktor

¹⁴²⁰ Dem Anhang 5, Tab. AN 5-1 können die partiellen Korrelationen für die Kontrollvariablen UMSATZ und TSC_QA_AGG entnommen werden.

vorgenommen (vgl. Tab. B-77). Bei einer nicht möglichen Trennung zwischen Organisation und Person müssten die Effekte aus der personalen Glaubwürdigkeit eliminiert werden. Ferner ist es denkbar, dass Glaubwürdigkeit die Voraussetzung für die Wahrnehmung des Wohlwollens ist. Nach Bereinigung um diesen Effekt weist allein die organisationale Gebundenheit signifikante Korrelationen zum Zinssatz auf.

Kontrollvariablen	---	ORG_GLAUB
ORG_WOHL	0,0669	-0,0481
PERS_GLAUB	0,1906***	0,0095
PERS_WOHL	0,1859***	0,1267
ORG_GEB	-0,2319***	-0,1473**
ORG_VER	0,0796	-0,0138
PERS_VER	0,0763	-0,0236
PERS_VER_WOHL	0,1189	0,0292

Tab. B-77: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz

Neben den unternehmens- und beziehungsbezogenen Aspekten sind aber auch Einflüsse, die aus der Person des Firmenkundenbetreuers sowie Einflüsse die aus Bankvorgaben und dem Bankumfeld resultieren, zu berücksichtigen. Ein erhöhter Ausbildungsstand des Firmenkundenbetreuers, ein größerer Marktanteil im Firmenkundengeschäft, eine wertorientierte Vergütung des Firmenkundenbetreuers sowie die Durchführung einer risikoorientierten Bepreisung stehen im Zusammenhang mit niedrigeren Zinsen, wohingegen die Nichtexistenz einer leistungsorientierten Vergütung im Zusammenhang mit höheren Zinssätzen steht (vgl. Tab. B-78). Zwischen der Ausbildung des Firmenkundenbetreuers, der Vergütung des Firmenkundenbetreuers sowie der Praktizierung der risikoorientierten Bepreisung bestehen hohe Korrelationen und ein hoher inhaltlicher Zusammenhang. So weist die Variable FKB_STUD nach Integration der Variablen für die Vergütung keine signifikanten Korrelationen auf. Gleiches gilt bei der Korrektur der Korrelation der Variablen LEI_WERT_FKB um den Einfluss der Variablen FKB_STUD. Eine Aussage hinsichtlich Ursache und Wirkung erscheint zumindest in Bezug auf Vergütungsstrukturen und Ausbildung nicht möglich. Der denkbare Erklärungsansatz, dass Firmenkundenbetreuer mit abgeschlossenem Studium eher in größeren Banken mit professionelleren Strukturen arbeiten und diese Banken eher eine risikoorientierte Bepreisung praktizieren, kann anhand dieser Analysen nicht bestätigt werden. Weder die risikoorientierte Bepreisung noch der Abschluss eines Studiums weist signifikante Korrelationen zur Bilanzsumme der Bank auf.

Kontrollvariablen	---	FKB_STUD	LEI_WERT_FKB	MARKTAN_FK	LEI_KEIN	RISIKO_BEPREIS
FKB_JÜ30	-0,1194	-0,0885	-0,1100	-0,0617	-0,1208	-0,1080
FKB_30_50	0,1255	0,1203	0,1387**	0,0956	0,1180	0,1483**
FKB_ÜB50	-0,0670	-0,0821	-0,0878	-0,0702	-0,0588	-0,0996
FBK_BANK	0,0413	0,0413	0,0513	0,0603	0,0521	0,0310
FKB_BERUF_ST	-0,0411	-0,0488	-0,0235	-0,0401	-0,0239	-0,0465
FKB_STUD	-0,1387**		-0,1198	-0,1362	-0,1264	-0,1213
MARKTAN_GES	-0,1213	-0,1257	-0,0732	0,0336	-0,0713	-0,1287
MARKTAN_FK	-0,1602**	-0,1539*	-0,0974		-0,1023	-0,1519**
UMFELD_LÄND	0,0247	0,0195	0,0384	0,0677	0,0253	-0,0038
UMFELD_LÄSTÄ	0,0159	0,0210	0,0114	0,0104	0,0140	0,0263
UMFELD_STÄ	-0,0500	-0,0508	-0,0613	-0,0958	-0,0488	-0,0295
LEI_WERT_FKB	-0,1779**	-0,0766		-0,1298	-0,0813	-0,1543**
LEI_WERT_BA	-0,0660	-0,1637**	-0,0731	-0,0513	-0,0089	-0,0535
LEI_VOL	-0,0602	-0,0689	0,0187	-0,0168	0,0155	-0,0366
LEI_AKT	-0,0207	-0,0320	0,0380	0,0297	0,0732	0,0065
LEI_KEIN	0,1689**	0,1562**	0,0504	0,1174		0,1354
RISIKO_BEPREIS	-0,1551**	-0,1330	-0,1197	-0,1446**	-0,1133	
BIL_BA	-0,0515	-0,0278	-0,0405	-0,0448	-0,0459	-0,0168

Tab. B-78: Bivariate und partielle Korrelationen der bankbezogenen Variablen

Nach Durchführung einer umfänglichen Korrelationsanalyse wird im Folgenden nun eine Regressionsanalyse in Bezug auf den Zinssatz durchgeführt. Zunächst erfolgt die Beschreibung der Methodik und der verwendeten Gütemaße.

3.4.2.2 Beschreibung der Regressionsanalyse

Nach Durchführung der Korrelationsanalyse wird für den Konditionsparameter Zinssatz eine Regressionsanalyse vorgenommen. In Ergänzung zu den bisherigen Analysen wird nun geprüft, ob die Determinanten der univariaten Analyse auch im multivariaten Kontext, d.h. unter Berücksichtigung der Interdependenzen zwischen den Determinanten selbst, einen systematischen Einfluss auf den Zinssatz haben. Bei der Regressionsanalyse wird eine Wirkungsrichtung angenommen, so dass hier eine gerichtete Beziehung oder ein asymmetrischer Zusammenhang untersucht wird.¹⁴²¹ Die Regressionsanalyse kann nur lineare Zusammenhänge abbilden, d.h. es wird immer eine lineare Beziehung zwischen der bzw. den erklärenden Variablen und der abhängigen Variablen unterstellt. Allerdings können durch Logarithmierung auch nicht-lineare Zusammenhänge abgebildet werden.¹⁴²² Zielsetzung der folgenden empirischen Untersuchung ist die Beantwortung der nachstehenden Fragestellungen:¹⁴²³

¹⁴²¹ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 64.

¹⁴²² Vgl. Brosius (2002), S. 530. Dieser Möglichkeit wurde bspw. für die diversen Finanzkennzahlen, das Alter des Unternehmens und die Beziehungsdauern genutzt.

¹⁴²³ Vgl. Flacke (2007), S. 211 f.

- Wie verhält sich der Einfluss der unabhängigen Variablen in einem multivariaten Kontext?
- Welchen Anteil der Schwankungen der abhängigen Variablen können die unabhängigen Variablen erklären?
- Wie stark ist der Einfluss der verschiedenen unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable?

Nachstehend beschriebene Voraussetzungen müssen bei Durchführung der Regressionsanalyse erfüllt sein. Die Residuen einer Regressions-schätzung sollten zufällig auftreten und einer Normalverteilung folgen.¹⁴²⁴ Wenn selbiges nicht gegeben ist, dann ist die Berechnung der Signifikanz der Regressionskoeffizienten der unabhängigen Variablen verzerrt und nicht mehr gültig. Zu diesem Zweck wurde eine visuelle Prüfung hinsichtlich der Normalverteilung vorgenommen.¹⁴²⁵ Als zweite Voraussetzung sollte erfüllt sein, dass die Residuen keine Autokorrelation aufweisen. Die Prüfung kann mit Hilfe des Durbin-Watson-Tests durchgeführt werden. Im Rahmen des Durbin-Watson-Tests sind Werte zwischen 0 und 4 möglich, je näher die Werte an 2 liegen, desto besser ist dies für die Regressionsanalyse. Werte zwischen 1,5 und 2,5 gelten als akzeptabel, wohingegen bei Werten unter 1 oder über 3 eine starke Autokorrelation vorliegt.¹⁴²⁶ Es wird an dieser Stelle vorweggenommen, dass in allen verwendeten Regressionen die Werte in der Bandbreite von 1,5 und 2,5 liegen. Die Werte werden jeweils bei den Auswertungsergebnissen ausgewiesen, es wird aber nicht weiter darauf eingegangen. Ferner darf keine Multikollinearität der unabhängigen Variablen vorliegen.¹⁴²⁷ Bei empirischen Daten besteht häufig ein gewisser Grad an Multikollinearität, dies wird aber erst dann zum Problem, wenn eine starke lineare Abhängigkeit besteht.¹⁴²⁸ Die Multikollinearität steigt, je mehr miteinander korrelierte Variablen in der Regression enthalten sind.¹⁴²⁹ Bei perfekter Korrelation der Variablen kann die Regressionsgleichung nicht eindeutig geschätzt werden. Von zwei Variablen mit hohem statistischem und inhaltlichem Zusammenhang sollte nur eine verwendet werden. Hierzu werden die Erkenntnisse der bivariaten Korrelationsanalyse aus Kapitel B.3.4.2.1 berücksichtigt. Es resultiert allerdings das Problem, welche Variable ausgeschlossen werden soll. Hier wird im weiteren Verlauf eine fallweise, auf inhaltlichen Kriterien beruhende Entscheidung getroffen. Schließlich muss die Homoskedastizität, d.h. die Varianzgleichheit, der Regressionsresiduen gegeben sein.¹⁴³⁰ Wenn diese nicht gegeben ist, dann ist die Berechnung der Signifikanz der Regressionskoeffizienten der unabhängigen Variablen verzerrt und nicht mehr gültig und die Effizienz der Modellschätzung nicht gegeben. Die Erfüllung dieser Voraussetzung erfolgte durch visuelle Prüfung.

¹⁴²⁴ Vgl. Brosius (2002), S. 553 oder Backhaus et al. (2006), S. 32.

¹⁴²⁵ Vgl. Flacke (2007), S. 213.

¹⁴²⁶ Vgl. Brosius (2002), S. 558 f.

¹⁴²⁷ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 209.

¹⁴²⁸ Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 33.

¹⁴²⁹ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 209.

¹⁴³⁰ Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 35.

Die Güte der Regressionsgleichung kann durch verschiedene Maße beurteilt werden. Das Bestimmtheitsmaß R^2 gibt die Relation zwischen der Quadratsumme der erklärten Streuung und der Quadratsumme der gesamten Streuung an.¹⁴³¹ Ein R^2 von über 0,60 gilt als zufriedenstellend.¹⁴³² Bei dem korrigierten R^2 wird die Anzahl der bei der Schätzung verwendeten erklärenden Variablen berücksichtigt.¹⁴³³ Im weiteren Verlauf der Arbeit werden aber auch die jeweiligen R^2 anderer, vergleichbarer Studien ausgewiesen, um den Erklärungsgehalt der in dieser Arbeit durchgeführten Regressionen zu beurteilen. Der F-Wert liefert als weiteres Gütemaß eine Beurteilung der Signifikanz der gesamten Regressionsgleichung.¹⁴³⁴ Neben dem gesamten Modell sind aber auch die einzelnen Regressionskoeffizienten der einzelnen erklärenden Variablen hinsichtlich des theoretisch erwarteten Zusammenhangs zu bewerten. Damit der Erklärungsgehalt der einzelnen Variablen miteinander verglichen werden kann, werden nicht nur die Regressionskoeffizienten, sondern auch die standardisierten Koeffizienten, so genannte Beta-Koeffizienten, betrachtet.¹⁴³⁵ Der Vergleich der Beta-Koeffizienten ist nur dann zulässig, wenn die unabhängigen Variablen nicht miteinander korreliert sind.¹⁴³⁶ Der standardisierte Regressionskoeffizient ist dimensionslos und ermöglicht den Vergleich der Effektstärken der unabhängigen Variablen eines Regressionsmodells untereinander. Allerdings gibt es für die standardisierten Regressionskoeffizienten keine anschauliche Interpretation.¹⁴³⁷ Ferner ist die Signifikanz der Regressionskoeffizienten zu prüfen. Häufig wird ein Mindestwert von 0,05 gefordert.¹⁴³⁸

Hinsichtlich der Auswahl der in der Regressionsgleichung zu berücksichtigenden Variablen werden zwei Methoden angewendet: das Einschlussverfahren und die schrittweise Regression. Bei dem Einschlussverfahren werden alle ausgewählten unabhängigen Variablen in die Regressionsgleichung aufgenommen.¹⁴³⁹ Bei der schrittweisen Regression erfolgt zunächst eine Regression mit derjenigen unabhängigen Variablen, die am stärksten mit der abhängigen Variablen korreliert.¹⁴⁴⁰ Mit jedem weiteren Schritt wird geprüft, durch welche weitere Variable das Vorhersagepotenzial, d.h. R^2 , maximal erhöht werden kann. Die Variablen werden bei jedem Schritt auf Abschluss oder Aufnahme hinsichtlich der jeweiligen Signifikanzniveau geprüft.¹⁴⁴¹ Der Prüfprozess endet dann, wenn für keine Variable mehr die Notwendigkeit des Ausschlusses und für keine Variable mehr die Möglichkeit der Aufnahme existiert. Während bei dem Einschlussverfahren jeweils die Signifikanz der Regressionskoeffizienten ausgewiesen wird, wird bei der schrittweisen Regression gemäß dem in der Literatur

¹⁴³¹ Vgl. Brosius (2002), S. 533, Urban/Mayerl (2006), S. 56.

¹⁴³² Vgl. Urban/Mayerl (2006), S. 59.

¹⁴³³ Vgl. Brosius (2002), S. 545.

¹⁴³⁴ Vgl. Berekhoven/Eckert/Ellenrieder (2001), S. 208.

¹⁴³⁵ Vgl. Brosius (2002), S. 553.

¹⁴³⁶ Vgl. Brosius (2002), S. 553.

¹⁴³⁷ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 193.

¹⁴³⁸ Vgl. Brosius (2002), S. 547.

¹⁴³⁹ Vgl. Brosius (2002), S. 568.

¹⁴⁴⁰ Vgl. Bortz (2005), S. 447 f.

¹⁴⁴¹ Vgl. Brosius (2002), S. 569.

geforderten Mindestwert eine Grenze von 5% für die Aufnahme neuer Variablen definiert.

3.4.2.3 Durchführung der Regressionsanalyse

Im folgenden Kapitel wird analysiert, wie sich der Einfluss der unabhängigen Variablen im multivariaten Kontext in Bezug auf den Zinssatz verhält und welchen Anteil der Schwankung des Zinssatzes die unabhängigen Variablen erklären können.

Im theoretischen Teil der Arbeit wurden drei wesentliche Einflussbereiche in Bezug auf den Kreditzins herausgearbeitet: rechtliche Vorschriften bzw. etwas darüberhinausgehend, losgelöst von diesen rechtlichen Vorschriften eine risikoadjustierte Bepreisung, die Einflüsse aus dem Bereich der Relationship Banking-Forschung sowie diejenigen Einflüsse, die sich aus verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen ergeben (vgl. Abb. B-25). Diese drei zentralen Einflussbereiche werden im Rahmen der weiteren Untersuchung sukzessive analysiert mit dem Fokus auf den verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen. Während sich der Einfluss der rechtlichen Vorgaben und der risikoadjustierten Bepreisung primär über Ratingklasse und weitere Finanzkennzahlen auswirkt, finden sich die Relationship Banking-Ansätze vornehmlich in den beziehungsbezogenen Variablen wieder.

In Kapitel A.3.3 wurde ausführlich erläutert, dass bei Anwendung der risikoorientierten Bepreisung ein Zusammenhang zwischen der Ausfallwahrscheinlichkeit des Unternehmens und den Kreditkonditionen bestehen sollte. In den MaRisk ist dieser Zusammenhang lediglich in Form einer Sollte-Bestimmung verankert.¹⁴⁴² Aufgrund dieser Vorgaben wird der Einfluss der Finanzkennzahlen besonders ausführlich untersucht.

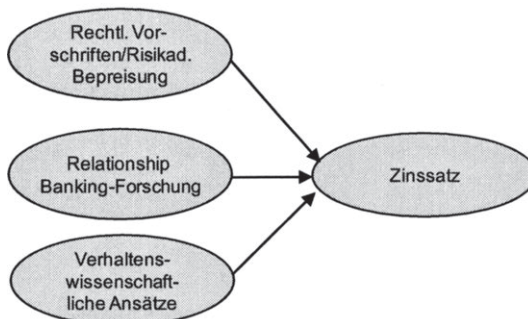


Abb. B-25: Zentrale Einflussbereiche in Bezug auf den Kreditzins

Unter der Annahme, dass der Kontokorrentzins ausschließlich nach den Gesichtspunkten einer risikoadjustierten Bepreisung ermittelt wird, ergäbe sich – basierend auf den Ausführungen zu den Komponenten des Zinssatzes in Kapitel A.3.3 – nachstehend

¹⁴⁴² Vgl. Kapitel A.3.2.2.

beschriebener Zusammenhang, so dass die beziehungsbezogenen und verhaltenswissenschaftlichen Variablen keinerlei Auswirkung haben:

$$\begin{aligned} \text{Zinssatz Kontokorrent} = & \beta_1 \cdot \text{risikoloser Zins} \\ & \beta_2 \cdot \text{EK-Kosten (in \%)} \text{ für unerwart. Verlust aus Kunden-} \\ & \quad \text{geschäft} + \\ & \beta_3 \cdot \text{Refinanzierungskosten (in \%)} + \\ & \beta_4 \cdot \text{erwarteter Verlust aus Kundengeschäft (in \%)} + \\ & \beta_5 \cdot \text{Standardbetriebskosten (in \%)} + \\ & \beta_6 \cdot \text{Gewinnmarge der Bank (in \%)} + \\ & \beta_7 \cdot \text{Residuen,} \end{aligned}$$

wobei sich der erwartete Verlust aus der Multiplikation der Ausfallwahrscheinlichkeit des Kunden mit seinem Blankoanteil ergibt. Für die unerwarteten Verluste einer Bank muss Eigenkapital vorgehalten werden. Das zu hinterlegende Eigenkapital wird mit einem der in Kapitel A.3.1.2.1 beschriebenen Verfahren ermittelt. In Abhängigkeit vom verwendeten Verfahren handelt es sich auch bei den Eigenkapitalkosten um eine kundenindividuelle Kostenkomponente. Bei Verwendung des Standardansatzes stellt ausschließlich der erwartete Verlust und bei Verwendung eines IRB-Ansatzes stellen der erwartete Verlust sowie die Eigenkapitalkosten eine kundenindividuelle Komponente dar. Wenn die Banken den IRB-Ansatz anwenden, sind sie zur Ermittlung eines kundenindividuellen Ratings und zur Hinterlegung der Forderung mit Eigenkapital verpflichtet, wobei die Höhe des zu hinterlegenden Eigenkapitals und somit die resultierenden Kosten von dem Rating abhängen.¹⁴⁴³ Basierend auf der Annahme, dass alle obigen Parameter mit Ausnahme der kundenindividuellen Parameter in der vorliegenden Studie konstant sind, müsste der Zinssatz weitestgehend durch den erwarteten Verlust in Prozent determiniert werden. Unter der Annahme, dass alle Kostenkomponenten exakt an die Kunden weitergegeben werden, würden die Koeffizienten β_1 bis β_6 jeweils eins betragen. Wie die Ergebnisse in Tab. B-79 zeigen, können aber weder der erwartete Verlust noch die Ausfallwahrscheinlichkeit oder die Kombination aus Ausfallwahrscheinlichkeit und Besicherungsquote den Zinssatz erklären. Das korrigierte R^2 liegt zwischen 1,89% und 7,61%. Die Untersuchungsergebnisse deuten daraufhin, dass keine vollständig risikoorientierte Bepreisung praktiziert wird. Die Vorzeichen hinsichtlich des erwarteten Verlusts und hinsichtlich der Ausfallwahrscheinlichkeit sind erwartungsgemäß positiv. Bei Annahme der risikoorientierten Bepreisung wäre bei der Sicherheitenquote ein negatives Vorzeichen zu erwarten. Unter Bezugnahme auf die in Kapitel A.4.3.1.2.1 dargelegten Funktionen von Sicherheiten unterstützt ein positives Vorzeichen den Ansatz der Anreizfunktion und nicht der Signalling-Funktion von Sicherheiten.¹⁴⁴⁴ Bonitätsmäßig schlechte Kunden müssen mehr Sicherheiten stellen. Allerdings ist der Koeffizient nicht signifikant.

¹⁴⁴³ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.3.1.2.1.

¹⁴⁴⁴ Vgl. zur Funktion von Sicherheiten ausführlich Kapitel A.4.3.1.2.1.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	10,2720		10,0321		9,9363	
EL	0,3000	0,1541**				
AUSFALLW B			0,3217	0,2814***	0,3194	0,2809***
SICH Q					0,0021	0,0472
R		0,1536		0,2814		0,2916
R-Quadrat		0,0236		0,0792		0,0851
Korrigiertes R ²		0,0189		0,0748		0,0761
Signifikanz F-Test		0,0268		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,8850		2,0308		2,0579
N		208		208		208

Tab. B-79: Regression der Parameter der risikoorientierten Bepreisung¹⁴⁴⁵

In Anlehnung an die in Kapitel B.3.4.2.1 beschriebenen, verschiedenen denkbaren Zusammenhänge der Finanzkennzahlen mit dem Zinssatz ist das weitere Vorgehen wie folgt. Es wird zunächst untersucht, inwiefern die Finanzkennzahlen alleine oder eine Kombination aus Finanzkennzahlen und Ratingergebnissen einen besseren Erklärungsgehalt liefern. Im Anschluss daran werden die unternehmensbezogenen sowie die beziehungsbezogenen Variablen isoliert und in Kombination mit den Ergebnissen aus der Regression mit den Finanzkennzahlen analysiert. Schließlich werden die verhaltenswissenschaftlichen Variablen wiederum isoliert und in Kombination mit den vorherigen Regressionen analysiert. Es werden jeweils die Ergebnisse mit dem höchsten Erklärungsgehalt in den weiteren Analysen verwendet. Das Vorgehen ist deshalb erforderlich, weil insbesondere im Bereich der Finanzkennzahlen ex ante, z.B. auf Basis eines Literaturstudiums, keine Ableitung sinnvoller Kennzahlen erfolgen kann. Bei der Verwendung der Finanzkennzahlen können bspw. genossenschaftliche Besonderheiten zum Tragen kommen, weil die Firmenkundenbetreuer durch gemeinsame Seminare geprägt sind, in denen spezielle Kennzahlen als relevant erachtet wurden.

Im nächsten Schritt wird eine Regressionsanalyse mit den originären Finanzkennzahlen durchgeführt.¹⁴⁴⁶ Bei dieser Analyse wird folgerichtig berücksichtigt, dass sich die Kreditbepreisung unter Umständen nicht an der Ausfallwahrscheinlichkeit orientiert, sondern dass die Firmenkundenbetreuer die originären Finanzkennzahlen zugrunde legen, weil diese aus Sicht der Firmenkundenbetreuer möglicherweise transparenter sind als die aus statistischen Verfahren abgeleiteten Ratingkennzahlen. Eine systematische Auswahl ist deswegen schwierig, weil die Auswahl der Kennzahlen möglicherweise von den zuvor erwähnten gemeinsamen Seminaren oder von Erfahrungskreisen

¹⁴⁴⁵ Selbst bei einer Differenzierung nach Firmenkundenbetreuern, die eine risikoorientierten Bepreisung in ihrer Bank angegeben haben vs. Firmenkundenbetreuer, die keine risikoorientierte Bepreisung angegeben haben, schwanken die Werte für das korrigierte R² nur gering. Bei dem erwarteten Verlust bspw. liegen die Werte bei 0,0248 und bei 0,0252. Das Ergebnis ist dahingehend erstaunlich, als dass der Wert bei angenommener risikoorientierter Bepreisung sogar geringfügig niedriger ist.

¹⁴⁴⁶ Es erfolgt ein listenweiser Fallausschluss.

bzw. Fortbildungen an der genossenschaftlichen Akademie abhängt und diese Mechanismen nicht bekannt sind. Aus diesem Grund wurden zunächst die Kennzahlen ausgewählt, die im univariaten Kontext hohe signifikante Korrelationen mit dem Zinssatz, d.h. eine absolute Korrelation größer 0,25, aufgewiesen haben. Da sowohl bei der Variablen BILANZS als auch bei der Variablen UMSATZ hohe bivariate Korrelationen mit dem Zinssatz vorliegen und diese beiden Variablen untereinander ebenfalls hohe Korrelationen aufweisen, wird mit der Variablen BILANZS die Variable mit der größeren Korrelation zum Zinssatz berücksichtigt. Aufgrund der Korrelationen zwischen Verbindlichkeiten und der Eigenkapitalquote wurde hier ebenfalls stets nur eine der beiden Variablen in der Regression berücksichtigt. Ferner wurde bei hohen Korrelationen der Kennzahlen, wie z.B. zwischen den relativen und den absoluten Verbindlichkeiten, die Kennzahl mit der höheren Korrelation ausgewählt. Die Regression auf Basis von logarithmierten Größen führte immerhin zu einem korrigierten R^2 von 0,1308 (vgl. Tab. B-80, Regression 1). Da dieses Vorgehen aber noch nicht zu zufriedenstellenden Ergebnissen führte, wurden im nächsten Schritt ausschließlich nicht-logarithmierte Größen verwendet, wobei wiederum die Kennzahlen mit den höchsten Korrelationskoeffizienten verwendet wurden. Diese Regression weist ein korrigiertes R^2 von 0,1892 auf (vgl. Tab. B-80, Regression 2). Zwar hat die Bilanzsumme den größten Beta-Koeffizienten, jedoch ist dieser ebenso wie der Koeffizient für die Variablen VERB_KI_LANG_A und VERM_LA_A nicht signifikant.¹⁴⁴⁷ Die Kennzahl UMIND¹⁴⁴⁸ weist bei Betrachtung des Beta-Koeffizienten ebenfalls einen erheblichen und zugleich auch auf dem geforderten 5%-Niveau einen signifikanten Einfluss auf. Allerdings sind diese Ergebnisse nur für Unternehmen zutreffend, für welche die Kennzahl „Umschlagshäufigkeit Industrie“ (UMIND) ermittelt werden kann. Die Datenbasis umfasst lediglich 92 Unternehmen. Für Dienstleistungsunternehmen und Handelsunternehmen kann die Kennzahl in aller Regel nicht ermittelt werden, da selbige keinen Materialaufwand haben. Bei Verzicht auf die Kennzahl UMIND kann ein guter Erklärungsbeitrag erzielt werden, wenn die Kennzahl langfristiges Vermögen (VERM_LA_A), Bilanzsumme (BILANZS) und Eigenkapitalquote (EKQ) verwendet werden (vgl. Tab. B-80, Regression 3). Sowohl die Bilanzsumme als auch die Eigenkapitalquote weisen statistisch und ökonomisch signifikante Einflüsse auf. Eine Erhöhung der Bilanzsumme um 1 Mio. EUR führt zu einer Zinsreduktion von 0,1 Prozentpunkten und die Erhöhung der Eigenkapitalquote um 10 Prozentpunkte führt zu einer vergleichbar hohen Zinsreduktion um 0,09 Prozentpunkte.

¹⁴⁴⁷ Aufgrund der hohen Korrelationen und der daraus resultierenden Multikollinearität zwischen BILANZS, VERB_KI_LANG_A und VERM_LA_A ist eine isolierte Interpretation der Koeffizienten möglicherweise nicht korrekt. Vgl. hierzu auch Kapitel B.3.4.2.2.

¹⁴⁴⁸ Die Kennzahl UMIND ist die Relation aus Materialaufwand zu Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	15,4037		10,8841		10,8826	
VERB KI LANG A			-0,0001	-0,0323		
VERM LA A			0,0000	-0,0514	-0,0001	-0,1394
BILANZS			-0,0001	-0,3130	-0,0001	-0,2286**
UMIND			-0,0004	-0,2251**		
VERB KI A LN	-0,2337	-0,2122**				
VERM LA A LN	-0,1215	-0,1238				
KASSE A LN	-0,1295	-0,1430				
BILANZS LN	-0,0396	-0,0308				
EKQ					-0,0090	-0,2093***
R		0,3889		0,4737		0,4343
R-Quadrat		0,1512		0,2244		0,1886
Korrigiertes R ²		0,1308		0,1892		0,1769
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0002		0,0000
Durbin-Watson		2,0749		2,1608		1,9877
N		211		92		211

Tab. B-80: Regression der Finanzkennzahlen (1)

Zwar können mit Hilfe des Einschussverfahrens durch gezielte Auswahl der auf Basis der Korrelationsanalyse als relevant erachteten Kennzahlen erste gute Ergebnisse erzielt werden. Aufgrund der vermuteten hohen Bedeutung der Finanzkennzahlen soll aber mittels der schrittweisen Regression versucht werden, zusätzliche Erkenntnisse zu gewinnen. Die Ergebnisse der schrittweisen Regression werden jeweils mit dem Einschussverfahren validiert.¹⁴⁴⁹ Zunächst wurde eine schrittweise Regression unter Berücksichtigung aller erhobenen Finanzkennzahlen vorgenommen, wobei ein listenweiser Fallausschluss verwendet wurde und die Kennzahlen mit untereinander hohen Korrelationen ausgeschlossen worden sind. Bei Betrachtung der kleinen Datenbasis wird durch die Unternehmensgröße – gemessen am logarithmierten Umsatz – der Zinssatz am Besten erklärt, so dass ein korrigiertes R² von 0,3597 (vgl. Tab. B-81, Regression 1) erreicht wird. Ferner ist auch der Koeffizient statistisch signifikant. Die Berücksichtigung der beiden Kennzahlen Umschlagshäufigkeit Handel und Umschlagshäufigkeit Industrie führen allerdings bei dem listenweisen Fallausschluss – wie auch zuvor bereits für UMIND erläutert – zu einer starken Reduktion der Datenbasis. Denn in Abhängigkeit der Branche kann in der Regel nur eine der beiden Kennzahlen berechnet werden, so dass die Ergebnisse dieser ersten Regression nicht als repräsentativ erachtet werden können. In der zweiten Regression wird bei Ausschluss dieser beiden Variablen ein korrigiertes R² von 0,2905 erzielt (vgl. Tab. B-81, Regression 2). Selbiges ist somit etwas niedriger. Neben der Variablen EKQ wurde hier erneut mit der Kennzahl BILANZS ein Indikator für die Unternehmensgröße aufgenommen. Abschließend wurde noch eine Regression unter Einschluss der beiden Variablen BILANZS und EKQ durchgeführt. Der Wert für das korrigierte R² ist bei die-

¹⁴⁴⁹ Bei der schrittweisen Regression wurden als Grenzen für die F-Wahrscheinlichkeiten der einzelnen Variablen für die Aufnahme 5% und für den Ausschluss 10% festgelegt.

ser Analyse mit 0,1669 deutlich schlechter. Der Unterschied in den Ergebnissen resultiert daraus, dass bei der schrittweisen Regression mehr Fälle ausgeschlossen worden sind und somit die Datenbasis geringer als bei Anwendung des Einschussverfahrens ist.

Im nächsten Schritt wird mittels schrittweiser Regression geprüft, inwiefern bei der Zinsfestsetzung sowohl die im Rahmen des Ratings ermittelten Größen als auch die einzelnen Finanzkennzahlen herangezogen werden. Dazu werden neben den Finanzkennzahlen auch die Ausfallwahrscheinlichkeit und die beiden Teilscores bei der Regression berücksichtigt. Bei einer schrittweisen Regression können durch die beiden Variablen UMSATZ_LN und KREDZIEL 54,25% der Varianz (vgl. Tab. B-82, Regression 1) erklärt werden. Aufgrund der geringen Stichprobengröße können diese Ergebnisse trotz der gegebenen Signifikanz aber nicht als repräsentativ angesehen werden. Werden die beiden Kennzahlen Umschlagshäufigkeit Handel und Umschlagshäufigkeit Industrie erneut aus der Analyse ausgeschlossen, so wird mit den beiden Variablen BILANZS_LN und AUSFALLW_B ein korrigiertes R^2 von 0,2808 ermittelt (vgl. Tab. B-82, Regression 2). In beiden Regressionen sind die einzelnen Koeffizienten sowie die gesamte Regressionsgleichung signifikant. Allerdings ist die Datenbasis aufgrund der in die Analyse einbezogenen Teilscores, welche nicht für alle Kunden vorlagen, immer noch relativ gering. Eine Imputation der fehlenden Daten war bei den Teilscores nicht möglich, da hierzu der Ratingalgorithmus bekannt sein müsste. Aus diesem Grund wurde erneut eine Regression unter Einschluss der beiden Variablen BILANZS_LN und AUSFALLW_B durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass das korrigierte R^2 nunmehr lediglich 0,1538 beträgt (vgl. Tab. B-82, Regression 3).¹⁴⁵⁰ Diese Ergebnisse bestätigen somit die Erkenntnisse der partiellen Korrelationsanalyse aus Tab. B-72, denn nach Bereinigung um die Einflüsse der Bilanzsumme und der Ausfallwahrscheinlichkeit wies ausschließlich die Variable KASSE_A noch eine signifikante Korrelation mit dem Zinssatz auf. Der Einfluss der Variablen KASSE_A kann in der Regression allerdings nicht mehr bestätigt werden.

¹⁴⁵⁰ Das Einschussverfahren führte bei einer Regression nur mit den beiden Variablen UMSATZ_LN und KREDZIEL zu einem korrigierten R^2 von 0,1063.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	19,9085		11,0076		10,9078738	
UMSATZ_LN	-1,1692 (1)	-0,6236***				
BILANZS			-0,0002 (1)	-0,4273***	-0,0002	-0,3328***
EKQ			-0,0148 (2)	-0,2776***	-0,0084	-0,1956***
R		0,6235		0,5523		0,4181
R-Quadrat		0,3888		0,3050		0,1748
Korrigiertes R ²		0,3597		0,2905		0,1669
Signifikanz F-Test		0,0015		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,7660		1,8162		1,9180
N		23		186		211

Tab. B-81: Regression der Finanzkennzahlen (2)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3		Regression 4	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	21,5392		15,3944		12,8037		12,8522	0,0000
UMSATZ_LN	-1,2999 (1)	-0,6529***						
KREDZIEL	0,0331 (2)	0,3699**						
BILANZS_LN			-0,6541 (1)	-0,4289***	-0,3821	-0,2941***	-0,3647	-0,2807***
AUSFALLW_B			0,4192 (2)	0,2889***	0,2510	0,2195***	0,2515	0,2200***
ALTER							-0,0070	-0,0855
R		0,7685		0,5466		0,4023		0,4111
R-Quadrat		0,5906		0,2988		0,1618		0,1690
Korrigiertes R ²		0,5425		0,2808		0,1538		0,1570
Signifikanz F-Test		0,0005		0,0000		0,0000		1,5610
Durbin-Watson		1,9407		1,8528		2,0325		2,0475
N		19		81		211		211

Tab. B-82: Regression der Finanzkennzahlen und der unternehmensbezogenen Variablen

Zusammenfassend lässt sich in Bezug auf die Finanzkennzahlen feststellen, dass die Variablen BILANZS_LN und AUSFALLW_B den größten Erklärungsanteil für den Zinssatz liefern. Ferner lässt sich beobachten, dass in allen Regressionen eine Kennzahl der Unternehmensgröße mit einem negativen Koeffizienten enthalten war und somit die These gestützt wird, dass große Unternehmen – gemessen an der Bilanzsumme oder am Umsatz – niedrigere Zinsen erhalten. Die Ergebnisse stimmen überein mit LEHMANN/NEUBERGER und ELSAS/KRAHNEN, die ebenfalls zu der Erkenntnis kommen, dass der Zinssatz mit zunehmender Unternehmensgröße sinkt.¹⁴⁵¹ ELSAS/KRAHNEN vermuten hier, dass Banken die Firmengröße als einen Proxy für das Risiko verwenden und große Unternehmen aufgrund des geringeren Risikos niedrigere Zinsen

¹⁴⁵¹ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 20, Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

zahlen.¹⁴⁵² Ursächlich könnte ferner die größere Machtstellung des Unternehmens sein. Diese Machtstellung könnte dadurch entstehen, dass nicht die reine Größe, sondern ein resultierender höherer Verbindlichkeitenbestand gegenüber dem jeweiligen Kreditinstitut ausschlaggebend ist und die Bank den Kunden nicht verlieren möchte. Dies kann erst bei Analyse der beziehungsbezogenen Variablen berücksichtigt werden. Zudem wäre es aber auch denkbar, dass die Unternehmensgröße zu einem besseren Ausbildungsniveau des Ansprechpartners führt und dass die Bank aufgrund der besseren betriebswirtschaftlichen Qualifikation desselbigen keine höheren Zinsen durchsetzen kann.¹⁴⁵³ Schließlich können auch Imageeffekte eine Rolle spielen, so dass die Zufriedenheit der größeren Kunden wichtiger ist, da selbige stärker als Multiplikator in der Region fungieren. Die Größe des Unternehmens hat somit auch bei Ergänzung der Ausfallwahrscheinlichkeit weiterhin einen erheblichen Einfluss auf die Konditionengestaltung.

Ebenso wie bei LEHMANN/NEUBERGER wird gezeigt, dass der Zinssatz mit einer besseren Ratingklasse sinkt.¹⁴⁵⁴ Hier besteht ebenfalls eine Übereinstimmung mit den Studien von MACHAUER/WEBER¹⁴⁵⁵ oder ELSAS/KRAHNEN.¹⁴⁵⁶ Zwar sind BERGER/UDELL zu dem Ergebnis gekommen, dass die von ihnen verwendeten finanziellen Variablen keine signifikanten Effekte in Bezug auf die Kreditzinsen haben, jedoch lagen ihnen keine Ausfallwahrscheinlichkeiten vor, was die Herstellung eines Zusammenhangs zwischen der Bonität des Unternehmens und dem Zinssatz erschwert.¹⁴⁵⁷ Um diesen Zusammenhang herstellen zu können, hätten sie genau die Finanzkennzahlen ermitteln müssen, die von den Firmenkundenbetreuern herangezogen werden. Das Vorliegen einer verdichteten Variablen wie der Ratingklasse vereinfacht zum einen für den Firmenkundenbetreuer die bonitätsabhängige Zinsfestsetzung und zum anderen den Nachweis eines statistischen Zusammenhangs. BERGER/UDELL schlussfolgerten aufgrunddessen, dass die Zinsen für kleinere Unternehmen idiosynkratisch sind und oft von der Reputation und dem Ansehen des Eigentümers und des Unternehmens abhängen.¹⁴⁵⁸ Ferner wurde die Studie von BERGER/UDELL durchgeführt, bevor bankaufsichtliche Vorschriften eine risikoadjustierte Bepreisung – in Form einer Sollte-Vorschrift – forderten. Anders als die anderen zuvor genannten Studien stammt selbige nicht aus dem deutschen, sondern dem amerikanischen Raum.

¹⁴⁵² Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

¹⁴⁵³ Die Integration der Variablen `BWL_AUSB` kann diese These aber nicht bestätigen, denn nach Integration sinkt das korrigierte R^2 auf 0,1511. Der Koeffizient der Variablen selbst weist zwar mit einem Wert von -0,1807 das korrekte negative Vorzeichen auf, jedoch ist der Einfluss nicht signifikant. Lehmann/Neuberger kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz bei besseren Management-Qualitäten des Unternehmers sinkt. Hintergrund könnte eine bessere Verhandlungsmacht der Kreditnehmer und/oder bessere Informationen seitens der Bank über den „Typ“ des Kreditnehmers sein. Beides führt zu niedrigerem Risiko und somit zu niedrigeren Zinsen. Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 22.

¹⁴⁵⁴ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 20.

¹⁴⁵⁵ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1366.

¹⁴⁵⁶ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1300.

¹⁴⁵⁷ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 367.

¹⁴⁵⁸ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 367.

Da allein die gesetzlichen Vorschriften die Zinshöhe nicht erklären können, wird im Folgenden der Einfluss der Variablen geprüft, die in den in Kapitel A.4.3.2 beschriebenen Studien der Relationship Banking-Forschung herangezogen wurden. Dies sind neben einigen unternehmensbezogenen¹⁴⁵⁹ Variablen vor allem die beziehungsbezogenen Variablen.

Die Integration der sonstigen unternehmensbezogenen Daten brachte keine wesentliche Verbesserung der Ergebnisse, lediglich die Integration der Variable ALTER führte zu einer geringfügigen Verbesserung der erklärten Varianz (vgl. Tab. B-82, Regression 4).¹⁴⁶⁰ Der Koeffizient für die Variable ALTER weist bei einer Regression im Einschussverfahren mit den Variablen BILANZS_LN und Ausfallwahrscheinlichkeit einen geringfügig negativen Wert auf (-0,0070), allerdings ist dieser nicht signifikant. Signifikante Einflüsse konnten weder beim Alter, bei der Rechtsform noch bei der Branche nachgewiesen werden. Dies entspricht den Ergebnissen der Korrelationsanalyse. Bereits bei den Korrelationsanalysen wurde vermutet, dass das Alter und die Rechtsform sich auf die Unternehmensgröße auswirken und mögliche Effekte dieser Variablen lediglich auf den Zusammenhang zur Unternehmensgröße zurückzuführen sind. Die Wirkungsrichtung der Variablen ALTER entspricht den Ergebnissen der meisten Studien, z.B. ANGELINI/DI SALVO/FERRI, PETERSEN/RAJAN und BERGER/UDELL.¹⁴⁶¹ Inwiefern die Unternehmensgröße und die resultierende Verhandlungsmacht oder die zusätzlichen öffentlich verfügbaren Informationen ursächlich dafür sind, dass ältere Unternehmen geringere Zinsen zahlen, bleibt offen.

Im nächsten Schritt erfolgt eine Analyse der beziehungsbezogenen Variablen, wobei hier unmittelbar eine schrittweise Regression vorgenommen worden ist. Die isolierte Betrachtung der beziehungsbezogenen Parameter ist insofern interessant, als dass allein durch die Parameter GK_LIM_EX, ANT_BANK_HB und INT_BET immerhin ein korrigiertes R^2 von 0,5078 erzielt wird (vgl. Tab. B-83), auch wenn die zugrunde liegende Datenmenge mit $N=62$ relativ gering ist. Der Parameter INT_BET sagt im Vergleich zur Ratingklasse zwar relativ undifferenziert etwas über die Qualität des Unternehmens aus, liefert aber dennoch ex post Anhaltspunkte, so dass zumindest auch bei diesem Ansatz die Bonität in gewisser Weise berücksichtigt wird. Ein Unternehmen, welches sich aktuell in der Intensivbetreuung befindet oder in der Vergangenheit befand, zahlt ca. 1,20% höhere Zinsen als ein Unternehmen, welches sich noch nie in der Intensivbetreuung befand. Dies bestätigt somit – wie auch die Regression der Finanzkennzahlen – den Zusammenhang, dass bonitätsmäßig schlechte Unternehmen höhere Zinsen zahlen als bonitätsmäßig gute Unternehmen. Bei Betrachtung der standardisierten Koeffizienten haben die Parameter GK_LIM_EX und ANT_BANK_

¹⁴⁵⁹ Der Begriff der unternehmensbezogenen Daten wird in Abgrenzung zum Begriff beziehungsbezogene Daten verwendet. Die verwendeten Variablen sind für Inside- und Outside-Banken identisch. Finanzkennzahlen werden aufgrund ihrer Wichtigkeit separat betrachtet, obgleich Finanzkennzahlen auch unternehmensbezogen sind.

¹⁴⁶⁰ Der Koeffizient für die Variable ALTER_LN ist negativ und ebenfalls nicht signifikant. Der Koeffizient der Variablen KAPGESELL ist positiv und ebenfalls nicht signifikant.

¹⁴⁶¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 940, Petersen/Rajan (1994), S. 13, Petersen/Rajan (1995), S. 436, Berger/Udell (1995), S. 371.

HB jedoch einen größeren Einfluss auf den Zinssatz als INT_BET. Ein Anstieg des externen Limits um 100.000 EUR führt zu einer Reduktion des Zinssatzes um 0,3966 Prozentpunkte.¹⁴⁶² Schwierig zu interpretieren ist der Einfluss der Variablen ANT_BANK_HB. Diese Variable gibt an, wie hoch der Anteil der Finanzierung bei der Hausbank ist. Wenn das eigene Institut nicht die Hausbank ist, dann bedeutet eine hohe Ausprägung dieser Variablen, dass der Finanzierungsanteil des Instituts gering ist. Weder die Integration der Variablen HAUSBANK_K noch der Variablen ANT_BANK_IN, d.h. dem Finanzierungsanteil des jeweiligen Instituts, liefert zusätzliche Erkenntnisse; beide Variablen weisen keine signifikanten Koeffizienten auf.¹⁴⁶³ Eine mögliche Erklärung könnte darin bestehen, dass eine starke Hausbankbeziehung generell den Kreditzins senkt.

Einflussgröße	Beta	Beta stand.
Konstante	9,5319	
GK LIM EX	-0,0000 (1)	-0,4729***
ANT_BANK_HB	0,0204 (2)	0,2978***
INT_BET	1,1977 (3)	0,2625***
R		0,7291
R-Quadrat		0,5316
Korrigiertes R ²		0,5078
Signifikanz F-Test		0,0000
Durbin-Watson		1,8295
N		62

Tab. B-83: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (1)

Im nächsten Schritt wurde eine Regression nach dem Einschlussverfahren durchgeführt, wobei alle beziehungsbezogenen Variablen mit signifikanten Korrelationen berücksichtigt worden sind (vgl. Tab. B-84, Regression 1). Aufgrund der schwierigen inhaltlichen Interpretierbarkeit wurde die Variable ANT_BANK_HB nicht weiter betrachtet. Der erwartete Verlust als Kombination einer unternehmensbezogenen Bonitätskennzahl und der beziehungsbezogenen Variablen Sicherheitenquote wurde ausgeschlossen, um nicht eine Verfälschung der beziehungsbezogenen Einflüsse zu erzeugen. Stattdessen wurde lediglich die Sicherheitenquote als ein Element des erwarteten Verlusts herangezogen. Die Integration der Sicherheitenquote erfolgt ferner deshalb, weil der Zusammenhang zwischen Zinssatz und Sicherheitenquote in den Theorien des Relationship Banking von zentraler Bedeutung und gleichzeitig als Ele-

¹⁴⁶² Da das externe Limit in der Einheit EUR erfasst wurde, ist diese Veränderung in der Tab. B-83 nicht ersichtlich.

¹⁴⁶³ Es wurden drei Regressionen bei Anwendung des Einschlussverfahrens durchgeführt mit den Variablen GK_LIM_EX und INT_BET. Es wurde jeweils eine Variable ANT_BANK_HB, HAUSBANK_K oder ANT_BANK_IN ergänzt um die Regressionen zu vergleichen. ANT_BANK_HB (korrigiertes R²: 0,4166 ; Koeffizient: 0,0142*) HAUSBANK_K: (korrigiertes R²: 0,1857; Koeffizient: 0,0207), ANT_BANK_IN (korrigiertes R²: 0,1582; Koeffizient: 0,0030). Die Variable ANT_BANK_HB führt zu einem deutlich größeren Erklärungsanteil. Vgl. Anhang 5, Tab. AN 5-2.

ment einer risikoorientierten Bepreisung eine zentrale Größe ist. Schließlich wurde eine schrittweise Regression mit diesen Variablen (vgl. Tab. B-84, Regression 2 und 3) vorgenommen. Im Anschluss werden die Ergebnisse im Einschussverfahren validiert (vgl. Tab. B-85), denn aufgrund des listenweisen Fallausschlusses wird die Datenmenge reduziert, so dass durch diese abschließende Regression geprüft wird, inwiefern die Ergebnisse auch für den gesamten Datenbestand zutreffen. Es zeigt sich, dass auch ohne Berücksichtigung von Finanzkennzahlen im Einschussverfahren mit beziehungsbezogenen Variablen immerhin 24,61% der Varianz erklärt werden. Der Erklärungsgehalt der beziehungsbezogenen Variablen liegt über dem Erklärungsgehalt der Regression mit den Finanzkennzahlen – zumindest bei Betrachtung der Regressionen, bei denen eine vergleichbare Datenbasis, d.h. N größer 200 verwendet wurde. Neben den Variablen GK_LIM_EX und der INT_BET haben bei Betrachtung der standardisierten Koeffizienten die Variablen MITGLIED und ZINS_VERFÜG einen wesentlichen Einfluss. Mitglieder zahlen 0,6263 Prozentpunkte weniger Zinsen als Nicht-Mitglieder und somit können die Ergebnisse von ANGELINI/DI SALVO/FERRI, dass Mitglieder von Genossenschaftsbanken günstigere Kredite erhalten als Nicht-Mitglieder,¹⁴⁶⁴ bestätigt werden.

Die Variable ZINS_VERFÜG zeigt, dass ein Kunde, für den laut Einschätzung des Firmenkundenbetreuers niedrige Zinsen eine größere Bedeutung als die Kreditverfügbarkeit haben, ebenfalls deutlich niedrigere Zinsen zahlt als ein Kunde, für den die Kreditverfügbarkeit wichtiger ist. Offen bleibt allerdings, welches die Hintergründe für diese Einschätzung des Firmenkundenbetreuers sind. Es könnte sich hierbei um einen Kunden handeln, der problemlos die Bankbeziehung wechseln kann und mehrere Alternativen für die Mittelbeschaffung hat oder es kann sich schlichtweg um einen zinsbewussten Kunden handeln. Die Elimination dieser Variablen führt sowohl bei der schrittweisen Regression (vgl. Tab. B-84, Regression 2 und 3) als auch beim Einschussverfahren (vgl. Tab. B-85, Regression 1 und 2) zu einer Reduktion des Erklärungsgehalts.

In der Regression 1 in Tab. B-84 geht eine hohe Sicherheitenquote mit einem hohen Zinssatz einher, allerdings ist der Koeffizient nur auf dem 10%-Niveau signifikant. Die Ergebnisse stützen wie auch bei BERGER/UDELL die Theorie, dass bonitätsmäßig schlechte Kunden, die aufgrunddessen mehr Zinsen zahlen müssen, eher mehr Sicherheiten stellen.¹⁴⁶⁵ Die hier gefundenen Ergebnisse stimmen überein mit der Interpretation von Sicherheiten als Anreizinstrument – wie in Kapitel A.4.3.1.3.1 dargestellt – und widersprechen der Interpretation von Sicherheiten als Signalling-Instrument. Dieser Zusammenhang wurde bereits im Vorfeld bei den Korrelationsanalysen in Kapitel B.3.4.2.1 beobachtet. Während bei BERGER/UDELL allerdings nur die zwei Zustände Sicherheitenstellung Ja-Nein berücksichtigt werden, wird in dieser Untersuchung ebenso wie bei ELSAS/KRAHNEN der Anteil der gesamten Bankkredite, der besichert bzw. der nicht besichert ist, in die Untersuchung integriert.¹⁴⁶⁶ Auch ELSAS/KRAHNEN

¹⁴⁶⁴ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 948.

¹⁴⁶⁵ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 368.

¹⁴⁶⁶ Vgl. Elsas/Krahnens (1998), S. 1299.

kommen zu der Erkenntnis, dass der Zinssatz mit abnehmendem Exposure der Bank steigt.¹⁴⁶⁷ Je mehr Sicherheiten gestellt werden, desto höher ist der Zinssatz.

Hinsichtlich der Dauer der Bankbeziehung kann festgestellt werden, dass der Kreditzins umso niedriger ist, je länger die Bankbeziehung dauert (vgl. Tab. B-84, Regressions 1). Der Zusammenhang ist allerdings nicht signifikant. Dies stimmt überein mit den Ergebnissen von PETERSEN/RAJAN.¹⁴⁶⁸ Auch bei den deutschen Studien können HARHOFF/KÖRTING und ELSAS/KRAHNEN keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und dem Zinssatz feststellen.¹⁴⁶⁹ Eine längere Bankverbindung und somit ein vermuteter besserer Informationsstand führt nicht zwangsläufig zu günstigeren Zinsen. Ursächlich hierfür könnte sein, dass der zunehmende Informationsstand auch negative Informationen enthüllt. Eine weitere Erklärung besteht darin, dass die Outside-Banks allein aus der Tatsache, dass das Unternehmen eine lange Bankhistorie hat, relevante Informationen ableiten können.¹⁴⁷⁰

Eine größere Anzahl an Bankverbindungen hat einen zinsreduzierenden Effekt, d.h. je mehr Bankverbindungen das Unternehmen hat, desto niedriger ist der Zinssatz. Der Einfluss ist aber nicht signifikant. Die alternativen Finanzierungsmöglichkeiten des Kunden reduzieren die Marktmacht der Bank, selbige kann einen möglichen Lock-In-Effekt aufgrund eines Informationsvorsprungs nur begrenzt ausnutzen. Inwiefern es bei der Existenz mehrerer Bankverbindungen überhaupt zu einem Informationsvorsprung und Lock-In-Effekt kommt, bleibt offen. Dieser Zusammenhang stimmt auch mit bestehenden Studien, z.B. HARHOFF/KÖRTING¹⁴⁷¹, überein.

Die Durchführung einer Regression unter Vernachlässigung der Ergebnisse der Korrelationsanalyse und basierend auf der im Rahmen der bisherigen empirischen Relationship Banking-Studien verwendeten Variablen brachte keine neuen Erkenntnisse.¹⁴⁷² Es konnten keine weiteren signifikanten Einflüsse erarbeitet werden. Ebenso wie bspw. bei PETERSEN/RAJAN kann kein signifikanter Zusammenhang hergestellt werden zwischen dem Umstand, dass ein Unternehmen Einlagen bei der Bank unterhält oder sonstige Bankdienstleistungen in Anspruch nimmt auf der einen und dem Zinssatz auf der anderen Seite.¹⁴⁷³ Die produktbezogenen Variablen (ANZAHL_PRODUKTE, DARL, ZV_KK, VERM_ANL VERSICH, PRIVATKONT) weisen keine signifikanten Koeffizienten auf. Gleiches gilt für die häufig verwendeten Variablen wie Anteil am Zahlungsverkehr und Anteil der Bankverbindlichkeiten sowie den Hausbankstatus.

¹⁴⁶⁷ Vgl. Elsas/Krahn (1998), S. 1301.

¹⁴⁶⁸ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 14, Ongena/Smith (2000a), S. 238.

¹⁴⁶⁹ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 17, Elsas/Krahn (1998), S. 1302.

¹⁴⁷⁰ Vgl. Segbers (2007), S. 123. James (1987) hat gezeigt, dass die bloße Verkündung der Gewährung eines Bankkredits als positives Signal durch die anderen Marktteilnehmer aufgefasst wird. Bei einer längeren Bankhistorie wird dieser Effekt verstärkt und die anderen Marktteilnehmer leiten ggf. aus der langen Bankhistorie ab, dass es sich um ein Unternehmen mit einer guten Bonität handelt. Vgl. James (1987), S. 217 ff.

¹⁴⁷¹ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 17.

¹⁴⁷² Vgl. Anhang 5, Tab. AN 5-3.

¹⁴⁷³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 16, Ongena/Smith (2000a), S. 241.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta stand.	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	11,6382		11,4910		11,2064	
INT BET	0,9835	0,2032***	0,9447(2)	0,2327**	1,0885 (2)	0,2327**
DAU BEZ ERR	-0,0052	-0,0370				
GK LIM EX	0,0000	-0,3847***	0,0000 (1)	-0,3523***	0,0000 (1)	-0,3523***
GES KREDIT	0,0000	0,0477				
MITGLIED	-0,6263	-0,1673**	-0,5839 (3)	-0,1595**	-0,5918 (3)	-0,1595**
ZINS VERFÜG	-0,4318	-0,1238*	-0,5428 (4)	-0,1583**		
SICH Q	0,0041	0,0919				
ANZ B AGG	-0,1699	-0,1056				
R		0,5290		0,4981		0,4433
R-Quadrat		0,2798		0,2481		0,1965
Korrigiertes R ²		0,2461		0,2329		0,1819
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,9045		1,9002		1,9025
N		178		202		170

Tab. B-84: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (2)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	11,4625		11,1830	
GK LIM EX	0,0000	-0,3807***	0,0000	-0,3728***
INT BET	0,9617	0,1936***	1,1794	0,2366***
MITGLIED	-0,5746	-0,1549**	-0,6497	-0,1748***
ZINS VERFÜG	-0,5436	-0,1587**		
R		0,4957		0,4773
R-Quadrat		0,2457		0,2278
Korrigiertes R ²		0,2308		0,2165
Signifikanz F-Test		1,5009		0,0000
Durbin-Watson		1,9029		1,8727
N		207		208

Tab. B-85: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (3)

In der folgenden Regression werden die Finanzkennzahlen und die beziehungsbezogenen Variablen gemeinsam betrachtet. Es werden jeweils die Variablen herangezogen, die die besten Ergebnisse bei der isolierten Betrachtung der beiden Bereiche erzielt haben und deren Koeffizienten statistisch signifikant waren. Es soll geprüft werden, inwiefern durch die gemeinsame Betrachtung von Finanzkennzahlen und beziehungsbezogenen Variablen der Erklärungsbeitrag steigt. Zu diesem Zweck wurden jeweils unter Verwendung des listenweisen Fallausschlusses zwei Regressionen, zum einen eine auf Basis der Einschlussmethode und zum anderen eine schrittweise Regression, durchgeführt. Bei gemeinsamer Betrachtung der Variablen steigt das korrigierte R² auf 0,2695. Da alle Variablen bei der Regression auf Basis der Einschlussmethode signifikant sind, werden bei einer schrittweisen Regression keine Variablen ausgeschlossen; die schrittweise Regression kommt infolgedessen zu den gleichen Ergebnissen (vgl.

Tab. B-86, Regression 1 und 2).¹⁴⁷⁴ Obwohl vermutet wurde, dass die Variable INT_BET Ausdruck der Bonität ist, liefert selbige auch bei Integration der Variablen AUSFALLW_B signifikante Ergebnisse. Möglicherweise liefert die Intensivbetreuung Informationen, die nicht im Rating oder der Ausfallwahrscheinlichkeit berücksichtigt werden, aber im Rahmen einer zusätzlichen Zinskorrektur bei der Zinsfestlegung einfließen.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	12,6029		12,6029	
BILANZS_LN	-0,2109	-0,1627**	-0,2109 (5)	-0,1627**
AUSFALLW_B	0,1630	0,1427**	0,1630 (2)	0,1427**
GK LIM EX	0,0000	-0,2976***	0,0000 (1)	-0,2976***
INT BET	0,7655	0,1541**	0,7655 (6)	0,1541**
MITGLIED	-0,5813	-0,1567**	-0,5813 (4)	-0,1567**
ZINS VERFÜG	-0,3704	-0,1081*	-0,3704 (3)	-0,1081*
R		0,5392		0,5392
R-Quadrat		0,2908		0,2908
Korrigiertes R ²		0,2695		0,2695
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,9293		1,9293
N		206		206

Tab. B-86: Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen

Im Folgenden werden nun die bestehenden Regressionen um verhaltenswissenschaftliche Variablen ergänzt. In einem ersten Schritt werden ausschließlich die verhaltenswissenschaftlichen Variablen untersucht, um zu prüfen, wie hoch deren isolierter Erklärungsbeitrag ist (vgl. Tab. B-87, Regression 1). In einem zweiten Schritt werden die bisherigen Regressionen um die verhaltenswissenschaftlichen Variablen ergänzt (vgl. Tab. B-87, Regression 2).

Bei isolierter Betrachtung erklären die verhaltenswissenschaftlichen Parameter immerhin 10,49% der Varianz (vgl. Tab. B-87, Regression 1). Allerdings sind nur die Variablen ORG_GLAUB, ORG_GEB und PERS_WOHL signifikant. Im Modell mit der schrittweisen Regression (vgl. Tab. B-87, Regression 2) wurden genau diese drei Parameter ORG_GLAUB, ORG_GEB und PERS_WOHL berücksichtigt. Bei der schrittweisen Regression steigt die erklärte Varianz geringfügig auf 10,95%.¹⁴⁷⁵ Der Einfluss der drei Faktoren ist vergleichbar. So schwankt der standardisierte Koeffizient im Modell der schrittweisen Regression zwischen 0,15 und 0,19. Ein Anstieg der organisationalen Glaubwürdigkeit, d.h. ein niedrigerer Wert auf der Ratingskala, führt zu besseren Zinskonditionen. Dies ist insofern nachvollziehbar, als dass eine höhere Kompetenzvermutung durch den Firmenkundenbetreuer mit einem geringeren Risiko

¹⁴⁷⁴ Es gibt somit keinen Unterschied zwischen den beiden Regressionen.

¹⁴⁷⁵ Im Anhang 5 wird die Regression auch mit dem modifizierten Faktor dargestellt. Vgl. Anhang 5, Tab. AN 5-4.

und somit einer geringeren Zinsmarge einhergeht. Die organisationale Glaubwürdigkeit wirkt sich positiv auf die Zuversicht des Firmenkundenbetreuers bezüglich des Projekterfolges aus und hat zur Konsequenz, dass weniger Prüf- und Überwachungsaktivitäten durchgeführt werden. Die niedrigeren Transaktionskosten werden an die Kunden weitergegeben. Auch wenn der Koeffizient zum organisationalen Wohlwollen nicht signifikant ist, soll dennoch das Vorzeichen untersucht werden. Eine bessere Note und somit ein Anstieg des organisationalen Wohlwollens führt zu höheren Zinsen. Dies lässt sich nicht erklären. Während H2 nicht bestätigt werden kann, wird bezüglich H1 das Vorzeichen bei isolierter Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Parameter auf dem 5%-Signifikanzniveau bestätigt.

H1: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden. (Best. - 5%-Niveau)

H2: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden. (Abl. - keine Signifikanz)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	10,4058		10,4185	
ORG GLAUB	0,4274	0,2152**	0,3105 (1)	0,1563**
ORG WOHL	-0,2592	-0,1198		
PERS GLAUB	-0,0230	-0,0113		
PERS WOHL	0,5724	0,2731***	0,3813 (3)	0,1820**
ORG GEB	-0,3515	-0,1812**	-0,3818 (2)	-0,1969***
ORG VER	0,1263	0,0652		
PERS VER	-0,2023	-0,1011		
R		0,3717		0,3517
R-Quadrat		0,1382		0,1237
Korrigiertes R ²		0,1049		0,1095
Signifikanz F-Test		0,0003		0,0000
Durbin-Watson		2,0807		1,9536
N		188		188

Tab. B-87: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Hinsichtlich der interpersonalen Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners wurde vermutet, dass bei Existenz derselben den gelieferten Zahlen und Berichten sowie den mündlichen Aussagen eher Glauben geschenkt wird und in Konsequenz weniger Prüf- und Überwachungsaktivitäten durchgeführt werden. Eine Weitergabe der geringeren Kosten würde niedrigere Zinsen bewirken. Die Ergebnisse der Regression weisen aber genau den gegenteiligen Zusammenhang auf, d.h. eine höhere Glaubwürdigkeit und somit eine niedrigere Faktorausprägung führt zu höheren Zinsen. Der Zusammenhang ist allerdings nicht signifikant. Die Hypothese H3 kann nicht bestätigt werden.

H3: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden. (Abl. - keine Signifikanz)

Lediglich das personale Wohlwollen weist auf personaler Ebene signifikante Ergebnisse auf. Hinsichtlich der Auswirkungen des personalen Wohlwollens wurde von einer Reziprozität desselbigen ausgegangen. Ein erhöhtes Wohlwollen führt zu einem intensiveren Informationsaustausch und somit zu einer präziseren Risikoeinschätzung, was wiederum niedrigere Zinsen erfordert. Zusätzlich wirkt möglicherweise auch der direkte Effekt, dass der Firmenkundenbetreuer aufgrund des interpersonalen Wohlwollens der Kontaktperson auch sein Wohlwollen zeigen möchte und den Zinssatz allein deshalb senkt. Die Hypothese H4 kann bestätigt werden. Die Ergebnisse sind bei der Regression im Einschlussverfahren auf dem 1%-Niveau signifikant.

H4: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto niedriger ist der Zinssatz des Kunden. (Best. - 1%-Niveau)

In Ermangelung eines eindeutigen Zusammenhangs wurden keine Hypothesen für die Wirkung des Commitments formuliert, dennoch sollen die beobachteten Einflüsse analysiert werden. So sind auch bei den Variablen, die die Dimensionen des Commitments operationalisieren, die Ergebnisse nicht durchgängig signifikant. Das Commitment des Kunden wurde als Grundlage für die intertemporale Konditionengestaltung betrachtet. Eine Gebundenheit des Unternehmens verschafft der Bank gemäß dem Modell von PETERSEN/RAJAN darüber hinaus die Möglichkeit, die Machtsituation auszunutzen.¹⁴⁷⁶ Die gleiche Gefahr resultiert bei Verbundenheit auf Unternehmensebene oder Verbundenheit auf Ebene der Kontaktperson, wobei die Gefahr bei gleichzeitiger Abwesenheit von Gebundenheit nicht wirklich gegeben ist, denn die Bank würde riskieren, die Verbundenheit zu verspielen und den Kunden zu verlieren. Aufgrund der konterkarierenden Effekte, die z.B. aus einer vermehrten Produktnutzung resultierten und somit Möglichkeiten der Quersubventionierung bieten, ist der Einfluss der Gebundenheit und der Verbundenheit auf die Kreditzinsen indeterminiert.

In der vorliegenden Studie wird auf dem 5%-Niveau bestätigt (vgl. Tab. B-87, Regression 1), dass die Banken eine organisationale Gebundenheit ausnutzen und höhere Zinsen fordern. Eine höhere organisationale Verbundenheit hingegen geht mit niedrigeren Zinsen einher, allerdings sind die Ergebnisse nicht signifikant. Es kommt somit nicht zu einem Ausnutzen der Verbundenheit und des Nicht-Wechseln-Wollens. Auf die resultierende Gefahr des Kundenverlusts bei Ausnutzen der Verbundenheit wurde bereits mehrfach hingewiesen. Eine höhere personale Verbundenheit hingegen führt zu höheren Zinsen, was derart erklärt werden könnte, dass die Verbundenheit der Kontaktperson ausgenutzt wird. Allerdings erscheint die Begründung nicht plausibel in Verbindung mit der organisationalen Verbundenheit, denn die Effekte sind gegenläufig. Es ist unwahrscheinlich, dass die Bank die höhere Verbundenheit des Ansprechpartners, nicht hingegen selbige des Unternehmens ausnutzt. Das Ausnutzen wäre nur dann als Argument plausibel, wenn es auf beiden Ebenen stattfindet.

¹⁴⁷⁶ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 407.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	11,9632		12,4206	
BILANZS LN	-0,1184	-0,0912	-0,2090 (5)	-0,1606**
AUSFALLW B	0,1826	0,1627*	0,2160 (2)	0,1919***
GK LIM EX	0,0000	-0,3372***	0,0000 (1)	-0,3063***
INT BET	0,5745	0,1181	0,7893 (4)	0,1613**
MITGLIED	-0,5173	-0,1372**	-0,6338 (3)	-0,1692***
ZINS VERFÜG	-0,2862	-0,0822		
ORG GLAUB	0,1515	0,0757		
ORG WOHL	-0,2980	-0,1369		
PERS GLAUB	-0,0713	-0,0353		
PERS WOHL	0,3646	0,1732*		
ORG GEB	-0,2137	-0,1095		
ORG VER	0,1389	0,0717		
PERS VER	-0,0895	-0,0444		
R		0,5859		0,5406
R-Quadrat		0,3433		0,2923
Korrigiertes R ²		0,2886		0,2764
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		2,0125		1,8726
N		183		183

Tab. B-88: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Anschließend wurden sowohl die Finanzkennzahlen als auch die beziehungsbezogenen und die verhaltenswissenschaftlichen Parameter in eine gemeinsame Regression integriert. Dazu wurden bei Anwendung der Einschlussmethode die bisher verwendeten Variablen für die Finanzkennzahlen und die beziehungsbezogenen Parameter (vgl. Tab. B-86) um die sieben verhaltenswissenschaftlichen Faktoren erweitert. Das korrigierte R² kann dadurch auf 0,2886 gesteigert werden (vgl. Tab. B-88, Regression 1). Für die meisten verhaltenswissenschaftlichen Faktoren werden allerdings keine signifikanten Koeffizienten ermittelt, lediglich der Einfluss des personalen Wohlwollens ist auf dem 10%-Niveau signifikant. Die Vorzeichen entsprechen selbigen aus der Regression 1 und der Regression 2 in Tab. B-87. Aufgrund der fehlenden Signifikanz werden diese Faktoren im Rahmen der schrittweisen Regression ausgeschlossen, allerdings sinkt der Anteil an erklärter Varianz durch den Ausschluss der Faktoren um etwas mehr als einen Prozentpunkt. Auch durch die Integration des kombinierten Faktors PERS_WOHL_VER kann keine Ergebnisverbesserung erzielt werden.¹⁴⁷⁷

Es lässt sich feststellen, dass für die verhaltenswissenschaftlichen Parameter auch im multivariaten Kontext ein Einfluss nachgewiesen werden kann. Die Ergebnisse der Korrelationsanalyse hingegen werden nicht vollständig bestätigt. Zwar konnte bei ausschließlicher Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen der Einfluss bestätigt werden (vgl. Tab. B-87, Regression 1 und Regression 2), jedoch gilt dies

¹⁴⁷⁷ Im Anhang 5 wird die Regression auch mit dem modifizierten Faktor dargestellt. Vgl. Anhang 5, Tab. AN 5-5.

nicht für die gemeinsame Regression mit den Finanzkennzahlen und den beziehungsbezogenen Variablen. Die Ergebnisse werden in Tab. B-89 zusammengefasst, wobei hier die isolierte Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Parameter aus der Regression 1 in Tab. B-87 sowie die kombinierte Betrachtung aus Regression 1 in Tab. B-88 als Grundlage dient.

	Je größer desto ...	Hypothese	... der Zinssatz.					
			Isolierte Betrachtung ¹⁴⁷⁸			Kombinierte Betrachtung ¹⁴⁷⁹		
			Empirie	Signifikanz	Fazit	Empirie	Signifikanz	Fazit
H1	die organisationale Glaubwürdigkeit	niedriger	niedriger	5%	Best.	niedriger		(Best.)
H2	das organisationale Wohlwollen	niedriger	größer		(Abl.)	größer		(Abl.)
H3	die interpersonale Glaubwürdigkeit	niedriger	größer		(Abl.)	größer		(Abl.)
H4	das interpersonale Wohlwollen	niedriger	niedriger	1%	Best.	niedriger	10%	Best.
x	die organisationale Gebundenheit	x	größer	5%	x	größer		x
x	die organisationale Verbundenheit	x	niedriger		x	niedriger		x
x	die personale Verbundenheit	x	größer		x	größer		x

Tab. B-89: Zusammenfassung der Ergebnisse zum Zinssatz¹⁴⁸⁰

Während bisher untersucht wurde, inwiefern durch die Integration zusätzlicher Variablen oder Variablengruppen der Erklärungsgehalt gesteigert werden kann, erfolgt nun ein Vergleich mit bereits bestehenden Relationship Banking-Studien (vgl. Tab. B-90). In der Tabelle werden sowohl die signifikanten als auch die nicht signifikanten Variablen der jeweiligen Studien abgebildet.

Das korrigierte R² der vorliegenden Studie beträgt 0,29.¹⁴⁸¹ Lediglich in der Studie von MACHAUER/WEBER kann mit einem R² von 0,59 ein besserer Erklärungsgehalt erzielt werden. Der Erklärungsgehalt der Auswertungen von ANGELINI/DI SALVO/FERRI, BERGER/UDELL, BLACKWELL/WINTERS, DEGREYSE/VAN CAYSEELE und PETERSEN/RAJAN liegt deutlich unter dem Wert der vorliegenden Studie; die Werte liegen im Bereich von 0,16 bis 0,22. Der Erklärungsgehalt in den Studien von HARHOFF/KÖRTING, LEHMANN/NEUBERGER und ELSAS/KRAHNEN befindet sich mit einem R² von 0,28 bzw. 0,26 auf einem gleichen Niveau wie die vorliegende Studie.

¹⁴⁷⁸ Vgl. Tab. B-87, Regression 1.

¹⁴⁷⁹ Vgl. Tab. B-88, Regression 1.

¹⁴⁸⁰ Die Einträge in der Spalte Fazit sind wie folgt zu verstehen: Best. – die Hypothese wird bestätigt, das Ergebnis ist signifikant; (Best.) – die Wirkungsrichtung der Hypothese wird bestätigt, das Ergebnis ist nicht signifikant; Abl. – die Hypothese wird abgelehnt, das Ergebnis ist signifikant; (Abl.) – die Hypothese wird abgelehnt, das Ergebnis ist nicht signifikant.

¹⁴⁸¹ Vgl. hierzu Tab. B-88, Regression 1.

Es fällt auf, dass die Studien, in denen ein relativ hoher Erklärungsgehalt erzielt werden kann, allesamt aus Deutschland stammen. Möglicherweise unterscheidet sich das Zinssatzverhalten in den verschiedenen Ländern. Ursächlich scheint jedoch nicht das Finanzsystem zu sein. Denn der Erklärungsgehalt ist auch bei den Studien aus Belgien und Italien vergleichsweise niedrig, obwohl hier – ebenso wie in Deutschland – ein bankorientiertes Finanzsystem existiert. Auch der Vergleich der in den Studien jeweils verwendeten Variablen liefert keine Erklärung. So lässt sich keine Systematik dahingehend erkennen, dass bei den Studien mit einem hohen Erklärungsgehalt Variablen integriert worden sind, die in anderen Studien nicht berücksichtigt wurden.

		Angelini/Di Salvo/Ferri ¹⁴⁸²	Berger/ Udell ¹⁴⁸³	Degryse/ Ongena ¹⁴⁸⁴	Degryse/ Van Cayseele ¹⁴⁸⁵	Elsas/ Krahen ¹⁴⁸⁶	Harhoff/ Körting ¹⁴⁸⁷	Lehmann/ Neuberger ¹⁴⁸⁸	Machauer/ Weber ¹⁴⁸⁹	Petersen/ Rajan (1994) ¹⁴⁹⁰	Petersen/ Rajan (1995) ¹⁴⁹¹	Vorliegende Studie ¹⁴⁹²
Unternehmensbezogen	Rechtsform		X		X		X	X	X		X	
	Branche		X		X		X	X				
	Kreditnehmerqualität	X	X			X	X	X	X	X	X	X
	Größe	X	X		X	X	X	X			X	X
	Alter	(X)	X		(X)		X			X		
	Anzahl der Bankverbindungen	X					X		X	X	X	

¹⁴⁸² Angelini/Di Salvo/Ferri führen die Regression sowohl inklusive als auch exklusive der Variablen ALTER durch. Das R^2 ist in beiden Fällen gleich hoch. Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 937 f.

¹⁴⁸³ Berger/Udell führen die Regression für verschiedenen Unternehmensgrößen durch: Bilanzsumme größer als 500.000 USD, Bilanzsumme kleiner gleich 500.000 USD, alle Unternehmen. Das hier ausgewiesene R^2 bezieht sich ausschließlich auf das Teilsample mit Unternehmen, die eine Bilanzsumme größer als 500.000 USD aufweisen. Bei Berücksichtigung aller Unternehmen beträgt das R^2 lediglich 0,089. Vgl. Berger/Udell (1995), S. 364 ff.

¹⁴⁸⁴ Vgl. Degryse/Ongena (2005), S. 247.

¹⁴⁸⁵ Die abhängige Variable der herangezogenen Regression ist der Zins. Bei Integration der Variablen ALTER konnte für dieses Teilsample von 18,75% des Gesamtdatenbestands – die Variable Alter lag nicht bei allen Unternehmen vor – das R^2 auf 0,302 gesteigert werden. Wenn anstelle des Zinssatzes der Termspread als abhängige Variable verwendet wird, beträgt das R^2 0,363. Im Teilsample mit 18,75% der Daten konnte bei Integration der Variablen ALTER das R^2 in diesem Fall auf 0,401 gesteigert werden. Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 33 f.

¹⁴⁸⁶ Vgl. Elsas/Krahen (1998), S. 1302. Elsas/Krahen weisen jeweils die Werte für die Jahre 1993 bis 1996 aus. In obiger Tabelle werden die Werte für das Jahr 1996 verwendet.

¹⁴⁸⁷ Das R^2 beträgt auch bei der Regression ohne Berücksichtigung der Vertrauensvariable 0,28. Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 37 f.

¹⁴⁸⁸ Das R^2 beträgt bei der Regression ohne Berücksichtigung der Vertrauensvariablen 0,24. Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 30.

¹⁴⁸⁹ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1366 ff.

¹⁴⁹⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 30.

¹⁴⁹¹ Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 436.

¹⁴⁹² Vgl. hierzu Tab. B-88, Regression 1.

		Angelini/Di Salvo/Ferri ¹⁴⁸²	Berger/ Udell ¹⁴⁸³	Degrise/ Ongena ¹⁴⁸⁴	Degrise/ Van Cayseele ¹⁴⁸⁵	Elsas/ Krahen ¹⁴⁸⁶	Harhoff/ Körtling ¹⁴⁸⁷	Lehmann/ Neuberger ¹⁴⁸⁸	Machauer/ Weber ¹⁴⁸⁹	Petersen/ Rajan (1994) ¹⁴⁹⁰	Petersen/ Rajan (1995) ¹⁴⁹¹	Vorliegende Studie ¹⁴⁹²
Beziehungs- bezogen	Dauer der GB	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	Zusätzliche Dienstleistungen			X	X		X			X		
	Sicherheits- tenstellung		X			X	X	X	X			
	Kreditvolumen								X			
	Mitgliedschaft	X										X
	Distanz zu Bank			X								
Markt- bezogen	Marktkonzentration	X		X		X				X	X	
Verhaltens- wiss.	Vertrauen						X	X				X
	Commitment											X
Korrigiertes R ²		0,17	0,17	0,22	0,22	0,32	0,28	0,26	0,59	0,16	0,16	0,28

Tab. B-90: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf den Zinssatz mit anderen Studien

3.5 Überprüfung der Hypothesen zur Sicherheitstellung

3.5.1 Operationalisierung der Sicherheitstellung

Mit den Sicherheiten wird im Folgenden ein weiterer Kreditvertragsbestandteil untersucht. In Kapitel A.4.3.2.3 wurden bereits Ergebnisse bestehender Studien vorgestellt. In den Studien werden allerdings zum Teil unterschiedliche Operationalisierungsansätze verfolgt. BERGER/UDELL, DEGRYSE/VAN CAYSEELE und HARHOFF/KÖRTING unterscheiden bei ihren Untersuchungen nicht hinsichtlich der Höhe der Sicherheitstellung, sondern untersuchen ausschließlich, ob Sicherheiten gestellt werden. Es wird nicht differenziert, ob die Besicherung 1% oder 100% beträgt.¹⁴⁹³ MACHAUER/WEBER hingegen untersuchen den Blankoanteil der Kreditlinie.¹⁴⁹⁴

Darüber hinaus ist zu hinterfragen, ob der korrekte Bezugspunkt der Kunde oder ein einzelner Kredit ist. Zwar ist es auch denkbar, die Besicherung eines einzelnen Darlehens, sei es in Form einer binärcodierten Betrachtung oder in Form des Blankoanteils, zu analysieren.¹⁴⁹⁵ Dieses Vorgehen haben DEGRYSE/VAN CAYSEELE und BER-

¹⁴⁹³ Einen Überblick über die Berücksichtigung von Sicherheiten in den verschiedenen Studien gibt Tab. B-29.

¹⁴⁹⁴ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1368 f.

¹⁴⁹⁵ Vgl. Degrise/Van Cayseele (1998), S. 22.

GER/UDELL gewählt.¹⁴⁹⁶ Vor dem Hintergrund, dass der Einfluss von unternehmens- und beziehungsbezogenen Parametern auf die Sicherheitenstellung analysiert werden soll, erscheint dieser Ansatz aber wenig zielführend, da die Sicherheitenquote für einen einzelnen Kredit gering sein bzw. Null betragen kann, während selbige für einen anderen Kredit des gleichen Kunden hoch sein kann. Ferner wird bei Sicherungsverträgen zwischen einem engen und einem weiten Sicherungszweck unterschieden. Während bei dem engen Sicherungszweck die Sicherheit nur zur Besicherung einer einzelnen Forderung, die auch Anlass der Sicherheitenbestellung gewesen ist, dient, wird bei einem weiten Sicherungszweck selbiger auch auf andere, nicht anlassbezogene Verbindlichkeiten ausgedehnt. In diesem Fall besteht keine exakte Zuordnung einer Sicherheit zu einer Verbindlichkeit. Da bei einer Sicherheitenstellung durch den Kreditnehmer selbst ein weiter Sicherungszweck üblich ist, wird folgerichtig in den weiteren Untersuchungen der Kunde und nicht der einzelne Kredit als Bezugspunkt gewählt. Wie bei ELSAS wird die Besicherung im Folgenden durch zwei Größen bzw. Variablen gemessen.¹⁴⁹⁷

- **EXIST_SICH:** Es handelt sich hierbei um eine binäre Variable, die den Wert eins annimmt, wenn ein Engagement besichert ist, und im anderen Fall null beträgt.
- **SICH_Q:** Hierbei wird der Wert der insgesamt gestellten Sicherheiten ins Verhältnis zum gesamten Kreditvolumen des Kunden gestellt, ausgedrückt in %. Die Kennzahl drückt den Grad der Besicherung eines Engagements bzw., wenn man diesen von eins subtrahiert, den unbesicherten Anteil aus. Der so ermittelte Blankoanteil kann auch als Maß für das Exposure einer Bank interpretiert werden.

In Abhängigkeit von der gewählten Variablen sind auch die statistischen Verfahren zu wählen. Aus diesem Grund werden die Variablen nacheinander analysiert, zunächst wird der Einfluss auf die binäre Variable EXIST_SICH und anschließend auf die Variable SICH_Q untersucht. Auf die Darstellung der Korrelationen der unabhängigen Variablen untereinander wird an dieser Stelle verzichtet. Zwar weicht die für die Untersuchung der Sicherheiten verwendete Datenbasis geringfügig von der Datenbasis ab, die als Grundlage der Korrelationsanalysen des Zinssatzes herangezogen wurde. Die Ergebnisse unterscheiden sich aber nicht wesentlich.¹⁴⁹⁸ Das weitere Vorgehen ähnelt selbigem bei der Analyse des Einflusses auf den Zinssatz. Auch bei der Sicherheitenstellung wird erwartet, dass sich drei wesentliche Einflussbereiche unterscheiden lassen: Finanzkennzahlen, beziehungsbezogene und verhaltenswissenschaftliche Variablen. Ferner spielen möglicherweise auch weitere unternehmens- und bankbezogene Variablen eine Rolle, so dass der Einfluss derselbigen auf die Sicherheitenstellung ebenfalls untersucht wird.

¹⁴⁹⁶ Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 22, Berger/ Udell (1995), S. 372 f.

¹⁴⁹⁷ Vgl. Elsas (2001), S. 201.

¹⁴⁹⁸ Vgl. auf die Darstellung der Korrelationsanalysen für die modifizierten wird aus dem Grund verzichtet, dass die Korrelationskoeffizienten sich lediglich an der 4 Nachkommastelle unterscheiden und keine Unterschiede bei den Signifikanzen vorliegen.

3.5.2 Sicherheiten - Binärcodierung

3.5.2.1 Durchführung der Korrelationsanalyse

In einem ersten Schritt wurde eine Korrelationsanalyse zwischen der Sicherheitenstellung, gemessen als binäre Variable, sowie den Finanzkennzahlen durchgeführt. In vielen Relationship Banking-Studien, die sich mit der Sicherheitenstellung beschäftigen, wird der Zusammenhang zwischen der Sicherheitenstellung und der Bonität hergestellt. Sofern dieser Zusammenhang besteht, sollten sich hier bereits erste Hinweise ergeben. Da es sich bei der Variablen `EXIST_SICH` um eine dichotome Variable und bei den anderen Variablen um metrische Variablen handelt, wird die punktbiseriale Korrelation ermittelt. In den folgenden Tabellen werden nur die auf dem 1%- und 5%-Niveau signifikanten Korrelationen dargestellt.

In Tab. B-91 werden zunächst die Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Variablen `EXIST_SICH` abgebildet. Der Anteil an Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, insbesondere an langfristigen Verbindlichkeiten, weist signifikante Korrelationen mit der Sicherheitenstellung auf. Das Vorzeichen entspricht insofern den Erwartungen, als dass ein höherer Anteil an langfristigen Verbindlichkeiten mit einer wahrscheinlicheren Sicherheitenstellung einhergeht. In einem nächsten Schritt wurde diese Variable als Kontrollvariable in den weiteren Auswertungen berücksichtigt, da selbige signifikante Korrelationen zu den diversen anderen hier verwendeten unabhängigen Variablen aufweist.¹⁴⁹⁹ Nach Bereinigung um diesen Effekt weisen nur noch die Variablen `ZINSDECK`, `KREDZIEL` und `VERB_KI_LANG_R_LN` eine signifikante Korrelation auf. Die Zinsdeckung ist definiert als das Verhältnis von Betriebsergebnis vor Steuern zu Zinsaufwand. Auch hier erscheint es plausibel, dass Unternehmen mit einer geringeren Zinsdeckung mehr Sicherheiten stellen müssen. Hingegen kann keine direkte Erklärung für die negative Korrelation des Kreditorenziels mit der Sicherheitenstellung gefunden werden. Lange Zahlungsziele können einerseits auf Liquiditätsschwierigkeiten hindeuten, andererseits aber auch ein Indikator für die Branchenzugehörigkeit sein, denn die Mittelwerte des Kreditorenziels in den einzelnen Branchen schwanken zwischen 31,5 Tagen bei Handelsunternehmen, 68,43 Tagen bei Produktionsunternehmen, 131,36 Tagen bei Bauunternehmen und 222,28 Tagen bei Dienstleistungsunternehmen.¹⁵⁰⁰ Die Variable `VERB_KI_LANG_R_LN` als Logarithmus der `VERB_KI_LANG_R` weist trotz Integration der Letzteren als Kontrollvariable eine signifikante positive Korrelation auf, was derart interpretiert werden kann, dass der nicht-lineare Effekt zusätzlich von Relevanz ist.

¹⁴⁹⁹ Vgl. Anhang 4, Tab. AN 4-1.

¹⁵⁰⁰ Vgl. Kapitel B.1.2.1.

Kontrollvariable	—	VERB_KI_ LANG_R
VERB_KI_LANG_R	0,2259***	
VERB_KI_R	0,2117***	0,0588
KASSE_R	-0,1493**	-0,1333
ZINSDECK	-0,1876***	-0,1692**
KREDZIEL	-0,2579***	-0,2434***
UMVORR	-0,1419**	-0,1631
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1925**	0,2178**
VERB_KI_R_LN	0,2444***	0,0314
KASSE_R_LN	-0,1575**	0,0214
VERB_KI_A_LN	0,1472**	-0,0718
KASSE_A_LN	-0,1584**	-0,0463
TSC_JA_AGG	-0,1718**	-0,1530

Tab. B-91: Bivariate und partielle Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Sicherheitenstellung

Die unternehmensbezogenen Variablen, d.h. Branche, Rechtsform und Alter, hingegen weisen keinerlei signifikante Korrelationen mit der Variablen EXIST_SICH auf. Im nächsten Schritt erfolgt eine Korrelationsanalyse der beziehungsbezogenen Variablen mit der Sicherheitenstellung. Auch hier ist in Tab. B-92 wiederum deutlich zu erkennen, dass bei den Variablen, die die Finanzierungsstruktur beschreiben, starke Korrelationen mit der Sicherheitenstellung bestehen. Ein großer Anteil der jeweiligen Bank an der gesamten Finanzierung (ANT_BANK_IN) geht einher mit einer hohen Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Dies spiegelt sich auch in den weiteren Variablen wider, die Ausdruck für den Finanzierungsanteil der Bank sind (VERB_EIG_LANG_R, VERB_EIG_KURZ_R, VERB_EIG_R, VERB_EIG_LANG_A, VERB_EIG_A). Die Variable ANZ_BER_J weist zwar einen signifikanten positiven Zusammenhang mit der Sicherheitenstellung auf, allerdings lässt sich dies vermutlich auf Korrelationen mit der Finanzierungsstruktur zurückführen, denn die partielle Korrelation nach Einführung der Kontrollvariable ANT_BANK_IN ist nicht mehr signifikant. Ein hoher Finanzierungsanteil der Bank erfordert zahlreiche Beratungsgespräche. Die Ursache der Korrelation zur Sicherheitenstellung liegt somit weniger in den Beratungsgesprächen als im Finanzierungsanteil. Nach Bereinigung um diesen Effekt aus dem Anteil der Bankfinanzierung weisen die Variablen HAUSBANK_K, ANT_ZV, DARL, VERM_ANL, VERSICH, PRIVATKONT, DAU_BEZ_ERR und ANZAHL_PRODUKT weiterhin positive signifikante Korrelationen und die Variablen DIST_UNT und ZINS_VERFÜG negative signifikante Korrelationen auf. Der positive Zusammenhang zwischen dem Hausbankstatus und der genutzten Produkte auf der einen Seite und der Sicherheitenstellung auf der anderen Seite ergibt sich möglicherweise daher, dass daraus eine bessere Kenntnis der Bank bzgl. der Möglichkeiten der Sicherheitenstellung resultiert und somit mehr Sicherheiten gefordert werden.¹⁵⁰¹

¹⁵⁰¹ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

Kontrollvariable	—	ANT_BANK_IN
VERB_EIG_LANG_R	0,2081***	0,1113
VERB_EIG_KURZ_R	0,1349**	0,0807
VERB_EIG_R	0,2156***	0,1265
VERB_EIG_LANG_A	0,1491**	0,0185
VERB_EIG_A	0,1649**	0,0422
HAUSBANK_K	0,2276***	0,1965**
ANZ_BER_J	0,2268***	0,0768
GK_SALD	-0,1583**	-0,1389
GES_KREDIT	0,1379**	0,1219
ANT_ZV	0,2492***	0,2470***
ANT_BANK_IN	0,2708***	
ANT_BANK_HB_MOD	0,2068***	-0,1198
DIST_UNT	-0,1871***	-0,2527***
DARL	0,4928***	0,4106***
VERM_ANL	0,2413***	0,2459***
VERSICH	0,2262***	0,2435***
PRIVATKONT	0,1726**	0,2473***
ZINS_VERFÜG	-0,2154***	-0,2396***
DAU_BEZ_ERR	0,1455**	0,1931**
ANT_VERB_EIG_KURZ	0,2556***	0,1628
ANT_VERB_EIG_GES	0,2245***	0,1111
ANZAHL_PRODUKT	0,4120***	0,4355***
DAU_PERS_ERR_LN	0,1581**	0,1582

Tab. B-92: Bivariate und partielle Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit der Sicherheitenstellung

Abschließend erfolgt eine Korrelationsanalyse der verhaltenswissenschaftlichen Parameter mit der Sicherheitenstellung. Wie in Tab. B-93 dargestellt, steht die organisationale Glaubwürdigkeit als einziger Parameter in keinem statistisch signifikanten Zusammenhang zur Sicherheitenstellung, während bei allen anderen Parametern ein negativer signifikanter Zusammenhang ermittelt wurde. Je größer das organisationale Wohlwollen, d.h. je niedriger der Punktwert auf der Ratingskala, desto eher werden Sicherheiten gestellt. Gleiches gilt für die anderen Parameter: je größer die personale Glaubwürdigkeit, das personale Wohlwollen, die organisationale Gebundenheit, die organisationale Verbundenheit oder die personale Verbundenheit, desto eher werden Sicherheiten gestellt. Eine Erklärung für die wahrscheinlichere Sicherheitenstellung bei größerem Wohlwollen und größerer Verbundenheit besteht darin, dass die Bereitschaft steigt, der Bank im Falle der Insolvenz einen bevorrechtigten Zugriff auf das Vermögen einzuräumen. In Kapitel B.2.3 wurde ein signifikanter Zusammenhang für die Glaubwürdigkeit und die Verbundenheit – jeweils auf organisationaler und personaler Ebene – vermutet. Es wurden ausschließlich sicherheitenreduzierende Effekte postuliert.

	Korrelation
ORG_GLAUB	0,1057
ORG_WOHL	-0,1563*
PERS_GLAUB	-0,1413*
PERS_WOHL	-0,2545**
ORG_GEB	-0,2674**
ORG_VER	-0,1899**
PERS_VER	-0,2344**
PERS_WOHL_VERB	-0,2059**

Tab. B-93: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Sicherheitenstellung

Abschließend wurde eine Korrelationsanalyse der bankbezogenen Parameter mit der Sicherheitenstellung durchgeführt (vgl. Tab. B-94). So steht ein hoher Marktanteil der Bank in einem statistisch signifikanten positiven Zusammenhang mit der Sicherheitenstellung. Ursächlich hierfür könnte die resultierende Marktmacht der Bank sein. Denn je größer die Macht der Bank ist, desto mehr Sicherheiten kann sie für sich einfordern bzw. fordert sie für sich ein.

	Korrelation
MARKTAN_GES	0,1451*
UMFELD_LÄND	0,1631*

Tab. B-94: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen mit der Sicherheitenstellung

Nach der univariaten Analyse des Zusammenhangs zwischen der Sicherheitenstellung einerseits und den Finanzkennzahlen, den beziehungsbezogenen, den verhaltenswissenschaftlichen und den bankbezogenen Variablen andererseits folgt die Analyse des Zusammenhangs im multivariaten Kontext.

3.5.2.2 Beschreibung der logistischen Regression

Da aufgrund der Binärcodierung wesentliche Anwendungsvoraussetzungen nicht gegeben sind, können die Einflüsse auf die Sicherheitenstellung nicht mit dem Verfahren der linearen Regression untersucht werden. Ebenso wie bei DEGRYSE/VAN CAYSEELE und BERGER/UDELL wird die binäre logistische Regression verwendet, um den Zusammenhang zwischen den unabhängigen Variablen sowie der abhängigen Variablen EXIST_SICH zu untersuchen.¹⁵⁰² Das logistische Regressionsmodell lautet:

$$(F.1) P(Y_i = 1 | X_i = x_i) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_n X_{in})}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_n X_{in})}$$

Das Wahrscheinlichkeitsverhältnis oder das Chancenverhältnis, d.h. das Verhältnis von $P(Y_i = 1)$ zur Gegenwahrscheinlichkeit $1 - P(Y_i = 1)$ bzw. $P(Y_i = 0)$ bei der Codie-

¹⁵⁰² Vgl. Degryse/Van Cayseele (1998), S. 22, Berger/ Udell (1995), S. 374.

rung der Alternativkategorie mit 0, sind die Odds.¹⁵⁰³ Die Odds können Werte im Bereich von Null bis plus unendlich annehmen, der Wertebereich nach unten nähert sich asymptotisch Null an.

$$(F.2) \text{ Odds } (Y_{10}) = \frac{P(Y_i = 1)}{1 - P(Y_i = 1)} = \frac{P(Y_i = 1)}{P(Y_i = 0)}$$

Ein unbeschränkter Wertebereich wird durch die Transformation der Odds in die sog. Logits erreicht, so dass Werte zwischen minus und plus unendlich erzielt werden können.

$$(F.3) \text{ Logit } (Y_{10}) = \ln(\text{Odds}(Y_{10})) = \ln \frac{P(Y_i = 1)}{1 - P(Y_i = 1)}$$

Im Rahmen der logistischen Regression wird dann die Regressionsgleichung

$$(F.4) \text{ Logit } (Y_{10}|X_i = x_i) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n$$

geschätzt. Dadurch werden Regressionsgewichte bestimmt, nach denen die geschätzten Logits für eine gegebene Matrix der unabhängigen Variablen X berechnet werden können. Der Logitkoeffizient gibt die durchschnittliche lineare Veränderung des Logits an, wenn die unabhängige Variable um eine Einheit zunimmt. Aufgrund der schwierigen Interpretierbarkeit der so ermittelten Logitkoeffizienten werden durch die Bildung des Antilogarithmus häufig sog. Effektkoeffizienten $\exp(\beta_n)$ ermittelt. In Konsequenz bezieht sich die Regressionsgleichung auf die Odds:

$$(F.5) \text{ Odds } (Y_{10}|X_i = x_i) = \exp(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)$$

Das Logit ist hierbei nun die abhängige, transformierte Variable, die wieder linear von der unabhängigen Variablen X abhängt.¹⁵⁰⁴ Die Effektkoeffizienten $\exp(\beta_n)$ geben den Faktor für die Vervielfachung des Wahrscheinlichkeitsverhältnisses, d.h. des Odds, an, wenn c.p. die zugehörige exogene Variable um eine Einheit erhöht wird. Koeffizienten kleiner eins haben einen negativen Einfluss auf die Odds, Koeffizienten größer eins einen positiven Einfluss (vgl. Tab. B-95). Mittels einer weiteren Transformation lassen sich die Einflüsse der logistischen Regression auch als Einflüsse auf die Wahrscheinlichkeiten $P = (Y_i = 1)$ ausdrücken:

$$(F.6) P(Y_i = 1|X_i = x_i) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}$$

Die Auswirkungen der Veränderung der unabhängigen Variablen um eine Einheit in Bezug auf die Logits, die Odds und die Wahrscheinlichkeit werden in Tab. B-95 dargestellt.

¹⁵⁰³ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 234.

¹⁵⁰⁴ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 234.

Logit- koeffizient	Effekt- koeffizient	Logit	Odds = $\frac{P(Y_1 = 1)}{P(Y_1 = 0)}$	$P(Y_1 = 1)$
$\beta_1 < 0$	$0 < \exp(\beta_1) < 1$	nimmt um β_1 ab	nehmen um den Faktor $\exp(\beta_1)$ ab	nimmt ab
$\beta_1 = 0$	$\exp(\beta_1) = 1$	unverändert	unverändert	unverändert
$\beta_1 > 0$	$\exp(\beta_1) > 1$	nimmt um β_1 zu	nehmen um den Faktor $\exp(\beta_1)$ zu	nimmt zu

Tab. B-95: Auswirkungen der Veränderung der unabhängigen Variablen¹⁵⁰⁵

Inferenzstatistische Verfahren stehen sowohl für die einzelnen Regressionskoeffizienten als auch für das Gesamtmodell zur Verfügung. Mittels des Likelihood-Quotienten-Tests wird die Anpassungsverbesserung des endgültigen Modells im Vergleich zum Nullmodell auf Signifikanz geprüft.¹⁵⁰⁶ Im Nullmodell werden die Regressionskoeffizienten der unabhängigen Variablen auf Null gesetzt.¹⁵⁰⁷ In den Tabellen zur logistischen Regression wird die ermittelte Differenz der sog. Devianzwerte als Likelihood-Quotienten-Test sowie dessen Signifikanz ausgewiesen.

Da im logistischen Regressionsmodell eine Varianzzerlegung, mit deren Hilfe im linearen Regressionsmodell ein Determinationskoeffizient konstruiert wird, nicht möglich ist, kann zur Beurteilung der Erklärungsleistung eines logistischen Regressionsmodells nicht auf den Determinationskoeffizienten R^2 aus der linearen Regression zurückgegriffen werden.¹⁵⁰⁸ Aus diesem Grund wird häufig McFaddens-Pseudo- R^2 verwendet, welches angibt, in welchem Grad die unabhängigen Variablen zur Anpassungsverbesserung des logistischen Regressionsmodells beitragen.¹⁵⁰⁹ Dazu wird das Modell, in dem die unabhängige Variable nicht berücksichtigt wird, mit einem Modell verglichen, in dem selbige berücksichtigt wird.¹⁵¹⁰ Das Pseudo- R^2 -Maß erfasst die relative Anpassungsverbesserung des vollständigen Modells im Vergleich zum Ausgangsmodell. Während Pseudo- R^2 -Werte unter 0,05 einen nur schwachen Zusammenhang aufweisen, deuten Werte von über 0,2 auf einen starken Zusammenhang hin. Werte über 0,4 treten nur selten auf.¹⁵¹¹ Häufig verwendet werden ferner das Pseudo- R^2 nach Cox und Snell sowie das Pseudo- R^2 nach Nagelkerke.¹⁵¹² Während bei Ersterem das mögliche Maximum des Pseudo- R^2 kleiner 1 ist, wird das Pseudo- R^2 von Nagelkerke hinzugezogen, da dieses bei perfektem Modell-Fit einen Wert von genau 1 erreicht. Pseudo- R^2 -Werte liegen in der Regel unter dem R^2 der linearen Regression und sollten deshalb nicht unterschätzt werden.¹⁵¹³ Werte größer als 0,5 können als gut ange-

¹⁵⁰⁵ Vgl. Backhaus et al. (2007), S. 445.

¹⁵⁰⁶ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 249.

¹⁵⁰⁷ Vgl. Backhaus et al. (2007), S. 447.

¹⁵⁰⁸ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 244.

¹⁵⁰⁹ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 244.

¹⁵¹⁰ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 244.

¹⁵¹¹ Vgl. Andress et al. (1997), S. 288.

¹⁵¹² Vgl. Backhaus et al. (2007), S. 448 ff.

¹⁵¹³ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 244.

sehen werden.¹⁵¹⁴ Zudem erfolgt ein Ausweis der korrekt klassifizierten Werte. Es wird aufgezeigt, wie viel Prozent der Nein- bzw. Null-Ausprägung, der Ja- bzw. Eins-Ausprägung der abhängigen Variablen sowie wie viel Prozent insgesamt durch das logistische Regressionsmodell korrekt vorhergesagt wurden.

Vergleichbar mit dem T-Test für die einzelnen Regressionskoeffizienten bei der linearen Regression können auch hier die einzelnen Variablen X_i unter der Hypothese getestet werden, dass sie in der Grundgesamtheit keinen Einfluss auf die abhängige Variable ausüben und dass die Ausprägung des Effektkoeffizienten in der Stichprobe nur zufällig von eins abweicht und somit, wie in Tab. B-95 dargestellt, nur zufällig einen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit hat. Eine mögliche Teststatistik bietet der in dieser Studie verwendete Likelihood-Quotienten-Test.¹⁵¹⁵

Im Vergleich zur linearen multiplen Regression hat die logistische Regressionsanalyse weniger Anwendungsvoraussetzungen.¹⁵¹⁶ Ähnlich wie bei anderen Verfahren der Regression kann eine Multikollinearität zwischen den Einflussgrößen zu verzerrten Schätzungen und erhöhten Standardfehlern führen.¹⁵¹⁷ Ferner sollten die beiden Kategorien an unabhängigen Variablen nicht extrem ungleich belegt sein. Des Weiteren müssen die unabhängigen Variablen ein metrisches Skalenniveau aufweisen oder binärcodiert sein. Die Schätzungen für die Logit-Analyse verlangen eine Stichprobengröße von größer als 100.

Zur Vermeidung der Multikollinearität wird auf Basis der Erkenntnisse der Korrelationsanalyse bei zwei hoch korrelierenden Variablen stets nur eine der beiden Variablen verwendet. Die weiteren Voraussetzungen können als erfüllt betrachtet werden.

3.5.2.3 Durchführung der logistischen Regression

Vergleichbar mit dem Vorgehen bei der Analyse des Einflusses auf den Zinssatz erfolgt hier ebenfalls eine blockweise Betrachtung, d.h. zunächst werden die Finanzkennzahlen, anschließend die beziehungsbezogenen und danach die verhaltenswissenschaftlichen Variablen isoliert untersucht. Die Bereiche werden jeweils in eine gemeinsame Regression integriert.

In einem ersten Schritt werden nur die Finanzkennzahlen betrachtet. Die verschiedenen theoretischen Modelle in Kapitel A.4.3.1.3 haben gezeigt, dass in Fällen der adversen Selektion eher die guten Kreditnehmer Sicherheiten stellen, im Falle des Moral Hazard hingegen eher die schlechten Kreditnehmer.¹⁵¹⁸ Aus diesem Grund soll zunächst analysiert werden, inwiefern die Bonität des Unternehmens, losgelöst von sonstigen Parametern, die Existenz von Sicherheiten erklären kann. In Regression 1 in Tab. B-96 wurde ausschließlich die Ausfallwahrscheinlichkeit als die zentrale Größe zur Bonitätsbeurteilung betrachtet, in Regression 2 wurden ferner die Finanzkennzahlen

¹⁵¹⁴ Vgl. Backhaus et al. (2007), S. 448.

¹⁵¹⁵ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 250.

¹⁵¹⁶ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 232.

¹⁵¹⁷ Vgl. Diaz-Bone (2006), S. 232.

¹⁵¹⁸ Vgl. Hartmann-Wendels/Pfingsten/Weber (2007), S. 146.

mit signifikanten partiellen Korrelationen¹⁵¹⁹ zur Sicherheitenstellung bei Integration der Kontrollvariablen VERB_KI_LANG_R herangezogen. Aufgrund der zentralen Bedeutung der Teilscores aus dem Rating bei der Beurteilung der Bonität wurden trotz der fehlenden signifikanten Korrelation des Teilscores für die qualitativen Daten beide Teilscores berücksichtigt.

Während bei alleiniger Betrachtung der Ausfallwahrscheinlichkeit in 74,65% der Fälle die Sicherheitenstellung korrekt vorhergesagt wird, kann dieser Anteil durch die Integration der Finanzkennzahlen und der Teilscores auf 80,00% signifikant gesteigert werden. Allerdings wird die Nicht-Existenz von Sicherheiten bei ausschließlicher Verwendung der Ausfallwahrscheinlichkeit in 0,00% der Fälle und bei Integration der weiteren Finanzkennzahlen lediglich in 29,27% der Fälle korrekt vorhergesagt. Der positive Logitkoeffizient der Ausfallwahrscheinlichkeit in allen drei Regressionen zeigt jedoch, dass ein Anstieg der Ausfallwahrscheinlichkeit des Unternehmens die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung erhöht. Wie es sich bereits bei den Korrelationsanalysen im Kapitel B.3.5.2.1 angedeutet hat, führt ferner die Erhöhung der langfristigen Verbindlichkeitenquote gegenüber Kreditinstituten sowie die Verschlechterung der Zinsdeckung zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Vergleicht man die Ergebnisse mit vorherigen Studien, so stimmen diese mit den Ergebnissen von BERGER/UDELL überein, die ebenfalls den Zusammenhang zwischen Kreditnehmerisiko und Sicherheitenstellung untersucht haben. Ein höherer Leverage Ratio, d.h. eine höhere Relation von Fremd- zu Eigenkapital, und somit ein höheres Kreditnehmerisiko führt in ihrer Studie zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung.¹⁵²⁰ Vergleichbare Ergebnisse finden sich in den Untersuchungen von HESTER und in einer älteren Studie von BERGER/UDELL: sie bestätigen jeweils das „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma, bei dem Kunden mit schlechter Bonität mehr Sicherheiten stellen.¹⁵²¹ Untersuchungen von LEHMANN/NEUBERGER hingegen zeigen, dass Kreditnehmer mit einer schlechten Ratingbeurteilung weniger Sicherheiten stellen als gute Kreditnehmer.¹⁵²² Deren Ergebnis entspricht somit dem „Sorting-by-private-information“-Paradigma gemäß BESANKO/THAKOR. Bei MACHAUER/WEBER konnte kein eindeutiges Ergebnis erzielt werden.¹⁵²³ Ursache für die divergierenden Ergebnisse könnte sein, dass Sicherheiten mal als Anreiz- und mal als Signalling-Instrument verwendet werden, wobei allerdings offen ist, welche Parameter die Verwendung bestimmen.

Ferner wurde in Regression 3 als unternehmensbezogene Variable auch die Rechtsform integriert, da hier basierend auf den existierenden empirischen Studien¹⁵²⁴ vermutet wurde, dass die Rechtsform aufgrund der persönlichen Haftung der Gesellschafter bei Personengesellschaften einen Einfluss haben könnte. Da bei Personengesellschaften die Gesellschafter mit ihrem privaten Vermögen unbeschränkt haften, ist die Si-

¹⁵¹⁹ Vgl. Tab. B-102.

¹⁵²⁰ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 377.

¹⁵²¹ Vgl. Hester (1979), S. 349 ff., Berger/Udell (1990), S. 21 ff. und Berger/Udell (1995), S. 377.

¹⁵²² Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

¹⁵²³ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1368 f.

¹⁵²⁴ Vgl. Kapitel A.4.3.2.3.

cherheitenstellung hier weniger bedeutsam als bei Kapitalgesellschaften.¹⁵²⁵ Regression 3 kann diesen Zusammenhang nicht bestätigen. Kapitalgesellschaften inklusive GmbH & Co. KG stellen weniger Sicherheiten, der Koeffizient ist allerdings nicht signifikant und die Güte des Gesamtmodells bleibt nahezu unverändert. Bei dieser Betrachtung wurden die Kapitalgesellschaften um GmbH & Co. KG erweitert, da der unbeschränkt haftende Gesellschafter eine GmbH ist und das genannte Argument der unbeschränkten Haftung mit dem Privatvermögen hier nicht zutrifft. Die Ergebnisse stimmen überein mit LEHMANN/NEUBERGER. Selbige zeigen, dass Kapitalgesellschaften weniger Sicherheiten stellen.¹⁵²⁶ LEHMANN/NEUBERGER argumentieren, dass die Rechtsform als Proxy für das Ausfallrisiko herangezogen wird, Kapitalgesellschaften seltener ausfallen und somit das „Sorting-by-observed-risk“-Paradigma bestätigt wird.¹⁵²⁷ Auch die deskriptive Auswertung in Kapitel B.1.2.1 hat gezeigt, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit bei Kapitalgesellschaften mit 1,67% unter der Ausfallwahrscheinlichkeit von Nicht-Kapitalgesellschaften von 2,45% liegt. Bei Betrachtung von Kapitalgesellschaften inkl. GmbH & Co. KG hingegen liegt die Ausfallwahrscheinlichkeit mit 2,12% über der Ausfallwahrscheinlichkeit von 1,23% bei Nicht-Kapitalgesellschaften exkl. GmbH & Co. KG. Für den belgischen Markt zeigen DEGRYSE/VAN CAYSEELE, dass Kapitalgesellschaften im Vergleich zu Einzelunternehmen häufiger besichert sind.¹⁵²⁸

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	0,9045	2,4708	-0,5882	0,5554	-0,5341	0,5862
AUSFALLW B	0,1677*	1,1826	0,2130	1,2373	0,2139	1,2385
ZINSDECK			-0,0001***	0,9999	-0,0001***	0,9999
KREDZIEL			-0,0032***	0,9968	-0,0032***	0,9968
VERB KI LANG R			0,0374***	1,0381	0,0371***	1,0378
TSC JA AGG			0,0058	1,0058	0,0060	1,0060
TSC QA AGG			0,0157	1,0158	0,0156	1,0157
KAP GMBHCOKG					-0,0635	0,9385
Likelihood-Quotienten-Test		3,0650		35,7829		35,7932
Signifikanz		0,0800		0,0000		0,0000
Cox und Snell		0,0140		0,1950		0,1950
Nagelkerke		0,0207		0,2892		0,2893
McFadden		0,0125		0,1934		0,1935
Korrekt: Nein (%)		0,0000		29,2683		29,2683
Korrekt: Ja (%)		100,0000		96,7742		96,7742
Korrekt: Gesamt (%)		74,6500		80,0000		80,0000
N		217		201		201

Tab. B-96: Logistische Regression der Finanzkennzahlen

¹⁵²⁵ Vgl. hierzu auch Kapitel B.1.2.2.

¹⁵²⁶ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

¹⁵²⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 23.

¹⁵²⁸ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

In einem nächsten Schritt wird geprüft, inwiefern die beziehungsbezogenen Parameter die Existenz von Sicherheiten erklären können. Es werden wiederum die Variablen verwendet, die im Rahmen der partiellen Korrelationsanalyse, d.h. bei Bereinigung des Einflusses des Finanzierungsanteils durch das jeweilige Institut, signifikante Korrelationen mit der Variablen `EXIST_SICH` aufgewiesen haben. Der Anteil an korrekt klassifizierten Fällen steigt von vorher 74,65% bzw. 80,00% auf nunmehr 84,19% (vgl. Tab. B-97, Regression 1). Einen signifikanten Einfluss haben lediglich die Variablen `ANT_ZV`, `DIST_UNT` und `DARL`. Der positive Zusammenhang zwischen der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung und der Existenz von Darlehen ist evident. Eine höhere Distanz des Unternehmens zur Bank führt zu signifikant weniger Sicherheiten. Die Ursache könnte darin liegen, dass der Kunde aus dem Geschäftsgebiet einer anderen Bank kommt und ihm aus diesem Grund ein Zugeständnis in Form niedrigerer Sicherheiten gemacht wird. Allerdings liegt der Effektkoeffizient nahe bei eins, so dass die Auswirkungen auf die Odds, d.h. die Wahrscheinlichkeitsverhältnisse, relativ gering sind.

Gleiches lässt sich in Bezug auf den Anteil des Zahlungsverkehrs bei dem jeweiligen Institut feststellen. Ein Anstieg des Zahlungsverkehrs führt zu einer geringfügig kleineren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Ursächlich hierfür könnten die besseren Informationen der Bank und somit eine bessere Bonitätsbeurteilung durch den Firmenkundenbetreuer sein. Regression 2 in Tab. B-97 zeigt, dass die gemeinsame Betrachtung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Parameter nur unter Verwendung der signifikanten Parameter zu einer leichten Verbesserung des Erklärungsgehalts führt, eine Regression ausschließlich mit den signifikanten Variablen bestätigt die Ergebnisse (vgl. Tab. B-97, Regression 3).

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-0,5315	0,5877	-1,4426	0,2363	-0,1707	0,8431
VERB KI LANG R			0,0303*	1,0308	0,0244*	1,0247
ZINSDECK			-0,0002**	0,9998	-0,0001**	0,9999
KREDZIEL			-0,0023***	0,9977	-0,0024*	0,9976
HAUSBANK K	0,1307	1,1396	-0,7818	0,4576		
ANT_ZV	-0,0008**	0,9992	0,0205	1,0207		
DIST UNT	-0,0241**	0,9762	-0,0221***	0,9781	-0,0299*	0,9705
DARL	2,3721*	10,7203	1,7955**	6,0226	2,1644*	8,7096
VERM ANL	1,0498	2,8570	1,5485*	4,7045	1,4628*	4,3182
VERSICH	0,6230	1,8645	-0,3624	0,6960		
PRIVATKONT	0,2209	1,2472	-0,0028	0,9972		
ZINS VERFÜG	-1,1473	0,3175	-0,9088	0,4030		
DAU BEZ ERR	0,0278	1,0282	0,0221	1,0224		
ANZAHL PRODUKT	-0,2295	0,7949	0,0110	1,0111		
ANT BANK IN	0,0118	1,0118	0,0156	1,0158		
Likelihood-Quotienten-Test		69,4212		82,2037		81,6815
Signifikanz		0,0000		0,0000		0,0000
Cox und Snell		0,2983		0,3634		0,3422
Nagelkerke		0,4494		0,5669		0,5181
McFadden		0,3250		0,4408		0,3877
Korrekt: Nein (%)		52,1739		65,7895		57,7778
Korrekt: Ja (%)		94,0000		93,7500		94,0000
Korrekt: Gesamt (%)		84,1837		87,9121		85,6410
N		216		182		195

Tab. B-97: Logistische Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen

Im nächsten Schritt werden die verhaltenswissenschaftlichen Parameter untersucht. In Regression 1 in Tab. B-98 werden ausschließlich die Original-Faktoren verwendet, in Regression 2 wird der modifizierte Faktor PERS_WOHL_VERB integriert. Nur unter Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Parameter werden 79,90% der Variablen (vgl. Tab. B-98) richtig klassifiziert, was ungefähr den Werten der Finanzkennzahlen entspricht.

Bei Betrachtung der organisationalen Ebene lassen sich folgende Zusammenhänge hinsichtlich der Vertrauensdimensionen beobachten. Ein niedrigerer Faktorwert der organisationalen Glaubwürdigkeit, d.h. eine Verbesserung derselben, reduziert die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Eine hohe organisationale Glaubwürdigkeit und damit einhergehend ein Vertrauen in die Unternehmensentscheidungen im Allgemeinen und das Vertrauen in sinnvolle Investitionsentscheidungen im Speziellen führt somit zu niedrigeren Sicherheitenforderungen. Bei gegebener Glaubwürdigkeit wird die Notwendigkeit zu extrinsischen Anreizen reduziert, d.h. die Wahrnehmung des Kunden als kompetent und eine resultierende Vermutung des Firmenkundenbetreuers, dass der Kunde sich ohnehin, d.h. auch ohne zusätzliche Sicherheitenstellung, anstrengen wird, führt zu niedrigeren Sicherheitenforderungen. Die Hypothese H5 kann somit bestätigt werden. Gleichmaßen, wenn auch nicht signifikant, führt ein niedrigerer Faktorwert des organisationalen Wohlwollens, d.h. eine Verbesserung

desselben, zu einer Reduktion der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Hier wurde ex ante angenommen, dass ein erhöhtes Wohlwollen die Gefahr des Moral Hazard reduziert und somit weniger Sicherheiten von der Bank gefordert werden.

H5: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Best. - 5%-Niveau)

H6: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Best. - keine Signifikanz)

Auf personaler Ebene führen niedrigere Faktorwerte, d.h. eine Verbesserung der Ausprägung, sowohl der Glaubwürdigkeit als auch des Wohlwollens zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Beide Effekte sind signifikant. Hinsichtlich der personalen Glaubwürdigkeit wurde der gleiche Zusammenhang wie bei der organisationalen Glaubwürdigkeit vermutet. Es wurde ferner angenommen, dass die personale Glaubwürdigkeit eher einen verstärkenden Effekt auf die organisationale Glaubwürdigkeit ausübt und das Letztere in gewisser Weise eine Voraussetzung für das Wirken der personalen Glaubwürdigkeit ist. Warum sich gegenläufige Effekte ergeben, kann nicht erklärt werden. Hypothese H7 kann nicht bestätigt werden. Hinsichtlich des interpersonalen Wohlwollens wurde angenommen, dass selbiges – ebenso wie das organisationale Wohlwollen – die Gefahr des Moral Hazard reduziert und somit weniger Sicherheiten von der Bank gefordert werden. Die Untersuchung zeigt aber, dass eine Verbesserung des Wohlwollens zu einer größeren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung führt. Möglicherweise ist der Ansprechpartner des Unternehmens bei einem höheren Wohlwollen eher zu (nicht-monetären) Zugeständnissen in Form zusätzlicher Sicherheiten bereit. Hypothese H8 kann somit nicht bestätigt werden.

H7: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Abl. - 10%-Niveau)

H8: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Abl. - 10%-Niveau)

Bei Betrachtung der Commitment-Dimension lässt sich lediglich für die organisationale Gebundenheit ein auf dem 5%-Niveau signifikanter Effekt feststellen. Niedrige Faktorwerte, d.h. eine hohe Gebundenheit, führen zu einer hohen Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Eine mögliche Erklärung besteht darin, dass aus der Gebundenheit eine Machtstellung der Bank resultiert, welche diese durch Forderung höherer Sicherheiten ausnutzt. Ferner kann die hohe Gebundenheit auch Konsequenz einer geringen Bonität sein, so dass die eigentliche Ursache die schlechte Bonität des Unternehmens ist. Die Hypothese H9 kann somit signifikant bestätigt werden.

Bei der Verbundenheit führen auf organisationaler Ebene höhere Faktorwerte, d.h. eine Verschlechterung, und auf personaler Ebene niedrigere Faktorwerte, d.h. eine Verbesserung, zu einer größeren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung. Sowohl für die organisationale als auch für die personale Verbundenheit wurde vermutet, dass selbige – vergleichbar mit den Effekten aus dem Wohlwollen – zu einer erhöhten Motivation des Unternehmens führt, so dass die Anreizfunktion der Sicherheiten nicht

mehr notwendig ist. Infolgedessen sollte die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung sinken. Die personale Verbundenheit wird nur dann einen reduzierenden Effekt auf die Sicherheitenstellung ausüben, wenn der Einfluss des Ansprechpartners im Unternehmen hinreichend groß ist, so dass seine Entscheidungen für den unternehmerischen Erfolg bedeutsam sind. Die mangelnde Signifikanz der personalen Verbundenheit könnte auf einen geringen Einfluss des Ansprechpartners im Unternehmen hindeuten. Die Wirkungsrichtung bei der organisationalen Verbundenheit bestätigt, wenngleich auch nicht signifikant, die Hypothese H10. Die Hypothese H11 zur personalen Verbundenheit hingegen kann auch nicht von der Wirkungsrichtung bestätigt werden.

H 9: Je größer die organisationale Gebundenheit des Unternehmens, desto mehr Sicherheiten werden gestellt. (Best. - 5%-Niveau)

H 10: Je größer die organisationale Verbundenheit des Unternehmens, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Best. - keine Signifikanz)

H 11: Je größer die personale Verbundenheit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto weniger Sicherheiten werden gestellt. (Abl. - keine Signifikanz)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	1,3912***	4,0196	1,2552***	3,5084
ORG GLAUB	0,7878**	2,1986	0,7557**	2,1291
ORG WOHL	0,0389	1,0396	-0,2146	0,8068
PERS GLAUB	-0,5371*	0,5844	-0,6010*	
PERS WOHL	-0,5863*	0,5564		
ORG GEB	-0,5101**	0,6005	-0,4344*	0,6476
ORG VER	0,0004	1,0004	0,0371	1,0378
PERS VER	-0,2017	0,8174		0,5483
PERS WOHL VERB			-0,3358	1,3990
Likelihood-Quotienten-Test		30,1012		23,7846
Signifikanz		0,0001		0,0006
Cox und Snell		0,1437		0,1127
Nagelkerke		0,2173		0,1675
McFadden		0,1432		0,1071
Korrekt: Nein (%)		24,4444		20,4082
Korrekt: Ja (%)		96,6443		96,6667
Korrekt: Gesamt (%)		79,8969		77,8894
N		192		197

Tab. B-98: Logistische Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

In einem letzten Schritt (vgl. Tab. B-99) werden alle verhaltenswissenschaftlichen Variablen zuzüglich der signifikanten Variablen der vorherigen Regressionen berücksichtigt. Die gemeinsame Integration aller Variablen erscheint nicht zielführend, da in diesem Fall die Variablenzahl zu groß wäre. Es wird erneut sowohl eine Regression mit den Originalfaktoren (vgl. Tab. B-99, Regression 1) als auch eine Regression mit dem modifizierten Faktor (vgl. Tab. B-99, Regression 2) durchgeführt. Die verhaltenswissenschaftlichen Faktoren sind bei der kombinierten Betrachtung nicht signifikant. Der Vergleich mit der Regression ohne Berücksichtigung der verhaltenswissen-

schaftlichen Parameter in Tab. B-97 zeigt aber, dass die Integration derselbigen zu einer besseren Klassifizierung führt. So steigt der Anteil der richtig klassifizierten Werte von 85,64% auf 88,50%. Auch die Pseudo-R²-Werte liegen über den entsprechenden Werten der Regression ohne die verhaltenswissenschaftlichen Parameter (Cox und Snell: 0,3712 vs. 0,3422, Nagelkerke: 0,5807 vs. 0,5181 und McFadden 0,4550 vs. 0,3877).

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	0,0902	1,0944	-0,0455	0,9555
VERB KI LANG R	0,0091	1,0091	0,0220	1,0222
ZINSDECK	-0,0002**	0,9998	-0,0001**	0,9999
KREDZIEL	-0,0025***	0,9975	-0,0028***	0,9972
DIST UNT	-0,0165**	0,9836	-0,0176***	0,9826
DARL	2,3325***	10,3036	2,0385***	7,6789
VERM ANL	1,5306**	4,6208	1,6501**	5,2073
ORG GLAUB	0,7280	2,0709	0,5185	1,6794
ORG WOHL	-0,0498	0,9514	-0,1962	0,8218
PERS GLAUB	-0,5537	0,5748	-0,4936	0,6104
PERS WOHL	-0,2404	0,7863		
ORG GEB	-0,3613	0,6968	-0,2258	0,7979
ORG VER	0,1921	1,2117	0,0863	1,0902
PERS VER	-0,2325	0,7926		
PERS WOHL VERB			0,0212	1,0215
Likelihood-Quotienten-Test		80,7252		81,7041
Signifikanz		0,0000		0,0000
Cox und Snell		0,3712		0,3697
Nagelkerke		0,5807		0,5673
McFadden		0,4550		0,4377
Korrekt: Nein (%)		61,1111		64,1026
Korrekt: Ja (%)		95,6522		94,9275
Korrekt: Gesamt (%)		88,5057		88,1356
N		174		177

Tab. B-99: Logistische Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Die Ergebnisse werden in Tab. B-100 zusammengefasst. Auffällig ist, dass sich die Wirkungsrichtung des organisationalen Wohlwollens bei der kombinierten Betrachtung im Vergleich zur isolierten Betrachtung umkehrt. Während bei isolierter Betrachtung das organisationale Wohlwollen zu einer Sicherheitenreduktion führt, bewirkt es bei der kombinierten Betrachtung einen Anstieg. Es kann resümiert werden, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen zwar signifikante Effekte auf die Sicherheitenstellung ausüben, aber die Wirkungsrichtung der Effekte nicht immer der angenommenen Richtung entspricht.

	Je größer ..., desto ...	Hypo- these	... Sicherheiten werden gestellt.					
			Isolierte Betrachtung ¹⁵²⁹			Kombinierte Betrachtung ¹⁵³⁰		
			Empirie	Signi- fikanz	Fazit	Empirie	Signi- fikanz	Fazit
H5	die organisationale Glaubwürdigkeit	weniger	weniger	5%	Best.	weniger		(Best.)
H6	das organisational- e Wohlwollen	weniger	weniger		(Best.)	mehr		(Abl.)
H7	die interpersonale Glaubwürdigkeit	weniger	mehr	10%	Abl.	mehr		(Abl.)
H8	das interpersonale Wohlwollen	weniger	mehr	10%	Abl.	mehr		(Abl.)
H9	die organisationale Gebundenheit	mehr	mehr	5%	Best.	mehr		(Best.)
H10	die organisationale Verbundenheit	weniger	weniger		(Best.)	weniger		(Best.)
H11	die personale Verbundenheit	weniger	mehr		(Abl.)	mehr		(Abl.)

Tab. B-100: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Sicherheitenstellung

Wie bereits bei dem Zinssatz soll im Folgenden ein Vergleich der durchgeführten Regressionen zur Sicherheitenstellung mit bereits bestehenden Studien erfolgen. In diesem Kapitel erfolgt ausschließlich ein Vergleich mit Studien, die die Sicherheitenstellung ebenfalls als binär codierte Variable berücksichtigt haben. Allerdings ist die Vergleichbarkeit der Gütemaße eingeschränkt, da einige Autoren die logistische Regression und einige Autoren die Probit-Analyse verwendet haben.¹⁵³¹ Ferner werden bei der logistischen Regression nicht die gleichen Gütemaße angegeben. BERGER/ UDELL weisen zwar aus, dass das Modell insgesamt signifikant ist, eine Aussage zum Erklärungsgehalt oder zum Anteil der richtig klassifizierten Variablen machen sie nicht.¹⁵³² Gleiches gilt für DEGREYSE/VAN CAYSEELE.¹⁵³³ Auch bei mangelnder Vergleichbarkeit kann der Wert für das R² von 0,58 sowie der Anteil der richtig klassifizierten Variablen von 88,51% als hoch eingestuft werden.

¹⁵²⁹ Vgl. Tab. B-98, Regression 1.

¹⁵³⁰ Vgl. Tab. B-99, Regression 1.

¹⁵³¹ Harhoff/Körting und Elsas haben eine Probit-Regression verwendet. Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 30 f., Elsas (1999), S. 213. Berger/Udell, Degreyse/Van Cayseele und Scott/Dunkelberg verwenden eine logistische Regression. Vgl. Berger/Udell (1995), S. 374, Degreyse/Van Cayseele (1998), S. 33 f., Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

¹⁵³² Vgl. Berger/Udell (1995), S. 374. Berger/Udell unterscheiden bei ihrer Regression unterschiedliche Größenklassen: Unternehmen mit einer Bilanzsumme kleiner 500.000 USD, Unternehmen mit einer Bilanzsumme größer 500.000 USD sowie alle Unternehmen. Alle Regressionen sind signifikant.

¹⁵³³ Vgl. Degreyse/Van Cayseele (1998), S. 33 f., Degreyse/Van Cayseele (2000), S. 105.

		Berger/ Udell ¹⁵³⁴	Degreyse/Van Cayseele (1998) ¹⁵³⁵	Degreyse/Van Cayseele (2000) ¹⁵³⁶	Elsas ¹⁵³⁷	Harhoff/ Körting ¹⁵³⁸	Scott/ Dunkelberg ¹⁵³⁹	Vorliegende Studie ¹⁵⁴⁰
Unter- neh- mensbe- zogen	Rechtsform	X	X	X		X	X	
	Branche				X	X	X	
	Kreditnehmer- qualität	X			X	(X)	X	X
	Größe	X	X	X	X	X	X	
	Alter	X	(X)	(X)		X	X	
	Anzahl der Bankverbindun- gen					X	X	
Bezie- hungs- bezogen	Dauer der GB	X	X	X		X	X	
	Zusätzliche Dienstleistungen		X	X				X
	Kreditvolumen		X	X	X	X	X	
	Distanz zur Bank							X
Verhal- tenswiss.	Vertrauen					X		X
	Commitment							X
	N	437	17.776	17.429	472	465		174
	Pseudo-R ²	-	-	-	0,56	0,1294	-	0,58 ¹⁵⁴¹
	Richtig klassifiziert	-	-	-	-	-	-	88,51%

Tab. B-101: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf die Sicherheitenstellung mit anderen Studien

3.5.3 Besicherungsquote

3.5.3.1 Durchführung der Korrelationsanalyse

Nachdem bisher ausschließlich die Existenz von Sicherheiten bzw. die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung untersucht wurde, folgt nun eine Analyse der Besicherungsquote. Der Regressionsanalyse wird erneut eine Korrelationsanalyse vorgelagert, um die relevanten Parameter zu identifizieren. Bei Verwendung des Korrelationskoeffizienten nach Pearson müssen beide Variablen normalverteilt sein. Bei zu starken Abweichungen von der Normalverteilung muss stattdessen auf Rangkorrela-

¹⁵³⁴ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 374.

¹⁵³⁵ Vgl. Degreyse/Van Cayseele (1998), S. 33 f.

¹⁵³⁶ Vgl. Degreyse/Van Cayseele (2000), S. 105.

¹⁵³⁷ Vgl. Elsas (1999), S. 213.

¹⁵³⁸ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 30 f.

¹⁵³⁹ Vgl. Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

¹⁵⁴⁰ Vgl. Tab. B-99, Regression 1.

¹⁵⁴¹ Bei dem Pseudo-R² der vorliegenden Studie wird das R² nach Nagelkerke ausgewiesen.

tionen zurückgegriffen werden. Da die Voraussetzung der Normalverteilung bei der Sicherheitenquote nicht vollständig eingehalten wird,¹⁵⁴² erfolgt neben der Berechnung des Korrelationskoeffizienten nach Pearson ferner auch die Ermittlung von Spearman's Rangkorrelationskoeffizienten.¹⁵⁴³

Im Rahmen der Korrelationsanalyse werden – wie auch zuvor in Kapitel B.3.4.2.1 und B.3.5.2.1 – nur die auf dem 1%- und 5%-Niveau signifikanten Korrelationen dargestellt. Lediglich bei den verhaltenswissenschaftlichen Parametern werden aufgrund der zentralen Bedeutung für diese Studie alle Korrelationen ausgewiesen. Die Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Besicherungsquote zeigen (vgl. Tab. B-102), dass ein höherer Anteil an Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten – dies betrifft sowohl die kurz- als auch die langfristigen Verbindlichkeiten – mit einer höheren Besicherungsquote einhergeht. In Verbindung mit dem negativen Zusammenhang der Eigenkapitalquote, der Zinsdeckung und des quantitativen Teilscores sowie dem positiven Zusammenhang der Ausfallwahrscheinlichkeit, bestätigt sich wie auch in Kapitel B.3.5.2.3 die These – allerdings zunächst nur im univariaten Kontext –, dass Kreditnehmer mit schlechten Bonitäten mehr Sicherheiten stellen. Ferner stellen Unternehmen, die ein größeres langfristiges Vermögen (VERM_LA_R) in ihrer Bilanz ausweisen, mehr Sicherheiten. Dies lässt sich dadurch erklären, dass selbige mehr Möglichkeiten zur Sicherheitenstellung haben. Da Bürgschaften häufig nicht bewertet und bei der Ermittlung der Besicherungsquote somit nicht berücksichtigt werden,¹⁵⁴⁴ kann eine geringe Sicherheitenstellung in Ermangelung von bilanzierten Sicherungsgütern durch diese Form der Besicherung nicht kompensiert werden. Auch nach Auspartialisierung mit der Variablen VERB_KI_LANG_R bestehen noch signifikante Korrelationen der Variablen KASSE_R, EKQ und TSC_JA_AGG mit der Besicherungsquote. Die Bonität gemessen an den Variablen EKQ und TSC_JA_AGG steht offensichtlich in einem unmittelbaren Zusammenhang zur Sicherheitenstellung.

¹⁵⁴² Vgl. hierzu auch die deskriptive Auswertung der Sicherheitenquote in Kapitel B.1.2.2.

¹⁵⁴³ Vgl. hierzu aus Kapitel B.3.4.2.1.

¹⁵⁴⁴ Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel B.1.2.2.

Kontrollvariable	Pearson		Spearman
	---	VERB_KI_ LANG_R	---
VERB_KI_LANG_R	0,3058***		0,3374***
VERB_KI_KURZ_R	0,1130	0,1377	0,1453**
VERB_KI_R	0,2881***	0,1377	0,3264***
VERM_LA_R	0,1683**	0,1272	0,1656***
KASSE_R	-0,1402**	-0,1377**	-0,1069
VERB_KI_LANG_A	0,1051	-0,0492	0,2444***
VERB_KI_A	0,1064	0,0171	0,1722**
KASSE_A	-0,0515	-0,2091	-0,1553**
UMSATZ	-0,0361	0,0444	-0,1568**
DEBZIEL	-0,1668**	-0,1030	-0,1796***
EKQ	-0,1900***	-0,2028**	-0,2460***
ZINSDECK	-0,1546**	-0,1463	-0,1456**
KREDZIEL	-0,1979***	-0,1451	-0,1545**
UMSATZW	0,0409	-0,1344	-0,1554**
ANZ_ÜB_GES	0,1048	0,1104	0,1824***
VERB_KI_LANG_R_LN	0,2450***	0,1599	0,1899**
VERB_KI_R_LN	0,3045***	0,1155	0,2744***
KASSE_A_LN	-0,1734**	-0,0629	-0,1939***
UMSATZ_LN	-0,0901	-0,0342	-0,1568**
AUSFALLW_B	0,1076	0,1357	0,2294***
TSC_JA_AGG	-0,2959***	-0,2895**	-0,2820***

Tab. B-102: Bivariate und partielle Korrelation der Finanzkennzahlen mit der Besicherungsquote

In Bezug auf die unternehmensbezogenen Parameter weist lediglich die Variable KAP_GMBHCOKG signifikante Korrelationen (Pearson: -0,1555**, Spearman: -0,1696**) mit der Besicherungsquote auf. Gemäß der vorliegenden Studie weisen Kapitalgesellschaften inkl. GmbH & Co. KG niedrigere Besicherungsquoten auf als Personengesellschaften exkl. GmbH & Co. KG. Dieser Zusammenhang ist – wie auch zuvor bei der Analyse der Sicherheitenstellung als Binärvariable erläutert – unerwartet.

Bei den beziehungsbezogenen Variablen wird deutlich, dass der Finanzierungsanteil des jeweiligen Instituts die Sicherheitenquote stark beeinflusst. Wie aus Tab. B-103 ersichtlich, weisen alle Parameter, die den Finanzierungsanteil des jeweiligen Instituts beschreiben, signifikante Korrelationen auf. Ferner ist die Dauer der Kundenbeziehung sowie die Dauer der Beziehung mit dem betreuenden Firmenkundenbetreuer signifikant positiv korreliert mit der Sicherheitenquote, d.h. Unternehmen die eine lange Beziehung aufweisen, stellen mehr Sicherheiten. Die positive Korrelation der Anzahl der jährlichen Beratungsgespräche bleibt auch nach Integration der Kontrollvariablen VERB_EIG_LANG_R weiterhin signifikant. Möglicherweise erlangt die Bank durch die umfangreichen Beratungsgespräche einen Informationsvorsprung hinsichtlich der Sicherheitenstellung. Denkbar wäre es aber auch, dass die Anzahl der Beratungsgespräche eine Korrelation mit einer Finanzkennzahl aufweist, z.B. dem TSC_JA_AGG, und diese die eigentliche Ursache für den Zusammenhang ist. An dieser Stelle wird

allerdings für eine weitere Analyse der Zusammenhänge auf die multivariate Analyse in Kapitel B.3.5.3.2 verwiesen.

Kontrollvariablen	Pearson		Spearman
	---	VERB_EIG_ LANG_R	---
VERB_EIG_LANG_R	0,3457***		0,4828***
VERB_EIG_KURZ_R	0,1839***	0,1375	0,2370***
VERB_EIG_R	0,3405***	0,1375	0,4659***
VERB_EIG_LANG_A	0,2528***	0,0434	0,4471***
VERB_EIG_KURZ_A	0,0577	0,0530	0,2041***
VERB_EIG_A	0,2329***	0,0548	0,4099***
HAUSBANK_K	0,2525***	0,2634***	0,2596***
ANZ_BER_J	0,1466**	0,1602**	0,1272
GK_SALD	-0,2072***	-0,2224***	-0,2287***
GES_KREDIT	0,0445	0,0364	0,2389***
ANT_ZV	0,2959***	0,3103***	0,2822***
ANT_BANK_IN	0,3192***	0,3187***	0,2943***
ANT_BANK_HB_MOD	0,2538***	0,2365***	0,2374***
ANZ_B_AGG	-0,1210	-0,0761	-0,1744**
DIST_UNT	-0,1350**	-0,0867	-0,1693**
DARL	0,4841***	0,4144***	0,4537***
VERM_ANL	0,2969***	0,2940***	0,2933***
VERSICH	0,1520**	0,0347	0,1226
ZINS_VERFÜG	-0,1820***	-0,1399	-0,1501**
ZINSSENS	0,1525**	0,1493	0,1698**
DAU_BEZ_ERR	0,1514**	0,1358	0,1944***
DAU_PERS_ERR	0,1513**	0,2180***	0,1665**
ANZ_B_AGG	-0,1220	-0,0761	-0,1737**
ANZ_B_AGG_PL	-0,1310	-0,0885	-0,1898***
VERB_EIG_LANG_R_LN	0,2900***	0,2205	0,3048***
VERB_EIG_R_LN	0,4456***	0,1226	0,4105***
VERB_EIG_A_LN	0,3454***	-0,1257	0,2663***
ANT_VERB_EIG_LANG	0,3020***	0,0858	0,4143***
ANT_VERB_EIG_KURZ	0,3291***	0,1758	0,3265***
ANT_VERB_EIG_GES	0,3461***	0,0944	0,4174***
ANZAHL_PRODUKT	0,3906***	0,0494**	0,3786***
DAU_BEZ_ERR_LN	0,1340	0,0465**	0,1944**
DAU_PERS_ERR_LN	0,1581**	0,2736	0,1665**

Tab. B-103: Bivariate Korrelation der beziehungsbezogenen Variablen mit der Besicherungsquote

Die Analyse der Korrelation der verhaltenswissenschaftlichen Parameter (vgl. Tab. B-104) zeigt, dass ein hoher Faktorwert der organisationalen Glaubwürdigkeit, d.h. eine geringe Glaubwürdigkeit, mit einer hohen Sicherheitenquote einhergeht. Auch hier wird wiederum bestätigt, dass Unternehmen mit einer geringen Bonität tendenziell mehr Sicherheiten stellen. Die weiteren Faktoren sind negativ korreliert. Eine geringe organisationale Gebundenheit, eine geringe organisationale Verbundenheit, ein niedri-

ges personales Wohlwollen sowie eine geringe personale Verbundenheit stehen mit niedrigen Sicherheitenquoten im Zusammenhang.

	Pearson	Spearman
ORG_GLAUB	0,1727**	0,1677**
ORG_WOHL	-0,0760	-0,0399
PERS_GLAU	-0,0163	0,0172
PERS_WOHL	-0,1670**	-0,0875
ORG_GEB	-0,2705***	-0,2340***
ORG_VER	-0,1529**	-0,1444**
PERS_VER	-0,1889***	-0,1373**
PERS_WOHL_VERB	-0,1636**	-0,0880

Tab. B-104: Bivariate Korrelation der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Besicherungsquote

Ferner zeigt die Analyse, dass bei Banken bzw. bei Firmenkundenbetreuern, die eine risikoorientierte Bepreisung praktizieren, die Sicherheitenquoten niedriger sind als bei solchen, die selbige nicht praktizieren (Pearson: -0,1801***, Spearman: -0,1666**). Die Interpretation erscheint aber nur in Verbindung mit dem Zinssatz sinnvoll. Da bei der risikoorientierten Bepreisung der erwartete Verlust im Zinssatz eingepreist ist, bedeutet dies, dass bei gleichem Zins und bei gleicher Ausfallwahrscheinlichkeit eines Kunden die höhere Sicherheitenquote einen niedrigeren erwarteten Verlust ergibt und somit eine höhere Marge für die Bank bedeutet.

3.5.3.2 Durchführung der Regressionsanalyse

Das Vorgehen bei der Regressionsanalyse zur Überprüfung der Hypothesen zur Sicherheitenquote ähnelt dem Vorgehen zur Überprüfung der Hypothesen zum Zinssatz, d.h. die Variablen der verschiedenen Bereiche werden blockweise und kombiniert geprüft. Zunächst erfolgt eine ausführliche Prüfung des Einflusses der Finanzkennzahlen, da in zahlreichen Studien die Bonität als wesentliche Einflussgröße herausgestellt wurde. Unter der Prämisse, dass die Bonität ein wesentlicher Erklärungsfaktor ist, sollte die Ausfallwahrscheinlichkeit die Sicherheitenquote zu großen Teilen erklären können. Regression 1 in Tab. B-105 zeigt, dass nur 0,69% der Varianz der Sicherheitenquote durch die Ausfallwahrscheinlichkeit erklärt werden können. In Regression 2 wurden ausschließlich die originären Finanzkennzahlen herangezogen, die hohe bivariate Korrelationen mit der Sicherheitenquote aufweisen. Bei hohen Korrelationen der unabhängigen Variablen untereinander wurde jeweils die Variable mit der höheren bivariaten Korrelation zur Sicherheitenquote verwendet. Deshalb wurde bspw. die Eigenkapitalquote aufgrund des Zusammenhangs zur Verbindlichkeitenquote nicht berücksichtigt, obwohl selbige auch nach Korrektur des Einflusses der Verbindlichkeiten noch eine signifikante Korrelation aufweist. Es erfolgte eine Regression unter Verwendung der Einschlussmethode mit listenweisem Fallausschluss. Diese Regressi-

on erklärt immerhin 11,56% der Varianz. Bei Durchführung einer schrittweisen Regression sinkt das korrigierte R^2 auf 11,00%. Die Quote der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ist hier von wesentlicher statistischer und ökonomischer Bedeutung. Ein Anstieg derselbigen um einen Prozentpunkt führt zu einem Anstieg der Besicherungsquote um einen halben Prozentpunkt. Im Vergleich zur Ausfallwahrscheinlichkeit erklären die Finanzkennzahlen die Höhe der Sicherheitenquote somit deutlich besser.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	55,0438		54,6514		49,5997	
AUSFALLW B	0,4314	0,1076				
VERB KI LANG R			0,3508***	0,2308	0,4498 (1)	0,2960***
VERM LA R			0,0614	0,0385		
KASSE R			-0,0823	-0,0284		
DEBZIEL			-0,0981	-0,0711		
ZINSDECK			-0,0005*	-0,1206		
KREDZIEL			-0,0232**	-0,1695	-0,0229 (2)	-0,1670**
R		0,1076		0,3777		0,3451
R-Quadrat		0,0116		0,1427		0,1191
Korrigiertes R^2		0,0069		0,1156		0,1100
Signifikanz F-Test		0,1173		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		0,6877		1,0256		0,9180
N		213		197		203

Tab. B-105: Regression der Finanzkennzahlen (1)

Im nächsten Schritt wird geprüft, inwiefern die gemeinsame Betrachtung von Rating- und Finanzkennzahlen die Sicherheitenquote besser erklären kann. Es erfolgt zunächst eine Regression der Variablen mit hohen signifikanten Korrelationen zur Sicherheitenquote im Einschlussverfahren und anschließend per schrittweiser Regression (vgl. Tab. B-106, Regression 1 und Regression 2). Das korrigierte R^2 steigt auf 16,50% bzw. 16,76%. Im Vergleich zur Regression mit den Finanzkennzahlen kann durch die Ratingkennzahlen somit eine Verbesserung um ca. 5 Prozentpunkte erzielt werden. Die Ergebnisse stimmen somit überein mit den Erkenntnissen aus der Analyse der Sicherheiten als binärcodierte Variable.¹⁵⁴⁵

¹⁵⁴⁵ Vgl. Kapitel A.3.5.2.3.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	76,1394		81,5624	
VERB KI LANG R	0,2037	0,1340	0,2886 (1)	0,1898**
VERM LA R	0,1434	0,0885		
KASSE R	-0,0961	-0,0300		
DEBZIEL	-0,1960	-0,1276*	-0,2361 (4)	-0,1536**
ZINSDECK	-0,0003	-0,0858		
KREDZIEL	-0,0245	-0,1858**	-0,0233 (3)	-0,1766**
AUSFALLW B	0,1981	0,0551		
TSC JA AGG	-0,3313	-0,1763**	-0,3678 (2)	-0,1958**
R		0,4525		0,4329
R-Quadrat		0,2048		0,1874
Korrigiertes R ²		0,1650		0,1676
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,0086		0,9043
N		169		174

Tab. B-106: Regression der Finanzkennzahlen (2)

In einem nächsten Schritt werden die Variablen mit signifikanten Koeffizienten aus Tab. B-106 um unternehmensbezogene Daten erweitert. In Tab. B-107 wird eine Regression unter Anwendung des Einschussverfahrens sowie eine schrittweise Regression dargestellt. Während die Rechtsform bzw. die Dummyvariable KAP_GMBH-COKG im univariaten Kontext noch signifikante Korrelationen aufweist, trägt selbige im multivariaten Kontext nicht zu einer Steigerung der Varianzerklärung bei. Wenngleich auch der Koeffizient nicht signifikant ist, stellen Kapitalgesellschaften inkl. GmbH & Co. KG tendenziell weniger Sicherheiten als Personengesellschaften exkl. GmbH & Co. KG. Das Ergebnis stimmt überein mit dem der logistischen Regression.¹⁵⁴⁶

Im nächsten Schritt (vgl. Tab. B-108) erfolgt eine Regressionsanalyse ausschließlich der beziehungsbezogenen Variablen. Es werden wiederum nur die Variablen mit signifikanten Korrelationen zur Sicherheitenquote berücksichtigt. In Regression 1 erfolgt eine Regression unter Verwendung des Einschussverfahrens und in Regression 2 eine schrittweise Regression. Aufgrund der geringen Datenbasis wird anschließend eine Validierung der Erkenntnisse aus Regression 2 mittels des Einschussverfahrens in Regression 3 vorgenommen. Die beziehungsbezogenen Variablen können in Regression 3 18,31% der Varianz erklären und somit liegt der Erklärungsanteil über dem maximalen Erklärungsanteil der Finanzkennzahlen in Höhe von 16,76% (vgl. Tab. B-106, Regression 2). Der Anteil der Verbindlichkeiten bei dem jeweiligen Institut in Relation zur Bilanzsumme hat den höchsten standardisierten Beta-Koeffizienten. Ein Anstieg des Finanzierungsanteils um einen Prozentpunkt führt zu einer Erhöhung der Sicherheitenquote um ca. einen halben Prozentpunkt. Ein höherer Anteil des Zahlungsverkehrs bei dem jeweiligen Institut führt ebenso wie eine längere Beziehungsdauer zum

¹⁵⁴⁶ Vgl. hierzu auch ausführlicher Kapitel B.3.5.2.3.

Firmenkundenbetreuer zu einer höheren Sicherheitenquote. Eine Erklärung könnte darin liegen, dass mehr Informationen über die Möglichkeiten der Besicherung preisgegeben werden und somit die Bank einfacher die Sicherheiten einfordern kann. Eine weitere Erklärung ist, dass der Bank negative Informationen über das Unternehmen zukommen, die zu einer höheren Sicherheitenforderung führen. Anders als bei DEGRYSE/VAN CAYSEELE kann kein signifikanter Zusammenhang zur Produktnutzung im Allgemeinen hergestellt werden. DEGRYSE/VAN CAYSEELE stellen fest, dass für einen Kunden mit einer umfangreichen Produktnutzung bei einer Bank die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung steigt.¹⁵⁴⁷

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	79,4242		67,7368	
DEBZIEL	-0,0812	-0,0471		
KREDZIEL	-0,0298	-0,1831**	-0,0306	-0,1881**
TSC JA AGG	-0,4070	-0,2302***	-0,4336	-0,2453***
VERB KI LANG R	6,2707	0,1762*	7,3136	0,2056**
KAP GMBHCOKG	-9,4783	-0,1000		
R		0,4321		0,4178
R-Quadrat		0,1867		0,1745
Korrigiertes R ²		0,1531		0,1544
Signifikanz F-Test		0,0001		0,0000
Durbin-Watson		1,1550		1,1480
N		167		167

Tab. B-107: Regression der Finanzkennzahlen und der unternehmensbezogenen Variablen

In der vorliegenden Studie führt die zunehmende Dauer der persönlichen Beziehung zwischen dem Firmenkundenbetreuer und dem Kunden zu einer erhöhten Sicherheitenquote. Die Dauer der Bankbeziehung hat keinen signifikanten Effekt. Auch DEGRYSE/VAN CAYSEELE können weder in der Untersuchung von 1998 noch in der Untersuchung von 2000 einen Zusammenhang zwischen der Dauer der Bankbeziehung und der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung feststellen.¹⁵⁴⁸ BERGER/UDELL¹⁵⁴⁹ und HARHOFF/KÖRTING¹⁵⁵⁰ hingegen finden heraus, dass mit steigender Dauer der Bankbeziehung die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung sinkt. Der von ihnen nachgewiesene Zusammenhang bestätigt das Modell von BOOT/THAKOR, welches zeigt, dass Kreditnehmer mit längeren Bankbeziehungen weniger oft Sicherheiten stellen.¹⁵⁵¹

¹⁵⁴⁷ Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 92. Zu möglichen Ursachen vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106 und Kapitel B.3.5.2.3.

¹⁵⁴⁸ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 239. Während bei den anderen Studien stets mehrere Banken untersucht wurden, haben Degryse/Van Cayseele genau eine Bank untersucht. Vgl. Degryse/Van Cayseele (2000), S. 106.

¹⁵⁴⁹ Vgl. Berger/Udell (1995), S. 373.

¹⁵⁵⁰ Vgl. Harhoff/Körting (1998a), S. 14.

¹⁵⁵¹ Vgl. Boot/Thakor (1994), S. 903.

Während bei der Betrachtung der Variablen *EXIST_SICH* die Variablen *DIST_UNT*, *DARL* und *VERM_ANL* einen signifikanten Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung ausüben, beeinflussen selbige nicht die Höhe der Sicherheitenquote. Die Variable *ANT_ZV* beeinflusst sowohl die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung als auch die Höhe der Besicherungsquote.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	14,1474		24,8993		22,0222	
VERB EIG LANG R	0,2452	0,1886*	0,3803	0,2924***	0,4950	0,2979***
HAUSBANK K	3,1620	0,0403				
ANZ_BER J	-2,6114	-0,1133				
GK_SALD	0,0000	-0,1585*				
ANT_ZV	0,2545	0,2411*	0,3861	0,3658***	0,2854	0,2304***
DIST_UNT	-0,6668	-0,1749**				
VERM_ANL	7,8518	0,1150				
ZINSENS	8,0009	0,1329				
DAU_BEZ_ERR	0,1398	0,0483				
DAU_PERS_ERR	0,9861	0,1756*	0,9426	0,1679**	1,0740	0,1661***
ANT_VERB_EIG_LANG	0,0273	0,0703				
ANT_VERB_EIG_KURZ	0,0740	0,0925				
ANT_VERB_EIG_GES	0,0093	0,0186				
ANZAHL_PRODUKT	0,4188	0,0174				
R		0,6469		0,5636		0,4415
R-Quadrat		0,4185		0,3176		0,1949
Korrigiertes R ²		0,3300		0,2977		0,1831
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,4722		0,8851		0,9092
N		107		106		209

Tab. B-108: Regression der beziehungsbezogenen Variablen

Es resultiert die Frage, inwiefern die Finanzkennzahlen zusätzlich zu den beziehungsbezogenen Variablen eine Erklärung liefern und inwiefern selbige möglicherweise bei gemeinsamer Betrachtung irrelevant werden, so dass die Variablen mit signifikanten Koeffizienten aus den beiden Bereichen kombiniert werden (vgl. Tab. B-109). Es wird wiederum eine Regression nach dem Einschussverfahren (Regression 1) und eine schrittweise Regression (Regression 2) durchgeführt. Bei gemeinsamer Betrachtung der Variablen steigt der Erklärungsanteil auf ca. 25%, d.h. der Erklärungsanteil steigt im Vergleich zur Regression nur mit beziehungsbezogenen Variablen um ca. 7% (vgl. Tab. B-108, Regression 3). Es fällt insbesondere auf, dass die langfristige Verbindlichkeitsquote gegenüber Kreditinstituten im Allgemeinen bei gleichzeitiger Berücksichtigung der langfristigen Verbindlichkeitsquote des jeweiligen Instituts keinen signifikanten Effekt ausübt. Die beziehungsbezogenen Variablen bleiben weiterhin signifikant.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	48,2462		47,9148	
VERB EIG LANG R	0,1643	0,0977**	0,2996	0,1781**
ANT_ZV	0,3369	0,2698***	0,3291	0,2636***
DAU PERS ERR	1,2270	0,1935***	1,2046	0,1899***
VERB KI LANG R	0,1280	0,0859		
DEBZIEL	-0,0969	-0,0673		
KREDZIEL	-0,0218	-0,1943***	-0,0225	-0,2004***
TSC JA AGG	-0,4115	-0,2307***	-0,4316	-0,2420***
R		0,5358		0,5287
R-Quadrat		0,2871		0,2795
Korrigiertes R ²		0,2576		0,2585
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		0,9875		0,9864
N		173		176

Tab. B-109: Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen

Im Anschluss daran erfolgt eine Analyse ausschließlich der verhaltenswissenschaftlichen Parameter. Selbige können bei Verwendung des Einschussverfahrens 10% (vgl. Tab. B-110, Regression 1) und bei der schrittweisen Regression immerhin 6,85% (vgl. Tab. B-110, Regression 2) der Streuung erklären. Die gemeinsame Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen und den Finanzkennzahlen führt nicht zu einer Verbesserung des Erklärungsgehalts. Das korrigierte R² beträgt bei Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen 24,97% (vgl. Tab. B-111, Regression 1) im Vergleich zu 25,85% ohne Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Parameter (vgl. Tab. B-109, Regression 2). Die Integration des modifizierten Faktors – dargestellt in Tab. B-110 und Tab. B-111 jeweils als Regression 3 und 4 – liefert keinen Erkenntnisgewinn. Auf eine ausführliche Diskussion der Hypothesen wird an dieser Stelle verzichtet, stattdessen wird auf die Analyse der binärcodierten Sicherheitsvariable EXIST_SICH in Kapitel B.3.5.2.3 verwiesen.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3		Regression 4	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	55,9342		55,9033		55,7965		55,9038	
ORG GLAUB	11,2007	0,2622**			10,7033	0,2398**		
ORG WOHL	-0,6542	-0,0139			-2,6076	-0,0548		
PERS GLAUB	-2,4436	-0,0542			-2,8195	-0,0633		
PERS WOHL	-4,3345	-0,0941						
ORG GEB	-5,9300	-0,1349*	-11,8946	-0,2705***	-6,6339	-0,1513*	-11,0088	-0,2511***
ORG VER	-1,0699	-0,0248			0,0682	0,0016		
PERS VER	-6,1733	-0,1410						
PERS WOHL VERB					-6,8369	-0,1579		
R		0,3603		0,2705		0,3226		0,2511
R-Quadrat		0,1298		0,0732		0,1041		0,0630
Korrigiertes R ²		0,0978		0,0685		0,0756		0,0582
Signifikanz F-Test		0,0004		0,0001		0,0018		0,0004
Durbin-Watson		1,0435		0,8692		0,9516		0,8503
N		191		197		196		213

Tab. B-110: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3		Regression 4	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	40,2305		54,3992		36,9985		53,4983	
KREDZIEL	-0,0188	-0,1674**	-0,0222	-0,1975***	-0,0213	-0,1698**	-0,0259	-0,2064***
TSC JA AGG	-0,2713	-0,1521*	-0,3895	-0,2184***	-0,2490	-0,1292	-0,3356	-0,1741**
VERB EIG LANG R	0,3184	0,1893**	0,3064	0,1822**	0,4565	0,2637***	0,4459	0,2576***
ANT ZV	0,3234	0,2590***	0,3262	0,2613***	0,2826	0,2192***	0,2625	0,2036***
DAU BEZ ERR	0,3629	0,1167*			0,4927	0,1444**		
ORG GLAUB	9,8355	0,2302**			0,4927	0,1444**		
ORG WOHL	3,7958	0,0809			8,2847	0,1781*		
PERS GLAUB	-6,0601	-0,1344			3,8898	0,0886		
PERS WOHL	-3,5647	-0,0774						
ORG GEB	-0,1235	-0,0028			0,5074	0,0107		
ORG VER	3,1318	0,0725			-0,7095	-0,0161		
PERS VER	-5,8967	-0,1347						
PERS WOHL VERB					-2,8287	-0,0639		
R		0,5493		0,4939		0,5431		0,5071
R-Quadrat		0,3017		0,2440		0,2950		0,2571
Korrigiertes R ²		0,2497		0,2261		0,2415		0,2376
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,1459		0,9529		1,1499		0,9726
N		155		173		157		171

Tab. B-111: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

In Tab. B-112 werden die Ergebnisse der Hypothesenprüfung in Bezug auf die Sicherheitenstellung bei Operationalisierung über die Sicherheitenquote dargestellt. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Wirkungsrichtung nicht immer mit der ver-

muteten Wirkungsrichtung übereinstimmt. Hinsichtlich der organisationalen Glaubwürdigkeit kann aber eindeutig aufgezeigt werden, dass selbige zu einer Reduktion der Sicherheiten führt. Bei den anderen Vertrauens- und Commitment-Dimensionen sind die Ergebnisse nicht immer eindeutig und signifikant.

	Je größer ..., desto ...	Hypothese	... Sicherheiten werden gestellt.					
			Isolierte Betrachtung ¹⁵⁵²			Kombinierte Betrachtung ¹⁵⁵³		
			Empirie	Signifikanz	Fazit	Empirie	Signifikanz	Fazit
H5	die organisationale Glaubwürdigkeit	weniger	weniger	5%	Best.	weniger	5%	Best.
H6	das organisationale Wohlwollen	weniger	mehr		(Abl.)	weniger		(Best.)
H7	die interpersonale Glaubwürdigkeit	weniger	mehr		(Abl.)	mehr		(Abl.)
H8	das interpersonale Wohlwollen	weniger	mehr		(Abl.)	mehr		(Abl.)
H9	die organisationale Gebundenheit	mehr	mehr	10%	Best.	mehr		(Best.)
H10	die organisationale Verbundenheit	weniger	mehr		(Abl.)	weniger		(Best.)
H11	die personale Verbundenheit	weniger	mehr		(Abl.)	mehr		(Abl.)

Tab. B-112: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Sicherheitenstellung

Wie bereits auch bei Betrachtung der Sicherheitenstellung als binärcodierte Variable erfolgt ein Vergleich des Erklärungsgehalts mit verschiedenen bestehenden Studien (vgl. Tab. B-113). Die Werte für das korrigierte R² schwanken in den verschiedenen Studien zwischen 0,204 und 0,337. Der Erklärungsgehalt in dieser Studie liegt mit einem korrigierten R² von 0,2497 im mittleren Bereich. Die zitierten Studien wurden jeweils in Deutschland durchgeführt, so dass die Unterschiede nicht aus Unterschieden in den Finanzsystemen resultieren können. Datenbasis der Studie von MACHAUER/WEBER und ELSAS sind die Geschäftsbeziehungen von Kunden der ehemaligen Bayerischen Hypo- und Vereinsbank¹⁵⁵⁴, der Deutschen Bank, der ehemaligen DG Bank¹⁵⁵⁵, der Dresdner Bank und der WestLB.¹⁵⁵⁶ Die Datenbasis der Studie von LEHMANN/NEUBERGER umfasst im Wesentlichen die gleichen Banken. Grundlage bei LEHMANN/NEUBERGER sind die Geschäftsbeziehungen von Kunden der ehemaligen Bayerischen Hypo- und Vereinsbank, der Deutschen Bank, der Dresdner Bank, der

¹⁵⁵² Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-110.

¹⁵⁵³ Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-111.

¹⁵⁵⁴ Die Bayrische Vereinsbank ist mittlerweile in der HypoVereinsbank aufgegangen und gehört somit zur UniCredit Group. Vgl. HypoVereinsbank (2008).

¹⁵⁵⁵ Die DG Bank hat 2001 mit der GZ Bank zur DZ BANK fusioniert. Vgl. DZ Bank (2008b).

¹⁵⁵⁶ Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1361, Elsas (1999), S. 79 ff.

Commerzbank, der Sparkassen und der Genossenschaftsbanken.¹⁵⁵⁷ Bei der vorliegenden Studie wurden ausschließlich Daten des Genossenschaftssektors herangezogen.

		Lehmann/ Neuberger	Machauer/ Weber	Elsas	Vorliegende Studie
Unternehmensbezogen	Rechtsform	X	X		
	Branche	X		X	
	Kreditnehmerqualität	X	X	X	
	Größe	X		X	
	Anzahl der Bankverbindungen		X		
Beziehungsbezogen	Dauer der GB	X	X	X	X
	Zusätzliche Dienstleistungen		X ¹⁵⁵⁸	X ¹⁵⁵⁹	X
	Kreditvolumen		X		
Verhaltenswissenschaftlich	Vertrauen	(X)			X
	Commitment				X
	Korrigiertes R ²	0,337 ¹⁵⁶⁰	0,204	0,29	0,2497 ¹⁵⁶¹
	N	329	125 (Kundenbeziehungen) ¹⁵⁶²	472	155

Tab. B-113: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf Sicherheiten mit anderen Studien

3.6 Überprüfung der Hypothesen zur Kreditverfügbarkeit

3.6.1 Operationalisierung der Kreditverfügbarkeit

Eine Schwierigkeit bei der Analyse der relevanten Bestimmungsgrößen für die Kreditverfügbarkeit besteht in der geeigneten Operationalisierung der Letzteren. So kann die Kreditverfügbarkeit nur sehr schwer direkt gemessen werden. Beispielsweise würde bei Betrachtung der Fremdkapitalquote die Kreditverfügbarkeit unterschätzt, da Firmen eine niedrige Fremdkapitalquote haben können, entweder weil das Unternehmen keine Fremdmittel mehr zur Verfügung gestellt bekommt (Angebotsrestriktion) oder

¹⁵⁵⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 14.

¹⁵⁵⁸ Machauer/Weber verwenden hier die Variable Hausbankstatus. Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1370 ff.

¹⁵⁵⁹ Elsas verwendet hier die Variable Hausbankstatus. Vgl. Elsas (1999), S. 213.

¹⁵⁶⁰ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 31. Grundlage ist eine Tobit-Regression. Das korrigierte R² beträgt bei der Regression ohne die Variable Vertrauen 0,294. Die Datenbasis ist in diesem Fall mit N=339 geringfügig größer.

¹⁵⁶¹ Grundlage für die Daten der vorliegenden Studie ist die Regression 1 in Tab. B-111.

¹⁵⁶² Gemäß Machauer/Weber sind im Datensatz 125 Kunde-Bank-Beziehungen enthalten. Für diese Beziehungen wurden im Zeitraum 1992-1996 Daten erhoben. Es geht aus der Veröffentlichung nicht hervor, wie viele Datensätze für diese Regression verwendet wurden.

weil es keine zusätzliche Mittel mehr benötigt (Nachfragerrestriktion).¹⁵⁶³ Ferner wird die Fremdkapitalquote auch von dem Kreditangebot der Banken bestimmt.¹⁵⁶⁴ Gemäß ANGELINI/DI SALVO/FERRI wird von einem ökonomischen Agenten gesagt, dass er unter Liquiditätsbeschränkungen leidet, wenn er zu einem Zinssatz, der seiner Risikoklasse entspricht, ein größeres Kreditvolumen nachfragt als er im Markt erlangen kann.¹⁵⁶⁵ In der Realität können direkte Messgrößen für diese Liquiditätsrestriktionen allerdings nicht beobachtet werden, so dass in der empirischen Literatur eine Vielzahl von Proxys verwendet werden.¹⁵⁶⁶ Eine ausführliche Darstellung derselbigen wurde in Kapitel A.4.3.2.4 vorgenommen. Um eine direkte Messung der Liquiditätsrestriktionen der Unternehmen zu erlangen, haben ANGELINI/DI SALVO/FERRI die Unternehmen befragt, inwiefern ein Kreditbedarf besteht und inwiefern ihre Bank bereit ist, selbigen zu befriedigen.¹⁵⁶⁷ Zwei der angebotenen Antwortmöglichkeiten für das Unternehmen lauteten „Die Bank wurde noch nicht angesprochen.“ und „Das Unternehmen dachte, die Bank würde den Kredit ablehnen.“¹⁵⁶⁸ Die Einschätzung der Kreditverfügbarkeit basiert somit auf der subjektiven Wahrnehmung des Unternehmens. Der Aspekt, dass ein expliziter Kreditbedarf seitens des Unternehmers bestehen muss, wird zwar sinnvoller Weise berücksichtigt. Die für den Kreditscheid notwendige Bereitschaft der Bank zu einer zusätzlichen Kreditvergabe wird aber nur unzureichend abgebildet.

Bezüglich der Kreditvergabe sind verschiedene Fälle in Betracht zu ziehen. Die Kreditverfügbarkeit kann sich sowohl in einer kompletten Kreditablehnung oder -annahme als auch in einer nur teilweisen Kreditbewilligung widerspiegeln. So ist es denkbar, dass dem Unternehmer keine Ausweitung der aktuellen Kreditlinie im gewünschten Umfang, sondern nur in Teilen genehmigt wird. Diese Aspekte werden in der vorliegenden Studie berücksichtigt, indem die tatsächlich erfolgten Kreditablehnungen oder -quotierungen innerhalb der letzten fünf Jahre erfragt wurden (ABL_PAR_KRED_FRÜ). Ferner erfolgt die Abfrage, inwiefern der Kunde heute eine Ausweitung der Kreditlinie erhalten würde (AUS_KRED_HEU_EUN). Hierbei handelt es sich um eine rein hypothetische Antwort. Inwiefern ein Kreditwunsch beim Unternehmer besteht, kann nicht abgebildet werden. 10,23% der Kunden haben in den letzten fünf Jahren eine vollständige Kreditablehnung, 7,94% eine teilweise Kreditablehnung erhalten und 12,81% der Kunden würden heute keine Kreditausweitung bekommen. Des Weiteren wäre es auch denkbar, dass sich die Kreditverfügbarkeit dahingehend differenziert, wie schnell ein Kreditantrag im Vergleich zur bankweiten durchschnittlichen Bearbeitungszeit bewilligt wird.¹⁵⁶⁹ Eine objektive Messung stellte sich aber im Rahmen einer Voruntersuchung bei Banken aufgrund der nicht zur Verfügung stehenden bzw. nicht erhebaren Daten als nicht realisierbar heraus. So lässt sich weder eine bankweite durchschnittliche Bearbeitungszeit noch die tatsächliche Bearbeitungszeit eines Kre-

¹⁵⁶³ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 18.

¹⁵⁶⁴ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 18.

¹⁵⁶⁵ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 930.

¹⁵⁶⁶ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 930.

¹⁵⁶⁷ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 931 f. und Kapitel A.4.3.2.4.

¹⁵⁶⁸ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 931 f.

¹⁵⁶⁹ Zur Dauer der Kreditbewilligung vgl. Berens et al. (2005), S. 784.

dits geeignet ermitteln. Aus diesem Grund wurde die subjektive Einschätzung des Firmenkundenbetreuers bzgl. der Dauer der Kreditbewilligung des letzten Kredits des Kunden im Vergleich zum bankweiten Durchschnitt auf einer 5-Punkt-Ordinalskala erfragt (DAU_KRED_BEW). Eine Eins bedeutet, dass die Kreditbewilligung sehr viel schneller im Vergleich zum bankweiten Durchschnitt erfolgt ist, und eine Fünf, dass die Kreditbewilligung sehr viel langsamer im Vergleich zum bankweiten Durchschnitt verlief. Aus Sicht des Unternehmens kann insbesondere in einer liquiditätsmäßig angespannten Situation eine schnelle Kreditentscheidung und -bereitstellung sehr bedeutsam sein.

Zur Analyse der Einflussgrößen der verschiedenen Variablen zur Kreditverfügbarkeit wird wiederum zunächst eine Korrelationsanalyse der Einflussgrößen mit den ökonomischen Parametern und anschließend eine Regressionsanalyse durchgeführt. Um mögliche unterschiedliche Effekte auf die jeweiligen Parameter, insbesondere hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit einerseits und der Schnelligkeit der Kreditbewilligung andererseits, bereits in einem ersten Schritt identifizieren zu können, wird die Korrelationsanalyse für die drei verwendeten Operationalisierungen der Kreditverfügbarkeit – vergangene Kreditlehnungen, potenzielle Kreditausweitungen und Dauer der Kreditbewilligung – gemeinsam durchgeführt.

3.6.2 Korrelationsanalyse zur Kreditverfügbarkeit

Wie in Abb. B-26 dargestellt, wird die Korrelationsanalyse – wie in den vorherigen Kapiteln B.3.4.2.1, B.3.5.2.1 und B.3.5.3.1 – zunächst für die verschiedenen Bereiche wie Finanzkennzahlen, beziehungsbezogene Variablen, verhaltenswissenschaftliche Variablen und bankbezogene Variablen durchgeführt. Die Korrelationen werden zunächst für die drei verschiedenen Operationalisierungen der Kreditverfügbarkeit gemeinsam ermittelt und dargestellt. Die Ergebnisse der Korrelationsanalyse werden jeweils bei der Analyse der Auswirkungen auf die verschiedenen Operationalisierungen der Kreditverfügbarkeit herangezogen.

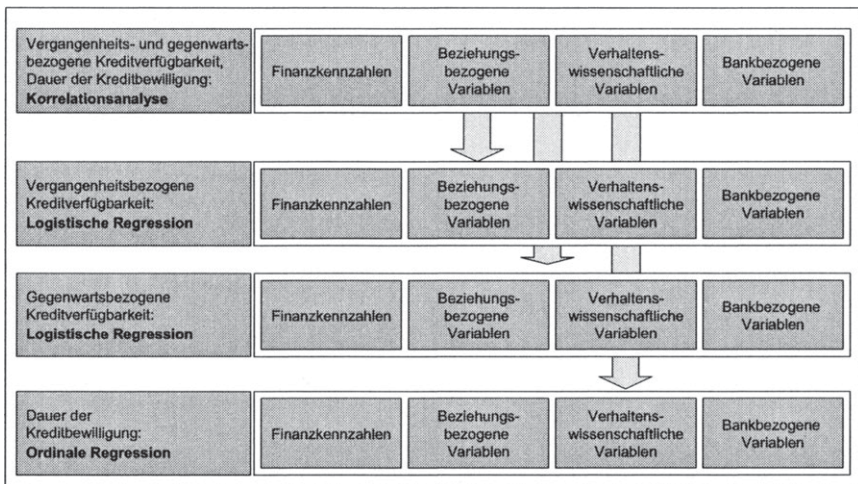


Abb. B-26: Vorgehen zur Analyse der Kreditverfügbarkeit

Für die dichotomen Variablen ABL_PAR_KRE_FRÜ und AUS_KRED_HEU_EUN werden punktbiseriale Korrelationen und für die Variable DAU_KRED_BEW Spearman's Rangkorrelationskoeffizient sowie Kendall's Tau ermittelt.¹⁵⁷⁰ Während die Variable AUS_KRED_HEU_EUN die gegenwärtige Bereitschaft zur Kreditausweitung misst,¹⁵⁷¹ erfasst die Variable ABL_PAR_KRE_FRÜ vergangene Kreditablehnungen.

In Übereinstimmung mit dieser konträren Definition – gegenwärtige Bereitschaft zur Ausweitung vs. vergangene Kreditablehnungen – verweisen alle aufgeführten Korrelationen der Finanzkennzahlen mit diesen beiden Parametern (vgl. Tab. B-114) jeweils unterschiedliche Vorzeichen auf. Außer bei der Variablen KASSE_R bewegt sich die Stärke des Zusammenhangs auf dem gleichen Niveau, die Koeffizienten weichen maximal um 0,05 ab. Ferner sind auch die Vorzeichen der Korrelationskoeffizienten für die vergangenen Kreditablehnungen (ABL_PAR_KRE_FRÜ) identisch mit den Vorzeichen für die Dauer der Kreditbewilligung. Eine höhere Ausprägung bei der Dauer der Kreditbewilligung bedeutet eine langsamere Bewilligung. Insbesondere die Variablen, die Ausdruck der Bonität des Unternehmens sind, weisen eine starke Korrelation auf: EKQ, ANZ_ÜB_GES, AUSFALLW_B, TSC_JA_AGG und TSC_QA_AGG. Eine gute Bonität des Unternehmens steht jeweils im positiven Zusammenhang mit einer hohen, vergangenheits- und gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit und einer schnellen Kreditbewilligung.

¹⁵⁷⁰ Vgl. zu den Korrelationsmaßen Kapitel B.3.4.2.1.

¹⁵⁷¹ Bei der Variablen AUS_KRED_HEU_EUN wurden die Antworten „Unbekannt“ nicht berücksichtigt.

	ABL_PAR_KRE_FRÜ	AUS_KRED_HEU_EUN	DAU_KRED_BEW	
	Punktbi. K.	Punktbi. K.	Spearman	Kendall's Tau
VERB_KI_LANG_R	0,0841	-0,0995	0,0682	0,0838
VERB_KI_KURZ_R	0,2342***	-0,1933***	0,2223***	0,1779***
VERB_KI_R	0,1888***	-0,1749**	0,1650**	0,1291**
VERM_LA_R	0,0001	0,0510	-0,1470**	-0,1127**
KASSE_R	-0,0911	0,1880***	-0,0584	-0,0758
VERB_KI_KURZ_A	0,0330	-0,0262	0,1756**	0,1377**
VERM_LA_A	-0,0926	0,0845	-0,1377**	-0,1070**
EKQ	-0,3304***	0,2861***	-0,1768**	-0,1391***
UMSATZRENT	0,0220	0,1408	-0,1738**	-0,1352**
ZINSDECK	-0,0481	0,0687	-0,1606**	-0,1240**
ANZ_ÜB_GES	0,2305***	-0,2295***	0,1933***	0,1626***
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1155	-0,0865	0,0752	0,0952
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,1911**	-0,1834**	0,2054**	0,1637**
VERB_KI_R_LN	0,2069***	-0,1662**	0,1999***	0,1552***
VERM_LA_R_LN	-0,1002	0,1691**	-0,1377**	-0,1070**
KASSE_R_LN	-0,1209	0,2170***	-0,0459	-0,0596
VERM_LA_A_LN	-0,1002	0,1691**	-0,1377**	-0,1070**
AUSFALLW_B	0,1461**	-0,1463**	0,2635***	0,2183***
KASSE_A_LN	-0,1717**	0,2530***	-0,0773	-0,1007
TSC_JA_AGG	-0,2992***	0,3361***	-0,2142***	-0,1689***
TSC_QA_AGG	-0,2520***	0,2580***	-0,3035***	-0,2408***

Tab. B-114: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen mit der Kreditverfügbarkeit

Hinsichtlich der beziehungsbezogenen Variablen (vgl. Tab. B-115) weist der Hausbankstatus signifikante negative Korrelationen mit der Variablen ABL_PAR_KRE_FRÜ auf, d.h. im Rahmen einer Hausbankbeziehung gibt es weniger Kreditabteilungen. Wie auch bei den deskriptiven Auswertungen in Kapitel B.1.2.4 wird hier die von ELSAS häufig angeführte Liquiditätsversicherungsfunktion der Hausbank bestätigt.¹⁵⁷² Der positive Zusammenhang zwischen einer aktuellen oder vergangenen Intensivbetreuung und einer Kreditabteilung ergibt sich aus der Funktion der Intensivbetreuung, da ausfallgefährdete Bestandskunden dieser Sonderbehandlung unterliegen und selbigen aufgrund der Ausfallgefährdung gegenwärtig keine Kredite mehr gegeben werden. Ferner weist die Variable GK_ZINS mit den Variablen ABL_PAR_KRE_FRÜ und AUS_KRED_HEU_EUN signifikante Korrelationen derart auf, dass hohe Zinsen mit vergangenen oder gegenwärtigen, potenziellen Kreditabteilungen sowie einer längeren Dauer der Kreditbewilligung einhergehen. Dies könnte daher resultieren, dass der Kreditzins selbst durch die Bonität des Unternehmens bestimmt wird. In Kapitel B.3.4.2.3 wurde gezeigt, dass die Eigenkapitalquote einen signifikanten Einfluss auf den Kreditzins hat. So beträgt die partielle Korrelation des Zinssatzes

¹⁵⁷² Vgl. Elsas (2001), S. 23 ff. Diesen Zusammenhang haben auch Lehmann/Neuberger bestätigt. Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 25.

mit der Variablen ABL_PAR_KRE_FRÜ und AUS_KRED_HEU_EUN bei Berücksichtigung der Effekte des quantitativen Teilscores statt 0,2490 (Signifikanzniveau: 1%) nur noch 0,1336 (Signifikanzniveau: 10%) bzw. statt -0,1932 (Signifikanzniveau: 1%) nur noch -0,1120 (Signifikanzniveau: keine Signifikanz). Bei Berücksichtigung der Effekte der Eigenkapitalquote beträgt die partielle Korrelation mit der Variablen ABL_PAR_KRE_FRÜ und AUS_KRED_HEU_EUN statt 0,2490 (Signifikanzniveau: 1%) nur noch 0,1170 (Signifikanzniveau: 10%) bzw. statt -0,1932 (Signifikanzniveau: 1%) nur noch -0,0940 (Signifikanzniveau: keine Signifikanz). Ferner besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft und der Bereitschaft, dem Kunden heute eine Kreditausweitung zu bewilligen, sowie ein negativer Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft und der Dauer der Bewilligung, so dass aus der Mitgliedschaft in beiderlei Hinsicht positive Effekte resultieren.¹⁵⁷³ Ferner lässt sich eine positive Korrelation zwischen der Anzahl der Produkte und der Bereitschaft zu zusätzlichen Krediten beobachten, d.h. ein Kunde, der viele Produkte der Bank nutzt, bekommt eher zusätzliche Kredite. Der Anteil des Zahlungsverkehrs und der Finanzierung des jeweiligen Instituts ist signifikant negativ mit vergangenen Kreditablehnungen korreliert. Sowohl die Korrelation mit der Anzahl der Produkte als auch die Korrelation mit den Zahlungsverkehrs- und Finanzierungsanteilen lässt sich möglicherweise auf die erhöhten Informationen und somit die Möglichkeit zur besseren Risikoeinschätzung zurückführen. Dieser Zusammenhang findet sich auch bei COLE; COLE kommt zu der Erkenntnis, dass die Wahrscheinlichkeit für eine Kreditverlängerung oder Neuvergabe steigt, wenn der potenzielle Kreditgeber bereits Produktlieferant für Spar- oder Anlagekonten und Financial Management-Dienstleistungen war.¹⁵⁷⁴ Wenn bei den Kreditgesprächen weitere Produkte angesprochen worden sind und es mittlerweile zu Produktabschlüssen (CROSS_SELL) gekommen ist, dann ist die Kreditvergabe schneller abgewickelt worden. Gleiches gilt für den Fall, dass der Unternehmer auch seine Privatkonten bei der Bank unterhält. Ein signifikanter Zusammenhang zur Sicherheitenquote konnte nicht festgestellt werden, so dass im univariaten Kontext die Modelle von BESTER sowie von BESANKO/THAKOR nicht bestätigt werden können.¹⁵⁷⁵ In diesen Modellen wurden Kreditsicherheiten als Selektionskriterium oder Sorting-Device eingefügt, um die Kreditnehmerqualität zu identifizieren.¹⁵⁷⁶

¹⁵⁷³ Einen positiven Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft und der Kreditverfügbarkeit konnten auch Angelini/Di Salvo/Ferri aufzeigen. Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 948.

¹⁵⁷⁴ Vgl. Cole (1998), S. 962.

¹⁵⁷⁵ Vgl. Bester (1985), S. 854 und Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff. Vgl. zu den Modellen auch Kapitel A.4.3.1.4.1.

¹⁵⁷⁶ Vgl. Bester (1985), S. 854 und Besanko/Thakor (1987a), S. 671 ff. Eine Modellinterpretation findet sich bei Machauer/Weber (1998), S. 1360.

	ABL_PAR KRE FRÜ	AUS_KRED HEU EUN	DAU_KRED_BEW	
	Punktbi. K.	Punktbi. K.	Spearman	Kendall's Tau
VERB_EIG_LANG_R	0,0266	-0,1383**	0,0185	0,0210
VERB_EIG_KURZ_R	0,1176	-0,1115	0,2224***	0,1864***
VERB_EIG_R	0,0713	-0,1517**	0,0575	0,0707
VERB_EIG_KURZ_A	0,0028	-0,0283	0,2303***	0,1921***
HAUSBANK_K	-0,1421**	0,1693**	-0,1255	-0,1332
INT BET	0,3547***	-0,1614**	0,0765	0,0808
GK_SALD	-0,0523	0,0801	-0,1338***	-0,1064**
GK_ZINS	0,2490***	-0,1932***	0,2435***	0,1919***
SÜ	0,0986	0,0262	0,0149	0,0157
FORD_AB	0,1171	-0,1689**	0,1066	0,1126
VERPFÄ	0,1562**	-0,0349	-0,0191	-0,0202
CROSS_SELL	-0,0119	-0,0220	-0,2417***	-0,2277**
ANT_ZV	-0,1436**	0,0875	-0,0988	-0,1239
ANT_BANK_IN	-0,1462**	0,0944	-0,0667	-0,0815
MITGLIED	-0,0814	0,2536***	-0,2590***	-0,2446***
PRIVATKONT	0,0402	0,0339	-0,1592**	-0,1503**
ZINS_VERFÜG	-0,1772***	0,2922***	-0,1121	-0,1188
ZINSENS	0,2890***	-0,1669**	0,1862***	0,1728***
ANZAHL_PRODUKT	-0,0353	0,1628**	-0,1613**	-0,1364**

Tab. B-115: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit

Hinsichtlich der verhaltenswissenschaftlichen Parameter zeigt Tab. B-116, dass mit Ausnahme des Parameters ORG_GEB alle Parameter eine signifikante, positive Korrelation mit der Dauer der Kreditbewilligung aufweisen. Eine hohe Glaubwürdigkeit, ein hohes Wohlwollen sowie eine hohe Verbundenheit führen zu einer schnellen Kreditbewilligung. Bei der Gebundenheit ist der Zusammenhang negativ, so dass eine niedrige Gebundenheit zu einer schnellen Kreditbewilligung führt. Die Erklärung liegt vermutlich darin, dass der Kunde aufgrund der niedrigen Gebundenheit den Kredit in der Zwischenzeit bei einer anderen Bank beantragen könnte. Auch hinsichtlich der vergangenheits- und gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit bewirken eine hohe organisationale und personale Glaubwürdigkeit, ein hohes organisationales Wohlwollen sowie eine niedrige Gebundenheit weniger Kreditablehnungen. Im univariaten Kontext wird für alle verhaltenswissenschaftlichen Parameter mit Ausnahme der organisationalen Gebundenheit der vermutete Zusammenhang zur Kreditverfügbarkeit bestätigt. Eine mögliche Erklärung für den Zusammenhang zur Gebundenheit besteht darin, dass bei einer hohen Gebundenheit der Kunde keinen Kredit bei einer anderen Bank bekommen würde und der Druck für die bestehende Bank, einen gegebenenfalls risikoreichen Kredit zu vergeben, somit sehr niedrig ist.

	ABL_PAR_KRE_FRÜ	AUS_KRED_HEU_EUN	DAU_KRED_BEW	
	Punktbi. K.	Punktbi. K.	Spearman	Kendall's Tau
ORG_GLAUB	0,3271***	-0,3711***	0,3488***	0,2778***
ORG_WOHL	0,2435***	-0,2527***	0,2175***	0,1671***
PERS_GLAUB	0,2512***	-0,2107***	0,2768***	0,2195***
PERS_WOHL	0,1125	-0,1313	0,1847***	0,1426***
ORG_GEB	-0,1772***	0,2722***	-0,1805***	-0,1416***
ORG_VER	0,0666	-0,0312	0,2335***	0,1858***
PERS_VER	0,1271	-0,1018	0,2087***	0,1627***
PERS_WOHL_VER	0,1218	-0,1357	0,1628	0,2093

Tab. B-116: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit

Bei den bankbezogenen Parametern (vgl. Tab. B-117) besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einem jungen Firmenkundenbetreuer sowie einem hohen Ausbildungsstand, z.B. abgeschlossenes (berufsbegleitendes) Studium, und einer wertorientierten Vergütung in Abhängigkeit von dem Ergebnis des Firmenkundenbetreuers auf der einen Seite und einer schnellen Kreditbewilligung auf der anderen Seite. Möglicherweise möchte sich der junge Firmenkundenbetreuer durch eine schnelle Kreditbearbeitung profilieren. Der Zusammenhang zwischen dem Ausbildungsstand und der Dauer der Kreditbearbeitung könnte daher resultieren, dass Firmenkundenbetreuer mit einem hohen Ausbildungsstand zielstrebig sind. Die Interdependenz zur wertorientierten Vergütung könnte durch motivationale Einflüsse bedingt sein. Da zwischen dem Ausbildungsstand und dem Alter sowie dem Alter und dem Vergütungssystem ein Zusammenhang besteht, kann nicht abgeleitet werden, welche Variablen ursächlich für die schnellere Bearbeitung sind.

	ABL_PAR_KRE_FRÜ	AUS_KRED_HEU_EUN	DAU_KRED_BEW	
	Punktbi. K.	Punktbi. K.	Spearman	Kendall's Tau
FKB_JÜ30	-0,1008	0,0961	-0,1496**	-0,1415**
FKB_BERUF_ST	0,0824	-0,0262	-0,1503**	-0,1420**
FKB_STUD	-0,0821	0,0183	-0,2193***	-0,2072***
LEI_WERT_FKB	-0,0229	0,0430	-0,1412**	-0,1334

Tab. B-117: Bivariate Korrelation der bankbezogenen Variablen mit der Kreditverfügbarkeit

3.6.3 Kreditverfügbarkeit - Binärcodierung

3.6.3.1 Logistische Regression der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit

Wie bei den Regressionsanalysen zum Zinssatz und den Sicherheiten wird die Analyse der Einflussgrößen bei der logistischen Regression der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit zunächst getrennt nach Bereichen durchgeführt. Die Analyse der Finanzkennzahlen mit der Kreditverfügbarkeit in Tab. B-118 zeigt, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit als zentrale Größe zur Messung der Bonität Kreditablehnungen nicht erklären kann. Sowohl die verschiedenen Pseudo-R² mit einem Erklärungsanteil jeweils unter 2,5% als auch der Anteil der korrekt klassifizierten Fälle, bei denen es zu Kreditablehnungen kommt, mit einem Wert von 3,23% sind bei der Regression 1 sehr niedrig. Zumindest führt ein Anstieg der Ausfallwahrscheinlichkeit bei isolierter Betrachtung (vgl. Tab. B-118, Regression 1) zu einem Anstieg der Wahrscheinlichkeit einer vollständigen oder partiellen Kreditablehnung. Der Zusammenhang ist auf dem 5%-Niveau signifikant. Bei Untersuchung nur der originären Finanzkennzahlen mit hohen, signifikanten Korrelationen (vgl. Tab. B-118, Regression 2) sowie bei Ergänzung derselbigen um die Ausfallwahrscheinlichkeit und um die Teilscores aus dem Rating (vgl. Tab. B-118, Regression 3) kann zwar eine Verbesserung, allerdings noch kein zufriedenstellendes Ergebnis erzielt werden. Nur 16% der Kreditablehnungen können bei der Regression 3 korrekt vorhergesagt werden. Während die Ausfallwahrscheinlichkeit bei kombinierter Betrachtung gar das Vorzeichen ändert und somit eine Erhöhung derselben zu einer Reduktion der Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung führt, bewirkt ein Anstieg der Eigenkapitalquote eine Reduktion der Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. Die Kennzahl ANZ_ÜB_GES übt keinen signifikanten Effekt aus, was überraschend ist, da diese Kennzahl als deutliches Warnsignal betrachtet werden kann.

Auch bei anderen Studien, z.B. LEHMANN/NEUBERGER, reduziert eine schlechte Kreditnehmerqualität, gemessen an der Ratingklasse, die Wahrscheinlichkeit der Kreditzusage.¹⁵⁷⁷ Ebenso zeigt COLE, dass ein Zusammenhang zwischen der Kreditnehmerqualität und der Kreditverfügbarkeit besteht.¹⁵⁷⁸ Anders als in der vorliegenden Studie haben bei COLE Zahlungsprobleme in der Vergangenheit, gemessen in der Zahl der Überziehungen, einen negativen Effekt auf die Kreditverfügbarkeit. Bei PETERSEN/RAJAN zahlen profitablere Firmen zwar die Lieferantenverbindlichkeiten seltener zu spät als weniger profitable Firmen, was als Indiz für eine hohe Kreditverfügbarkeit betrachtet wird, allerdings ist dieser Effekt nicht signifikant.¹⁵⁷⁹ Bei ANGELINI/DI SALVO/FERRI hat die Performance des Unternehmens keinen Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit.¹⁵⁸⁰

¹⁵⁷⁷ Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 24.

¹⁵⁷⁸ Vgl. Cole (1998), S. 975.

¹⁵⁷⁹ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 26.

¹⁵⁸⁰ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 934.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-1,8439	0,1581	-1,8060	0,1643	0,7330	2,0814
AUSFALLW B	0,0257**	1,0259			-0,0003	0,9997
TSC JA AGG					-0,0139	0,9862
TSC QA AGG					-0,0240	0,9763
VERB KI KURZ R ¹⁵⁸¹			-0,0036	0,9964	-0,0187	0,9815
EKQ			-0,0158***	0,9844	-0,0156**	0,9845
ANZ ÜB GES			0,0039	1,0040	0,0016	1,0016
Likelihood-Quotienten-Test		2,9576		19,7423		22,4268
Signifikanz		0,0855		0,0002		0,0010
Cox und Snell		0,0137		0,0881		0,1196
Nagelkerke		0,0244		0,1566		0,2143
McFadden		0,0167		0,1115		0,1559
Korrekt: Nein (%)		99,4536		98,9071		97,3510
Korrekt: Ja (%)		3,2258		9,6774		16,0000
Korrekt: Gesamt (%)		85,5140		85,9813		85,7955
N		214		214		176

Tab. B-118: Regression der Finanzkennzahlen

Im nächsten Schritt erfolgt die Analyse der beziehungsbezogenen Parameter. Die Variablen INT_BET, GK_ZINS, ZINS_VERFÜG und ZINSSENS wurden trotz der signifikanten Korrelationen nicht berücksichtigt, da diese Variablen nach Meinung des Verfassers aufgrund vermuteter Zirkelschlüsse nicht als Erklärung für die Kreditverfügbarkeit geeignet sind.¹⁵⁸² Die Vorzeichen der logistischen Regression entsprechen den Erwartungen (vgl. Tab. B-119, Regression 1). Der Hausbankstatus, ein hoher Anteil der Zahlungsverkehrsabwicklung sowie ein hoher Anteil an Bankverbindlichkeiten bei dem jeweiligen Institut reduziert die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. Die Wirkung des Hausbankstatus resultiert unter anderem aus der besonderen Verantwortung der Hausbank. Zwar hängen die beiden weiteren Variablen eng mit dem Hausbankstatus zusammen, sie haben aber auch eine eigene, direkte Wirkung, so dass hier nur partielle Mediatoreffekte vorliegen. Der hohe Anteil des Zahlungsverkehrs ermöglicht eine umfangreiche Informationsproduktion durch die Bank, so dass die Qualität des Unternehmens präziser beurteilt werden kann und die Bank eher bereit ist Kredite zu vergeben. Hinsichtlich des Anteils an Bankverbindlichkeiten lässt sich

¹⁵⁸¹ Die kurzfristige Verbindlichkeitenquote sowie die Eigenkapitalquote werden gemeinsam betrachtet, da hier nicht von einer Multikollinearität ausgegangen wird.

¹⁵⁸² Die Variable INT_BET hat eine positive Korrelation mit der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit. Dies resultiert u.a. daher, dass Problemkunden und somit auch Kunden deren Kredite nicht bewilligt worden sind, der Intensivbetreuung zugewiesen werden. Die Intensivbetreuung beschreibt somit einen ähnlichen Sachverhalt wie eine tatsächlich erfolgte, vergangene Kreditablehnung. Die Präferenz des Kunden für eine höhere Kreditverfügbarkeit resultiert vermutlich im Wesentlichen aus einem Mangel derselbigen, so dass die Variable ZINS_VERFÜG die Konsequenz einer mangelnden Verfügbarkeit beschreibt. Auch der Zinssatz dient nicht als Erklärung, sondern beschreibt vermutlich vielmehr eine alternative Auswirkung einer schlechten Bonität oder einer schlechten Beziehungsqualität. Vgl. hierzu auch Kapitel B.3.4.2. und B.3.6.2.

der Zusammenhang derart interpretieren, dass der Wert der Informationen über die Firmenspezifika bei der Bank größer ist, wenn das Unternehmen nur bei einer oder wenigen Banken Kredite aufnimmt.¹⁵⁸³ Dies stimmt überein mit den Ergebnissen von ONGENA/SMITH, welche zeigen, dass Unternehmen mit wenigen Bankbeziehungen selbige nicht so schnell beenden wie Unternehmen mit vielen Bankbeziehungen.¹⁵⁸⁴ Deshalb vermuten sie, dass eine bestehende Bankbeziehung für Unternehmen mit wenigen Verbindungen einen größeren Wert stiftet. Der Anteil der erklärten Streuung sowie die Anteile der korrekt klassifizierten Werte sind in der vorliegenden Untersuchung allerdings sehr niedrig. Der Anteil der korrekt klassifizierten Kreditablehnungen beträgt gar 0,00 %. Dementsprechend liefert die gemeinsame Regression von Finanzkennzahlen und beziehungsbezogenen Variablen keinen Erkenntnisgewinn (vgl. Tab. B-119, Regression 2). Der Erklärungsgehalt entspricht dem der Finanzkennzahlen (vgl. Tab. B-118, Regression 3).

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-0,7394	0,4774	-1,4091	4,0924
VERB KI KURZ R			0,0200	0,9802
EKQ			0,0165**	0,9836
ANZ ÜB_GES			0,0021	1,0021
AUSFALLW_B			-0,0036	0,9964
TSC JA AGG			-0,0133	0,9868
TSC QA AGG			-0,0219	0,9783
HAUSBANK_K	-0,4454	0,6405	-0,0383	0,9624
ANT_ZV	-0,0057	0,9943	-0,0108	0,9893
ANT_BANK_IN	-0,0043	0,9957	-0,0003	0,9997
Likelihood-Quotienten-Test		6,0532		23,1474
Signifikanz		0,1090		0,0059
Cox und Snell		0,0292		0,1302
Nagelkerke		0,0510		0,2277
McFadden		0,0348		0,1645
Korrekt: Nein (%)		100,00		98,5816
Korrekt: Ja (%)		0,00		16,0000
Korrekt: Gesamt (%)		84,80		86,1446
N		204		166

Tab. B-119: Regression der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen

Im nächsten Schritt erfolgt die Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Variablen (vgl. Tab. B-120) hinsichtlich deren Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit. Während in Regression 1 die Originalfaktoren verwendet werden, wird in Regression 2 der modifizierte Faktor verwendet. Auf organisationaler Ebene wurde vermutet, dass insbesondere die organisationale Glaubwürdigkeit die Unsicherheit der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers hinsichtlich der Auswahl eines investitionsrechnerisch guten Projek-

¹⁵⁸³ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 946.

¹⁵⁸⁴ Vgl. Ongena/Smith (2000a), S. 247.

tes und die Verhaltensunsicherheit hinsichtlich einer möglichen Asset Substitution reduziert. Die gesunkene Unsicherheit führt zu einem Anstieg der Kreditverfügbarkeit. Dieser Zusammenhang wird durch die vorliegende Untersuchung bestätigt, wenngleich auch nicht signifikant. Ferner führt das Wohlwollen des Unternehmens, welches sich ggf. durch Vermittlung von Neukunden ausgedrückt hat, zu einer erhöhten Kreditverfügbarkeit. Hier könnte die Reziprozität des Wohlwollens ursächlich sein. Während die Hypothese H12 nicht signifikant bestätigt werden kann, wird die Hypothese H13 auf dem 5%-Niveau unterstützt.

H12: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Best. - keine Signifikanz)

H13: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Best. - 5%-Niveau)

Hinsichtlich der Effekte auf interpersonalen Ebene wurde vermutet, dass diese lediglich aufgrund von personellen Verflechtungen und somit einer fehlenden Trennung zwischen organisationaler und personaler Ebene wirken. Diese fehlende Trennung resultiert u.a. aus der Einheit von Eigentum und Leitung des Unternehmers, die in der Wahrnehmung des Firmenkundenbetreuers zu einer Gleichsetzung von Organisation und Person führen kann.¹⁵⁸⁵ Die Hypothese hinsichtlich der interpersonalen Glaubwürdigkeit (H14) wird bestätigt, allerdings nicht signifikant. Eine erhöhte Glaubwürdigkeit bewirkt eine geringere Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. Ein hohes interpersonales Wohlwollen hingegen führt zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. Dies widerspricht dem in H15 vermuteten Zusammenhang, allerdings sind die Ergebnisse nicht signifikant. Bezüglich des personalen Wohlwollens ist es denkbar, dass selbiges nur zinsreduzierend wirkt. Dieser Zusammenhang zum Zinssatz konnte auf dem 1%-Niveau bestätigt werden (vgl. Tab. B-89). Der Firmenkundenbetreuer ist bei einer guten Beziehung zum Ansprechpartner des Unternehmens eher bereit, Zugeständnisse bei den Zinsen zu machen als einen gegebenenfalls sehr risikobehafteten Kredit zu vergeben.

H14: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Best. - keine Signifikanz)

H15: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Abl. - keine Signifikanz)

Die organisationale Gebundenheit wurde als Voraussetzung für die intertemporale Konditionengestaltung betrachtet, so dass das Vorliegen von Gebundenheit die Kreditverfügbarkeit erhöht und die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung reduziert. Ein

¹⁵⁸⁵ Vgl. Kapitel A.2.1.1.2.

ähnlicher Effekt hinsichtlich der intertemporalen Konditionengestaltung wurde in Bezug auf die Verbundenheit vermutet. Bezüglich der Verbundenheit auf organisationaler und personaler Ebene wurde ferner angenommen, dass die Bank eine höhere Verpflichtung zur Unterstützung des Kunden empfindet und somit die Kreditverfügbarkeit im Sinne einer größeren Wahrscheinlichkeit der Kreditbereitstellung steigt. Während die personale Verbundenheit zu einer erhöhten Kreditverfügbarkeit führt und somit die Hypothese H18 – wenngleich auch nicht signifikant – bestätigt wird, kann der Zusammenhang hinsichtlich der organisationalen Gebundenheit (H16) und Verbundenheit (H17) nicht bestätigt werden.

H16: Je größer die organisationale Gebundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Abl. - keine Signifikanz)

H17: Je größer die organisationale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Abl. - keine Signifikanz)

H18: Je größer die personale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit bzw. desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung. (Best. - keine Signifikanz)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-2,1138	0,1208	-2,1265	0,1192
ORG GLAUB	0,3871	1,4728	0,3686	1,4457
ORG WOHL	0,8568**	2,3556	0,7838**	2,1897
PERS GLAUB	0,2807	1,3240	0,2358	1,2659
PERS WOHL	-0,3562	0,7003		
ORG GEB	-0,4338	0,6481	-0,5165	0,5966
ORG VER	-0,1241	0,8833	-0,0652	0,9369
PERS VER	0,0692	1,0717		
PERS VER WOHL			-0,2048	0,8148
Likelihood-Quotienten-Test		26,1890		22,2976
Signifikanz		0,0005		0,0011
Cox und Snell		0,1281		0,1075
Nagelkerke		0,2266		0,1921
McFadden		0,1645		0,1387
Korrekt: Nein (%)		98,1595		98,2143
Korrekt: Ja (%)		14,2857		3,5714
Korrekt: Gesamt (%)		85,8639		84,6939
N		191		196

Tab. B-120: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Im Folgenden werden die Finanzkennzahlen, die beziehungsbezogenen und die verhaltenswissenschaftlichen Variablen gemeinsam betrachtet (vgl. Tab. B-121, Regression 1). Der Anteil der durch das Modell korrekt klassifizierten Kreditablehnungen steigt auf 36,36%. Ferner steigt auch der Erklärungsgehalt bei Ergänzung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen um verhaltenswissenschaftliche Variablen erheblich an. Nagelkerkes Pseudo-R² steigt von 22,77% (vgl. Tab. B-119, Regression 2) auf 39,39% (vgl. Tab. B-121, Regression 1). Bei gemeinsamer Betrachtung der Variablen kann erneut die Hypothese H13 in Bezug auf das organisationale Wohlwollen bestätigt werden. Die weiteren Faktoren üben in diesem Modell keinen signifikanten Einfluss mehr aus.

Der Vergleich mit den vorherigen Regressionen zeigt (vgl. Tab. B-122), dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen alleine die Kreditablehnungen nahezu genauso gut erklären wie die Finanzkennzahlen und wie die Finanzkennzahlen zuzüglich der beziehungsbezogenen Variablen. Die gemeinsame Betrachtung aller drei Variablengruppen führt zu einem erheblichen Anstieg der Güte des Gesamtmodells.

Aufgrund der fehlenden Zusammenhänge der bankbezogenen Variablen zur vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit werden selbige im Rahmen der Regressionsanalyse nicht weiter betrachtet. Die Ergebnisse hinsichtlich der Kreditverfügbarkeit, an dieser Stelle untersucht als Inverse, d.h. der Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung, werden in Tab. B-123 zusammengefasst.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-1,3631	0,2559	-0,8685	0,4196
VERB KI KURZ R	-0,0199	0,9803	-0,0272	0,9731
EKQ	-0,0175**	0,9826	-0,0168**	0,9834
AUSFALLW B	-0,0113	0,9888	0,0043	1,0043
TSC JA AGG	0,0046	1,0046	0,0119	1,0120
TSC QA AGG	-0,0109	0,9891	-0,0190	0,9812
HAUSBANK K	1,0671	2,9069	0,7013	2,0163
ANT ZV	-0,0157	0,9844	-0,0162	0,9839
ANT BANK IN	-0,0024	0,9976	-0,0009	0,9991
ANZ ÜB GES	0,0051	1,0051	0,0042	1,0042
ORG GLAUB	0,0925	1,0970	0,1530	1,1653
ORG WOHL	1,0341**	2,8125	0,8778*	2,4056
PERS GLAUB	0,4851	1,6244	0,4681	1,5970
PERS WOHL	-0,8871*	0,4119		
ORG GEB	-0,5967	0,5506	-0,7656*	0,4651
ORG VER	-0,7341	0,4800	-0,4903	0,6125
PERS VER	0,5066	1,6597		
PERS VER WOHL			-0,8685	0,7479
Likelihood-Quotienten-Test		38,2716		32,3059
Signifikanz		0,0014		0,0058
Cox und Snell		0,2239		0,1903
Nagelkerke		0,3969		0,3392
McFadden		0,3052		0,2564
Korrekt: Nein (%)		96,1240		96,1832
Korrekt: Ja (%)		36,3636		27,2727
Korrekt: Gesamt (%)		87,4172		86,2745
N		151		153

Tab. B-121: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

	Finanzkennzahlen ¹⁵⁸⁶	Finanzkennzahlen und beziehungsbezogene Variablen ¹⁵⁸⁷	Verhaltenswissenschaftliche Variablen ¹⁵⁸⁸	Alle drei Variablengruppen gemeinsam ¹⁵⁸⁹
Cox und Snell	0,1196	0,1302	0,1281	0,2239
Nagelkerke	0,2143	0,2277	0,2266	0,3969
McFadden	0,1559	0,1645	0,1645	0,3052
Korrekt: Nein (%)	97,3510	98,5816	98,1595	96,1240
Korrekt: Ja (%)	16,0000	16,0000	14,2857	36,3636
Korrekt: Gesamt (%)	85,7955	86,1446	85,8639	87,4172

Tab. B-122: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit

¹⁵⁸⁶ Vgl. Tab. B-118, Regression 3.

¹⁵⁸⁷ Vgl. Tab. B-119, Regression 2.

¹⁵⁸⁸ Vgl. Tab. B-120, Regression 1.

¹⁵⁸⁹ Vgl. Tab. B-121, Regression 1.

	Je größer ..., desto ist die Wahrscheinlichkeit von Kreditablehnungen.						
		Hypothese	Isolierte Betrachtung ¹⁵⁹⁰			Kombinierte Betrachtung ¹⁵⁹¹		
			Empirie	Signi- fikanz	Fazit	Empirie	Signi- fikanz	Fazit
H12	die organisationale Glaubwürdigkeit	kleiner	kleiner		(Best.)	kleiner		(Best.)
H13	das organisationale Wohlwollen	kleiner	kleiner	5%	Best.	kleiner	5%	Best.
H14	die interpersonale Glaubwürdigkeit	kleiner	kleiner		(Best.)	kleiner		(Best.)
H15	das interpersonale Wohlwollen	kleiner	größer		(Abl.)	größer		(Abl.)
H16	die organisationale Gebundenheit	kleiner	größer		(Abl.)	größer		(Abl.)
H17	die organisationale Verbundenheit	kleiner	größer		(Abl.)	größer	10%	Abl.
H18	die personale Verbundenheit	kleiner	kleiner		(Best.)	kleiner		(Best.)

Tab. B-123: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Kreditverfügbarkeit

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen den Erklärungsgehalt der erfolgten und der nicht-erfolgten Kreditablehnungen erheblich steigern können. Die Wahrscheinlichkeit der Kreditablehnung wurde auf Basis von tatsächlich erfolgten vollständigen oder partiellen Kreditablehnungen der Vergangenheit ermittelt. Nachteilig an der vorgenommenen Untersuchung ist das Timelag. Während sich die Kreditablehnungen auf die vergangenen fünf Jahre bezogen haben, entstammen die verwendeten unabhängigen Variablen der unmittelbaren Gegenwart bzw. die Finanzkennzahlen dem letzten vorliegenden Geschäftsjahr. So könnten sich die Finanzkennzahlen und die sonstigen Daten im Vergleich zum Zeitpunkt der Kreditablehnung mittlerweile verbessert haben. Aus diesem Grund wird im nächsten Schritt eine Analyse der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit vorgenommen. Bei dieser Vorgehensweise basiert die Einschätzung auf dem aktuellen Informationsstand des Firmenkundenbetreuers. Die Variable spiegelt die subjektive Einschätzung des Firmenkundenbetreuers wider.

3.6.3.2 Logistische Regression der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit

Das Vorgehen bei der Analyse der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit entspricht selbigem der vorherigen Analysen. Tab. B-124 zeigt zunächst den Zusammenhang zu den Finanzkennzahlen. Bei gemeinsamer Betrachtung von Finanz- und Ratingkennzahlen werden in Regression 3 lediglich 10,53% der vermutlich nicht gewährten Kreditausweitungen korrekt geschätzt. Der TSC_JA_AGG hat einen positiven signifikanten Effekt auf die Kreditausweitungen, gleiches gilt für die Kassenposition

¹⁵⁹⁰ Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-120.

¹⁵⁹¹ Grundlage für die Beurteilung der kombinierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-121.

KASSE_A_LN. Ein bei absoluter Betrachtung hoher Kassenbestand erhöht somit die Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung, wobei der Effekt abnimmt, d.h. eine Ausweitung von 500 Tsd. EUR auf 1 Mio. EUR wirkt stärker als eine Ausweitung von 2,5 Mio. EUR auf 3 Mio. EUR. Da es sich hierbei um eine rein hypothetische Bereitschaft einer zusätzliche Kreditausweitung handelt, d.h. ohne dass der Firmenkunde eine Anfrage gestellt und der Firmenkundenbetreuer sich aus diesem Anlass mit den Unternehmenskennzahlen beschäftigt hat, basiert die Einschätzung des Firmenkundenbetreuers nicht auf einer Analyse der Finanzkennzahlen. Der Zusammenhang resultiert ausschließlich aus dem Wissen des Firmenkundenbetreuers hinsichtlich der Kennzahlenausprägungen. Aus diesem Grund fällt der Zusammenhang zu einzelnen Kennzahlen möglicherweise schwächer aus, als dies nach einer fundierten Bilanzanalyse der Fall wäre. Wie auch bereits bei den tatsächlich erfolgten Kreditablehnungen in Kapitel B.3.6.3.1 aufgezeigt, führt eine bessere Kreditnehmerqualität zu einer höheren Verfügbarkeit.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstanter Term	1,9878***	7,2997	-1,2822	0,2774	-3,8846	0,0206
AUSFALLW B	-0,0247	0,9756			-0,0058	0,9942
TSC JA AGG					0,0432**	1,0441
TSC QA AGG					0,0200	1,0202
VERB KI KURZ R			0,0161	1,0162	0,0258	1,0262
EKQ			0,0117*	1,0118	0,0042	1,0042
VERM LA R LN			0,0503	1,0516	-0,0274	0,9730
KASSE A LN			0,3355**	1,3986	0,2802*	1,3234
ANZ ÜB GES			-0,0037	0,9963	0,0031	1,0031
Likelihood-Quotienten-Test		2,6978		17,6028		22,6364
Signifikanz		0,1005		0,0034		0,0038
Cox und Snell		0,0132		0,0889		0,1343
Nagelkerke		0,0247		0,1734		0,2573
McFadden		0,0174		0,1295		0,1954
Korrekt: Nein (%)		3,8462		4,5455		10,5263
Korrekt: Ja (%)		99,4350		99,4012		98,5507
Korrekt: Gesamt (%)		87,1921		88,3598		87,8981
N		203		189		157

Tab. B-124: Regression der Finanzkennzahlen

Im nächsten Schritt erfolgt die Analyse des Einflusses der beziehungsbezogenen Variablen (vgl. Tab. B-125, Regression 1). Neben den Variablen mit hohen Korrelationen wurde ferner die Besicherungsquote bei der Regression berücksichtigt. In dem Fragebogen wurde nach dem Grund einer Kreditablehnung gefragt. Da die fehlenden Besicherungsmöglichkeiten der einzige mehrfach erwähnte Grund für potenzielle Kreditablehnungen war, besteht auch hier die Möglichkeit eines Zusammenhangs. Die beziehungsbezogenen Variablen können nur 8,70% der Kreditablehnungen korrekt klassifizieren. Auch liegen die Pseudo-R² mit Werten zwischen 0,12 und 0,23 unter den Werten der Regression 3 für die Finanzkennzahlen. Der Hausbankstatus sowie die Mitgliedschaft erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Kreditausweitung. Dies bestätigt die

Ergebnisse von ANGELINI/DI SALVO/FERRI. Sie zeigen, dass Mitglieder von Genossenschaftsbanken einfacher Kredite erhalten als Nicht-Mitglieder.¹⁵⁹² Wenngleich nicht signifikant, führt eine größere Anzahl an genutzten Produkten zu einer größeren Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung. Wie bereits im Kontext der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit angesprochen, zeigt auch COLE, dass die Wahrscheinlichkeit für eine Kreditverlängerung oder Neuvergabe steigt, wenn der potenzielle Kreditgeber bereits Produktlieferant für Spar- oder Anlagekonten und Financial Management-Dienstleistungen war.¹⁵⁹³ Der negative signifikante Zusammenhang zur Verbindlichkeitsquote des jeweiligen Kreditinstituts lässt sich derart erklären, dass die Bank den Anteil der Gesamtfinanzierung des Unternehmens und somit ihr Risiko nicht ausweiten möchte.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstanter Term	0,5761	1,7791	-8,4345**	0,0002
VERB EIG R	-0,0192**	0,9810	0,0126	1,0127
HAUSBANK K	1,6604***	5,2614	1,6197	5,0516
MITGLIED	1,3349**	3,7996	2,0489***	7,7590
ANZAHL PRODUKT	0,0990	1,1040	0,0143	1,0144
SICH Q	-0,0082	0,9918	-0,0121	0,9880
VERB KI KURZ R			-0,0007	0,9993
AUSFALLW B			0,0193	1,0195
TSC JA AGG			0,0644*	1,0666
TSC QA AGG			-0,0111	0,9889
EKQ			0,0008	1,0008
VERM LA R LN			0,2962	1,3447
KASSE A LN			0,4036*	1,4972
ANZ ÜB GES			0,0022	1,0022
Likelihood-Quotienten-Test		24,0825		39,8195
Signifikanz		0,0002		0,0001
Cox und Snell		0,1185		0,2359
Nagelkerke		0,2275		0,4756
McFadden		0,1714		0,3927
Korrekt: Nein (%)		8,6957		31,2500
Korrekt: Ja (%)		98,2143		96,9697
Korrekt: Gesamt (%)		87,4346		89,8649
N		191		148

Tab. B-125: Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen

Bei gemeinsamer Betrachtung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen steigt der Anteil der korrekt klassifizierten potenziellen Kreditausweitungen auf 31,25%. Ferner steigen auch die Werte für die drei Pseudo-R² erheblich an (vgl. Tab. B-125, Regression 2). Bei dieser Betrachtung sind ausschließlich die Mitgliedschaft, der Kassenbestand sowie der Teilscore für die Jahresabschlussdaten relevant.

¹⁵⁹² Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 948.

¹⁵⁹³ Vgl. Cole (1998), S. 962.

Die Besicherungsquote übt weder bei der isolierten Betrachtung der beziehungsbezogenen Variablen noch bei der gemeinsamen Betrachtung derselben mit den Finanzkennzahlen einen signifikanten Einfluss aus; jedoch führt eine höhere Besicherungsquote zu einer größeren Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung.

In Tab. B-126 erfolgt die Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Parameter mit der Kreditausweitung. Regression 1 stellt die Auswertung unter Verwendung der Originalfaktoren, Regression 2 die Auswertung unter Verwendung des modifizierten Faktors dar. Hinsichtlich der organisationalen Glaubwürdigkeit wurde vermutet, dass eine Verbesserung derselben zu einer Reduktion der Unsicherheit der Bank führt und somit die Kreditverfügbarkeit steigt. Die Hypothese H12 kann in der vorliegenden Untersuchung bestätigt werden. Gleichmaßen wird auch für die Hypothese H13 in Bezug auf das organisationale Wohlwollen eine Bestätigung erzielt. Obwohl vermutet wurde, dass das Wohlwollen im Vergleich zur Glaubwürdigkeit eher von nachgelagerter Bedeutung ist, bewirken die Veränderungen auf der Ratingskala um eine Einheit jeweils ca. eine Veränderung des Odds um den Faktor 0,5, so dass hier keine großen Unterschiede sichtbar sind.

H12: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - 10%-Niveau)

H13: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - 10%-Niveau)

Auf personaler Ebene ist die Wirkungsrichtung nicht einheitlich. Während ein Anstieg des personalen Wohlwollens – wie in Hypothese H15 vermutet – die Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung und somit auch die Kreditverfügbarkeit erhöht, führt ein Anstieg der personalen Glaubwürdigkeit zur Reduktion derselbigen. Hypothese H14 muss somit verworfen werden. Während die Hypothesen auf organisationaler Ebene auf dem 10%-Niveau signifikant bestätigt werden können, sind die Werte auf personaler Ebene nicht signifikant. In Kapitel B.3.6.3.1 wurde im Kontext der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit ein ähnlicher Zusammenhang festgestellt. Möglicherweise sind für die Kreditvergabe ausschließlich organisationale Aspekte entscheidend. Die personale Ebene hingegen beeinflusst die Zinshöhe.

H14: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - keine Signifikanz)

H15: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - keine Signifikanz)

Ferner wurde vermutet, dass die organisationale Gebundenheit und Verbundenheit erst eine intertemporale Konditionengestaltung ermöglichen und somit die Kreditverfügbarkeit erhöhen. Dieser Zusammenhang, dargestellt in den Hypothesen H16 und H17, kann nicht bestätigt werden. Eine mögliche Erklärung für den umgekehrten Zusam-

menhang bei der Gebundenheit besteht darin, dass die Ursache der Gebundenheit in der Bonität des Kunden liegt. Der Kunde bekommt somit aufgrund der schlechten Bonität keine zusätzlichen Kredite.

H16: Je größer die organisationale Gebundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - 5%-Niveau)

H17: Je größer die organisationale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - keine Signifikanz)

Dahingegen führt ein Anstieg der personalen Verbundenheit, wie in H18 postuliert, zu einem Anstieg der Kreditverfügbarkeit. Der Zusammenhang ist jedoch nicht signifikant.

H18: Je größer die personale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - keine Signifikanz)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstanter Term	2,5036	12,2260	2,5321***	12,5802
ORG GLAUB	-0,7297*	0,4820	-0,6086	0,5441
ORG WOHL	-0,6922*	0,5005	-0,6155	0,5404
PERS GLAUB	0,1223	1,1301	0,1182	1,1255
PERS WOHL	-0,0605	0,9413		
ORG GEB	0,8969**	2,4520	1,0086***	2,7419
ORG VER	0,2544	1,2896	0,3538	1,4244
PERS VER	-0,0554	0,9461		
PERS VER WOHL			-0,3491	0,7053
Likelihood-Quotienten-Test		105,3504		109,0640
Signifikanz		0,0001		0,0006
Cox und Snell		0,1639		0,1490
Nagelkerke		0,3067		0,2822
McFadden		0,2342		0,2149
Korrekt: Nein (%)		17,3913		13,0435
Korrekt: Ja (%)		98,0892		96,9136
Korrekt: Gesamt (%)		87,7778		86,4865
N		180		185

Tab. B-126: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Bei gemeinsamer Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen und den beziehungsbezogenen Variablen ergibt sich, dass sich der Einfluss des organisationalen und des interpersonalen Wohlwollens umkehrt, d.h. eine Verbesserung derselben führt gar zu einer Reduktion der Kreditverfügbarkeit (vgl. Tab. B-127, Regression 1).

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Konstante	-8,5755*	0,0002	-13,9766***	0,0000
VERB EIG R	0,0165	1,0167	0,0282	1,0286
HAUSBANK K	1,5729	4,8206	2,4266	11,3205
MITGLIED	1,4997	4,4803	2,2708*	9,6874
ANZAHL PRODUKT	-0,0045	0,9955	0,0781	1,0812
ANZ ÜB GES	-0,0021	0,9979	0,0053	1,0053
SICH Q	0,0071	1,0071	0,0062	1,0062
VERB KI KURZ R	0,0039	1,0039	-0,0521	0,9493
EKQ	-0,0073	0,9927	0,0139	1,0140
VERM LA R LN	0,2343	1,2640	0,3037	1,3549
KASSE A LN	0,5041*	1,6554	0,0893	1,0934
AUSFALLW B	0,0246	1,0249	1,4339**	4,1949
TSC JA AGG	0,1110***	1,1173	0,1537***	1,1662
TSC QA AGG	-0,0456	0,9555	0,0044	1,0045
ORG GLAUB	-0,8014	0,4487	-0,9764	0,3767
ORG WOHL	0,3963	1,4863	0,5137	1,6714
PERS GLAUB	0,5852	1,7954	0,1118	1,1183
PERS WOHL	0,6185	1,8561		
ORG GEB	0,9180	2,5042	1,4146	4,1149
ORG VER	0,4691	1,5986	1,7498*	5,7535
PERS VER	-1,2598	0,2837		
PERS VER WOHL			-1,4351	0,2381
Likelihood-Quotienten-Test		44,8675		48,4314
Signifikanz		0,0012		0,0002
Cox und Snell		0,2900		0,3033
Nagelkerke		0,5879		0,6214
McFadden		0,5038		0,5397
Korrekt: Nein (%)		50,0000		71,4286
Korrekt: Ja (%)		98,2906		99,1667
Korrekt: Gesamt (%)		93,1298		96,2687
N		131		134

Tab. B-127: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Der Vergleich der Güte der verschiedenen Messmodelle (vgl. Tab. B-128) ergibt, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen die Kreditverfügbarkeit besser erklären können als die Finanzkennzahlen. Die Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen zusätzlich zu den Finanzkennzahlen und den beziehungsbezogenen Variablen führt zu einem erheblichen Anstieg der Modellgüte.

Da auch bei den potenziellen Kreditausweitungen kein Zusammenhang zu bankbezogenen Variablen hergestellt werden konnte, wird auf eine Erweiterung der Regression um bankbezogene Einflüsse verzichtet. Die Ergebnisse hinsichtlich des Einflusses der verhaltenswissenschaftlichen Parameter werden in Tab. B-129 zusammengefasst. Die Hypothesen zur organisationalen Glaubwürdigkeit sowie zur personalen Verbundenheit hingegen können in allen Fällen von der Richtung her bestätigt werden, allerdings nicht immer signifikant.

	Finanzkennzahlen ¹⁵⁹⁴	Finanzkennzahlen und beziehungsbezogene Variablen ¹⁵⁹⁵	Verhaltenswissenschaftliche Variablen ¹⁵⁹⁶	Alle drei Variablenengruppen gemeinsam ¹⁵⁹⁷
Cox und Snell	0,1343	0,2359	0,1639	0,2900
Nagelkerke	0,2573	0,4756	0,3067	0,5879
McFadden	0,1954	0,3927	0,2342	0,5038
Korrekt: Nein (%)	10,5263	31,2500	17,3913	50,0000
Korrekt: Ja (%)	98,5507	96,9697	98,0892	98,2906
Korrekt: Gesamt (%)	87,8981	89,8649	87,7778	93,1298

Tab. B-128: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit

	Je größer desto ist die Wahrscheinlichkeit von Kreditausweitungen.						
		Hypothese	Isolierte Betrachtung ¹⁵⁹⁸			Kombinierte Betrachtung ¹⁵⁹⁹		
			Empirie	Signifikanz	Fazit	Empirie	Signifikanz	Fazit
H12	die organisationale Glaubwürdigkeit	größer	größer	10%	Best.	größer		(Best.)
H13	das organisationale Wohlwollen	größer	größer	10%	Best.	kleiner		(Abl.)
H14	die interpersonale Glaubwürdigkeit	größer	kleiner		(Abl.)	kleiner		(Abl.)
H15	das interpersonale Wohlwollen	größer	größer		(Best.)	kleiner		(Abl.)
H16	die organisationale Gebundenheit	größer	kleiner	5%	Abl.	kleiner		(Abl.)
H17	die organisationale Verbundenheit	größer	kleiner		(Abl.)	kleiner		(Abl.)
H18	die personale Verbundenheit	größer	größer		(Best.)	größer		(Best.)

Tab. B-129: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Kreditverfügbarkeit

Verglichen mit der Analyse der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit ergibt sich eine Übereinstimmung hinsichtlich der Hypothesen H12, H16, H17 und H18 und weitestgehend auch bei H13. Eine erhöhte organisationale Glaubwürdigkeit und eine erhöhte personale Verbundenheit führt in allen Auswertungen zu einer besseren Kreditverfügbarkeit. Auch ein hohes personales Wohlwollen bewirkt in nahezu allen Auswertungen eine bessere Kreditverfügbarkeit. Hingegen führt eine hohe organisationale Ge- und Verbundenheit zu einer schlechteren Kreditverfügbarkeit. Auffallend ist, dass bei der Kreditverfügbarkeit – aber auch in etwas weniger deutlichem Umfang

¹⁵⁹⁴ Vgl. Tab. B-118, Regression 3.

¹⁵⁹⁵ Vgl. Tab. B-125, Regression 2.

¹⁵⁹⁶ Vgl. Tab. B-126, Regression 1.

¹⁵⁹⁷ Vgl. Tab. B-127, Regression 1.

¹⁵⁹⁸ Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-126.

¹⁵⁹⁹ Grundlage für die Beurteilung der kombinierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-127.

bei dem Zinssatz und der Sicherheitenstellung – der Erklärungsgehalt der Modelle durch die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen erheblich gesteigert werden kann. Die Hypothesen in Bezug auf die verschiedenen Dimensionen hingegen werden vielfach nicht signifikant bestätigt. Eine mögliche Erklärung besteht darin, dass die einzelnen Dimensionen noch nicht hinreichend trennscharf operationalisiert wurden.

	Dimension	Isolierte Betrachtung		Kombinierte Betrachtung	
		Vergang.	Gegenw.	Vergang.	Gegenw.
H12	organisationale Glaubwürdigkeit	(Best.)	Best.	(Best.)	(Best.)
H13	organisationales Wohlwollen	Best.	Best.	Best.	(Abl.)
H14	interpersonale Glaubwürdigkeit	(Best.)	(Abl.)	(Best.)	(Abl.)
H15	interpersonale Wohlwollen	(Abl.)	(Best.)	(Abl.)	(Abl.)
H16	organisationale Gebundenheit	(Abl.)	Abl.	(Abl.)	(Abl.)
H17	organisationale Verbundenheit	(Abl.)	(Abl.)	Abl.	(Abl.)
H18	personale Verbundenheit	(Best.)	(Best.)	(Best.)	(Best.)

Tab. B-130: Vergleich der Ergebnisse der beiden Operationalisierungen der Kreditverfügbarkeit

Der Vergleich mit bereits bestehenden Studien verdeutlicht (vgl. Tab. B-131), dass der Erklärungsgehalt der vorliegenden Studie deutlich über den Werten der bisherigen Studien liegt. Die Vergleichbarkeit der Studien ist allerdings aus zweierlei Gründen nur eingeschränkt gegeben. Zum einen wird die Kreditverfügbarkeit unterschiedlich operationalisiert. Bei PETERSEN/RAJAN und HARHOFF/KÖRTING wird die Kreditverfügbarkeit anhand der verspäteten Zahlung bzw. dem Anteil der Skontoziehungen gemessen.¹⁶⁰⁰ Es erfolgt somit eine indirekte Messung. ANGELINI/DI SALVO/FERRI berücksichtigen den tatsächlichen Kreditwunsch des Kunden.¹⁶⁰¹ COLE misst die Kreditverfügbarkeit anhand tatsächlich erfolgter Kreditablehnungen.¹⁶⁰² Diese Operationalisierung ist vergleichbar mit der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit in der vorliegenden Studie. Hier liegt das R^2 mit 0,3969 deutlich über dem R^2 von COLE in Höhe von 0,224.

Zum anderen wird die Vergleichbarkeit der Studien durch die unterschiedlichen angewendeten Verfahren eingeschränkt. So kommen logistische Regressionen, Tobit- und Probit-Analysen zur Anwendung. Da COLE ebenfalls eine logistische Regression durchgeführt hat, ist die Vergleichbarkeit mit dieser Studie gegeben.

¹⁶⁰⁰ Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 27, Harhoff/Körting (1998b), S. 1346 f.

¹⁶⁰¹ Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944.

¹⁶⁰² Vgl. Cole (1998), S. 974 f.

		Angelini/Di Salvo/ ¹⁶⁰³ Ferri	Cole ¹⁶⁰⁴	Cole/Goldberg/ ^{White}	Harhoff/ ¹⁶⁰⁵ Körting	Lehmann/ ¹⁶⁰⁶ Neuberger	Petersen/ ¹⁶⁰⁷ Rajan (1994)	Petersen/ ¹⁶⁰⁸ Rajan (1995)	Scott/ ¹⁶⁰⁹ Dunkelberg	Vorliegende Studie ¹⁶¹⁰
Unternehmensbezogen	Rechtsform				X		X	X	X	
	Branche				X				X	
	Kreditnehmerqualität	X	X		(X)	X	X	X	X	X
	Größe	X	X		X		X	X	X	
	Alter	(X)	X		X		X	X	X	
	Anzahl der Bankverbindungen	X	X		X		X	X	X	
Beziehungsbezogen	Dauer der GB	X	X		X	(X)	X	X	X	
	Zusätzliche Dienstleistungen		X				X			X
	Sicherheitsstellung					(X)				
	Art der Sicherheit									
	Kreditwunsch				X					
	Kreditvolumen									

¹⁶⁰³ Angelini/Di Salvo/Ferri führen eine Probit-Analyse durch. Das R² beträgt mit und ohne Berücksichtigung der Variablen Alter 0,09. Die Kreditverfügbarkeit wird hier durch einen beim Kunden bestehenden Kreditwunsch operationalisiert. Vgl. Angelini/Di Salvo/Ferri (1998), S. 944.

¹⁶⁰⁴ Cole führt eine logistische Regression durch. Die Kreditverfügbarkeit wird operationalisiert durch erfolgte Kreditlehnungen der Vergangenheit. Wenn in der Datenbasis nur solche Unternehmen berücksichtigt werden, die einen Kreditwunsch zur Finanzierung von Working Capital haben, beträgt das R² 0,29. Vgl. Cole (1998), S. 974 f.

¹⁶⁰⁵ Harhoff/Körting führen eine Tobit-Regression durch. Als abhängige Variable verwenden sie den Anteil der Skontoziehungen. Vgl. Harhoff/Körting (1998b), S. 1346 f.

¹⁶⁰⁶ Lehmann/Neuberger führen eine Probit-Analyse durch. Als abhängige Variable verwenden sie die Kreditbewilligungen. Wenn in der Regression die Vertrauensvariablen nicht berücksichtigt werden, beträgt das R² 0,371. Vgl. Lehmann/Neuberger (2001), S. 32.

¹⁶⁰⁷ Bei Petersen/Rajan wird die Kreditverfügbarkeit gemessen am Anteil der verspäteten Zahlungen. Sie führen eine Tobit-Analyse durch. Vgl. Petersen/Rajan (1994), S. 27.

¹⁶⁰⁸ Bei Petersen/Rajan wird die Kreditverfügbarkeit gemessen am Anteil der Inanspruch genommenen Skonto. Sie führen eine Tobit-Analyse durch. Vgl. Petersen/Rajan (1995), S. 428.

¹⁶⁰⁹ Scott/Dunkelberg führen eine logistische Regression durch. Als abhängige Variable verwenden sie die Kreditbewilligungen. Vgl. Scott/Dunkelberg (2003), S. 1010 f.

¹⁶¹⁰ Bei dem ausgewiesenen R² wurde die gegenwartsbezogene Kreditverfügbarkeit und in Klammern die vergangenheitsbezogene Kreditverfügbarkeit dargestellt. Vgl. hierzu Regression 1 in Tab. B-127 bzw. Regression 1 in Tab. B-121. Es erfolgt hier ein Ausweis des R² gemäß Nagelkerke.

		Angelini/Di Salvo/ Ferrri ¹⁶⁰³	Cole ¹⁶⁰⁴	Cole/Goldberg/White	Harhoff/Körting ¹⁶⁰⁵	Lehmann/Neuburger ¹⁶⁰⁶	Petersen/Rajan (1994) ¹⁶⁰⁷	Petersen/Rajan (1995) ¹⁶⁰⁸	Scott/Dunkelberg ¹⁶⁰⁹	Vorliegende Studie ¹⁶¹⁰
	Mitgliedschaft	X								
	Distanz zu Bank									
Markt-bezogen	Markt-konzentration	X			X		X	X	X	X
Verhaltens-wissenschaftl.	Vertrauen				(X)	(X)				X
	Commitment									X
	Pseudo- R ²	0,09	0,224		0,018	0,429	-	-	-	0,5879 (0,3969)
	N	1.824	2.007		881	389	1.119		1.474	151

Tab. B-131: Vergleich des Erklärungsgehalts in Bezug auf die Kreditverfügbarkeit mit anderen Studien

3.6.4 Kreditverfügbarkeit - Dauer der Kreditbewilligung

3.6.4.1 Beschreibung der ordinalen Regression

Für die multivariate Analyse der Einflussfaktoren auf die Dauer der Kreditbewilligung wird die ordinale Regression herangezogen. Wie auch bei der linearen und der logistischen Regression wird analysiert, inwiefern die Einflussfaktoren gemeinsam in der Lage sind, die Schwankungsbreite der Dauer der Kreditbewilligung zu erklären. Aufgrund der nicht gegebenen Intervallskalierung kann die „normale“ multiple Regression nicht angewendet werden. Da die multinomiale logistische Regression die Rangfolge der Werte nicht berücksichtigen kann, wird an dieser Stelle auf die ordinale Regression zurückgegriffen.¹⁶¹¹ Das Logit-Modell als die populärste Modellvariante weist eine hohe Nähe zur binären logistischen Regression auf. Bei der logistischen Regression stellen die Odds das Verhältnis von $P(Y_i = 1)$ zur Gegenwahrscheinlichkeit $1 - P(Y_i = 1)$ bzw. $P(Y_i = 0)$ dar.¹⁶¹² Bei der ordinalen Regression hingegen werden nicht die Wahrscheinlichkeiten zweier Alternativen, sondern die kumulierten Wahrscheinlichkeiten in Relation gesetzt.

$$(F.7) \text{ Odds } (Y) = \frac{P(Y \leq j)}{1 - P(Y \leq j)}$$

¹⁶¹¹ Vgl. hierzu und im Folgenden Bühl/Zöfel (2005), S. 370-378, Gerpott/Mahmudova (2006), S. 495 ff., McCullagh (1980), S. 109 ff. Zum verwandten Verfahren der logistischen Regression Vgl. Backhaus et al. (2006), S. 417-477. Die ordinale Regression gehört zu den so genannten „ordered logit“ Verfahren. Vgl. zu Letzteren ausführlich Borooah (2002), S. 1 ff.

¹⁶¹² Vgl. Kapitel B.3.5.2.2.

Wie auch bei der normalen Regression werden für die unabhängigen Variablen Regressionskoeffizienten, die so genannten Lageschätzer, ermittelt, anhand derer Aussagen über die Stärke und Signifikanz des Einflusses möglich sind. Die Beurteilung der Signifikanz erfolgt anhand des Wald-Tests. Es werden ferner wie bei der logistischen Regression Pseudo-R² angegeben. Selbige stellen eine Maßgröße für den durch die unabhängigen Variablen erklärten Anteil der Schwankung der abhängigen Variablen dar. Dazu werden auch hier die Pseudo-R² Cox und Snell, Nagelkerke und McFadden ermittelt. Ferner wird wie bei der logistischen Regression die Verbesserung der Devianz des endgültigen Modells im Vergleich zum Nullmodell sowie die entsprechende Signifikanz ausgewiesen. Zudem wird der Anteil der insgesamt korrekt vorhergesagten Werte aufgeführt.

3.6.4.2 Durchführung der ordinalen Regression

Die Durchführung der ordinalen Regression entspricht dem Vorgehen bei den vorherigen Regressionen. Zunächst werden blockweise die einzelnen Variablenbereiche untersucht, wobei jeweils die Variablen mit signifikanten Korrelationen betrachtet werden. Anschließend werden die Bereiche gemeinsam analysiert. In einem ersten Schritt erfolgt die Betrachtung der Finanzkennzahlen. In Regression 1 in Tab. B-132 wird zunächst der Einfluss der Ausfallwahrscheinlichkeit betrachtet. Eine höhere Ausfallwahrscheinlichkeit führt zwar zu einer längeren Dauer der Kreditbewilligung, allerdings ist dieser Effekt nicht signifikant.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Schätzer	Signifikanz	Schätzer	Signifikanz	Schätzer	Signifikanz
AUSFALLW B	0,0062	0,6541			0,0001	0,1121
VERB KI KURZ R			0,0110	0,2758	-0,0054*	0,0940
VERM LA R			-0,0106	0,0732	-0,0056	0,4065
EKQ			-0,0048	0,2660	-0,0185	0,3120
UMSATZRENT			-0,0320*	0,0698	0,0000	0,4793
ZINSDECK			0,0000	0,4528	-0,0003	0,5665
ANZ ÜB GES			0,0030	0,2421	-0,0257	0,9288
TSC JA AGG					-0,0255	0,9916
TSC QA AGG					0,0196**	0,0364
Likelihood-Quotienten-Test		0,2266		24,5206		29,2304
Signifikanz		0,6340		0,0004		0,0006
Cox und Snell		0,0011		0,1117		0,1580
Nagelkerke		0,0012		0,1238		0,1753
McFadden		0,0005		0,0509		0,0743
Korrekte Vorhersage (%)		48,3412		52,6570		52,1765
N		211		207		170

Tab. B-132: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen

Regression 2 zeigt, dass ein höherer Anteil des langfristigen Vermögens, eine größere Eigenkapitalquote und eine höhere Umsatzrentabilität zu einer schnelleren Kreditbewilligung führt, wobei die Koeffizienten nicht signifikant sind. Bei gemeinsamer Be-

trachtung der Finanzkennzahlen und der Ratingkennzahlen steigen die Werte für die Pseudo- R^2 , wobei selbige deutlich unter 20% liegen und somit nicht zufriedenstellend sind.

Die Analyse der beziehungsbezogenen Variablen (vgl. Tab. B-133, Regression 1) zeigt, dass die Mitgliedschaft nicht nur, wie in Kapitel B.3.6.3.2 erläutert, einen positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung, sondern auch auf die Schnelligkeit der Kreditbewilligung hat. Je größer der Anteil der kurzfristigen Verbindlichkeiten des Kreditinstituts an der gesamten Finanzierung ist, desto länger dauert die Kreditbewilligung (vgl. Tab. B-133, Regression 1). Dieser bei isolierter Betrachtung der beziehungsbezogenen Variablen auf dem 1%-Niveau signifikante Effekt wird allerdings bei Integration der Finanzkennzahlen ins Gegenteil umgedreht. Bei der kombinierten Betrachtung übt stattdessen die Variable VERB_KI_KURZ_R einen signifikanten Effekt aus. Je größer die kurzfristige Verbindlichkeitsquote ist, desto länger dauert die Kreditbewilligung (vgl. Tab. B-133, Regression 2). Ferner führt der Abschluss von zusätzlichen Produkten im Rahmen der Kreditbeantragung zur schnelleren Bewilligung. Die Variable CROSS_SELL_EUN, welche misst, inwiefern bei dem letzten Kreditgespräch zusätzliche Produkte angesprochen worden sind und es bei selbigen bereits zum Abschluss gekommen ist, ist in beiden Regressionen signifikant. Die Bank ist bei gleichzeitigem Abschluss angehalten, sich hinsichtlich der Kreditentscheidung zu beeilen, denn ansonsten läuft sie Gefahr, dass der Kunde den möglicherweise noch nicht unterschriebenen Vertrag bzgl. der weiteren Produkte nicht bei der Bank einreicht.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Schätzer	Signifi- kanz	Schätzer	Signifi- kanz
VERB EIG KURZ R	0,0376***	0,0022	-0,0031	0,8734
GK SALD	0,0000	0,6600	0,0000	0,5319
CROSS SELL EUN	-0,9810***	0,0026	-0,8822**	0,0260
MITGLIED	-1,4720***	0,0031	-1,1921***	0,0099
VERM ANL	-0,2603	0,5929	-1,0640	0,0856
VERSICH	0,1140	0,8115	-0,4348	0,4564
PRIVATKONT	-0,8669	0,1021	-0,4275	0,4230
ANZAHL PRODUKT	0,2283	0,4999	0,1216	0,5333
AUSFALLW_B			-0,0305*	0,0870
VERB KI KURZ R			0,0282*	0,0670
VERM LA_R			-0,0075	0,3172
EKQ			-0,0065	0,3262
UMSATZRENT			0,0013	0,9632
ZINSDECK			0,0000	0,5887
ANZ ÜB GES			0,0007	0,8392
TSC JA AGG			-0,0033	0,7881
TSC QA AGG			-0,0206	0,1253
Likelihood-Quotienten-Test		39,4668		49,9714
Signifikanz		0,0000		0,0000
Cox und Snell		0,1940		0,3030
Nagelkerke		0,2141		0,3330
McFadden		0,0912		0,1501
Korrekte Vorhersage (%)		54,0984		55,1020
N		183		147

Tab. B-133: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen

Die Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Parameter in Tab. B-134 weist nach, dass selbige auch einen Einfluss auf die Schnelligkeit der Kreditbewilligung ausüben. Es wurde bei allen Parametern ein Zusammenhang derart angenommen, dass eine Verbesserung derselben zu einer schnelleren Kreditbewilligung führt. Dieser Zusammenhang wird bestätigt für die organisationale und personale Glaubwürdigkeit (H12 und H14). Für das organisationale Wohlwollen und interpersonale Wohlwollen kann der Zusammenhang hingegen nicht bestätigt werden (H13 und H15). Die Glaubwürdigkeit drückt aus, inwiefern das Unternehmen bzw. der Ansprechpartner als kompetent angesehen wird und inwiefern darauf vertraut wird, dass geplante Investitionen vorteilhaft sind. Somit steht hier die fachliche Zuverlässigkeit im Vordergrund, die nun in geringerem Umfang erforderlichen Kontroll- und Prüf- sowie Informations-sammelaktivitäten ermöglichen einen schnelleren Kreditscheid. Das Wohlwollen wird eher als emotionale Komponente betrachtet und bewirkt, dass der Kunde der Bank keinen Schaden zufügen möchte und sich besonders anstrengt. Der Firmenkundenbetreuer möchte möglicherweise das Wohlwollen des Kunden zurückgeben. In der vorliegenden Studie fördert selbiges keine schnellere Kreditentscheidung.

- H12: Je größer die organisationale Glaubwürdigkeit des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - keine Signifikanz)*
- H13: Je größer das organisationale Wohlwollen des Unternehmens, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - keine Signifikanz)*
- H14: Je größer die interpersonale Glaubwürdigkeit des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - keine Signifikanz)*
- H15: Je größer das interpersonale Wohlwollen des Ansprechpartners im Unternehmen, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - keine Signifikanz)*

Auf Ebene des Commitments wird der vermutete positive Zusammenhang für die organisationale und personale Verbundenheit (H17 und H18) bestätigt, hingegen nicht für die Gebundenheit (H16). Eine höhere organisationale Gebundenheit führt gemäß der vorliegenden Studie dazu, dass die Kreditentscheidung länger dauert. Aufgrund der Gebundenheit bestehen zwar Möglichkeiten zur intertemporalen Konditionengestaltung, so dass die Entscheidung über den Kredit eher positiv ausfallen wird, aber der Druck der Bank für einen schnellen Kreditentscheid ist gering. Eine hohe Gebundenheit kann dazu führen, dass die Bank die Machtposition ausnutzt und die Entscheidung länger dauert. Ferner kann die Gebundenheit aus einer schlechten Bonität des Kunden resultieren, so dass die Prüfung der Unterlagen eine längere Zeit in Anspruch nimmt. Hinsichtlich der Verbundenheit des Unternehmens ist dagegen die Gefahr groß, dass selbige durch ein unvorteilhaftes Verhalten der Bank schnell verloren geht, bspw. durch eine überdurchschnittlich langsame Kreditvergabe. Es wird davon ausgegangen, dass ein geringeres Risiko der Bank in Bezug auf einen Vertragsabschluss die Entscheidung beschleunigt. Folgerichtig kann die Bank bei einer großen Verbundenheit des Kunden die Kreditentscheidung deswegen schneller treffen, weil sie weiß, dass der Kunde bei der Bank bleibt und mögliche Verluste durch Anschlussgeschäfte kompensiert werden können. Die Bank kann die Prüf- und Kontrollaktivitäten sowie die Informationsammlung schlanker gestalten.

- H16: Je größer die organisationale Gebundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Abl. - 5%-Niveau)*
- H17: Je größer die organisationale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - 1%-Niveau)*
- H18: Je größer die personale Verbundenheit, desto größer ist die Kreditverfügbarkeit und desto weniger Kreditablehnungen gibt es. (Best. - keine Signifikanz)*

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Schätzer	Signifikanz	Schätzer	Signifikanz
ORG GLAUB	0,2909	0,2245	0,2864	0,2349
ORG WOHL	-0,0906	0,7186	0,1115	0,6514
PERS GLAUB	0,2626	0,3191	0,3255	0,2062
PERS WOHL	-0,0712	0,7750		
ORG GEB	-0,4421**	0,0195	-0,4662	0,0135
ORG VER	0,5494***	0,0098	0,6127	0,0039
PERS VER	0,0766	0,7666		
PERS VER WOHL			-0,2270	0,3637
Likelihood-Quotienten-Test		29,3880		32,2926
Signifikanz		0,0001		0,0000
Cox und Snell		0,1440		0,1533
Nagelkerke		0,1592		0,1696
McFadden		0,0662		0,0709
Korrekte Vorhersage (%)		51,3227		51,0309
N		189		194

Tab. B-134: Ordinale Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Die gemeinsame Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen und den beziehungsbezogenen Variablen ergibt, dass die Variablen zum Abschluss von zusätzlichen Produkten sowie zur Mitgliedschaft weiterhin signifikant sind (vgl. in Tab. B-135, Regression 1 und Regression 2). Kunden bekommen dann schneller einen Kredit, wenn Cross-Selling-Aspekte im Rahmen der Kreditgespräche angesprochen worden sind, wenn sie Mitglieder der Genossenschaftsbank sind, wenn sie Privatkonten bei der Bank unterhalten, wenn die Anzahl der genutzten Produkte bei der Bank gering ist, wenn die Ausfallwahrscheinlichkeit hoch ist und wenn der Anteil der kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten gering ist. Die Vorzeichen bei der Anzahl der Produkte und der Ausfallwahrscheinlichkeit erscheinen zunächst unplausibel. Allerdings beinhaltet die Anzahl der Produkte auch die Produkte Darlehen und Zahlungsverkehrskonten. Eine große Anzahl von Produkten impliziert zwangsläufig, dass der Kunden Darlehen und Zahlungsverkehrskonten bei der Bank unterhält, so dass hier möglicherweise das höhere Risiko der Bank zu einer langsameren Kreditbewilligung führt. Der Effekt, dass eine höhere Ausfallwahrscheinlichkeit zu einer schnelleren Kreditbewilligung führt, lässt sich derart erklären, dass der Kunde eventuell einen Liquiditätsengpass hat und somit eine beschleunigte Kreditbewilligung erlangt, um ihn vor einer Krise zu bewahren. Bei der kombinierten Betrachtung weist keine der verhaltenswissenschaftlichen Variablen signifikante Koeffizienten auf. Die Integration der bankbezogenen bzw. der betreuerspezifischen Variablen liefert folgende Erkenntnisse (vgl. in Tab. B-135, Regression 3). Ein Firmenkundenbetreuer mit einem berufsbegleitenden Studium oder einem Vollzeitstudium bewilligt die Kredite schneller als ein Firmenkundenbetreuer, der ausschließlich eine Bankausbildung absolviert hat.

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Schätzer	Signifikanz	Schätzer	Signifikanz	Schätzer	Signifikanz
VERB EIG KURZ R	0,0064	0,7595	0,0045	0,8338	-0,0072	0,7600
GK SALD	0,0000	0,7107	0,0000	0,7815	0,0000	0,9411
CROSS SELL EUN	-0,9969**	0,0313	-0,9964**	0,0327	-1,1574**	0,0156
MITGLIED	-2,0541***	0,0038	-2,2438***	0,0019	-2,1355***	0,0054
VERM ANL	-0,9317	0,1953	-1,2018*	0,0917	-1,0248	0,1914
VERSICH	-0,6337	0,3280	-0,8008	0,2085	-0,7211	0,3033
PRIVATKONT	-1,1144	0,1410	-1,2312	0,1061	-1,6706**	0,0443
ANZAHL PRODUKT	0,8360*	0,0919	0,9796	0,0486	1,1184**	0,0414
AUSFALLW B	-0,0280	0,1377	0,0540	0,8224	-0,0410**	0,0422
VERB KI KURZ R	0,0266	0,1123	0,0213	0,2216	0,0499***	0,0147
VERM LA R	-0,0101	0,2532	-0,0121	0,1572	-0,0118	0,2154
EKQ	0,0004	0,9564	-0,0009	0,9075	0,0041	0,6099
UMSATZRENT	0,0014	0,9683	-0,0123	0,7130	0,0123	0,7345
ZINSDECK	0,0000	0,3704	0,0000	0,3658	0,0000	0,1767
ANZ ÜB GES	0,0010	0,8069	0,0007	0,8727	-0,0004	0,9185
TSC JA AGG	0,0001	0,9953	0,0077	0,6078	-0,0036	0,8162
TSC QA AGG	-0,0157	0,2856	-0,0182	0,2222	-0,0157	0,3214
ORG GLAUB	-0,0561	0,8645	-0,0530	0,8737	-0,1757	0,6228
ORG WOHL	0,3434	0,3343	0,4672	0,1909	0,0652	0,8666
PERS GLAUB	0,3864	0,3178	0,4917	0,2020	-0,2806	0,3162
PERS WOHL	-0,3719	0,2492			0,3964	0,1906
ORG GEB	-0,2395	0,3639	-0,2806	0,2856	0,3853	0,3427
ORG VER	0,3884	0,1638	0,5176	0,0663	-0,2288	0,5145
PERS VER	-0,0328	0,9240			0,3169	0,3875
PERS VER WOHL			-0,6931	0,0444		
FKB JÜ30					-0,2104	0,6140
FKB BERUF ST					-1,8903***	0,0001
FKB STUD					-0,0275*	0,0602
Likelihood-Quotienten-Test		54,8617		59,2080		71,1336
Signifikanz		0,0003		0,0000		0,0000
Cox und Snell		0,3380		0,3572		0,4190
Nagelkerke		0,3713		0,3914		0,4601
McFadden		0,1711		0,1813		0,2249
Korrekte Vorhersage (%)		54,8871		54,4776		60,3053
N		133		134		131

Tab. B-135: Ordinale Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen, der verhaltenswissenschaftlichen und der bankbezogenen Variablen

Der Vergleich der verschiedenen durchgeführten Regressionen in Tab. B-136 zeigt, dass der Erklärungsgehalt der verhaltenswissenschaftlichen Variablen ähnlich hoch wie der Erklärungsgehalt der Finanzkennzahlen ist. Die gemeinsame Betrachtung aller drei Variablengruppen gemeinsam führt zu einem erheblichen Anstieg der korrekten Vorhersage sowie der Pseudo-R².

	Finanzkennzahlen ¹⁶¹³	Finanzkennzahlen und beziehungsbezogene Variablen ¹⁶¹⁴	Verhaltenswissenschaftliche Variablen ¹⁶¹⁵	Alle drei Variablen- gruppen gemeinsam ¹⁶¹⁶
Cox und Snell	0,1580	0,3030	0,1440	0,4190
Nagelkerke	0,1753	0,3330	0,1592	0,4601
McFadden	0,0743	0,1501	0,0662	0,2249
Korrekte Vorhersage (%)	52,1765	55,1020	51,3227	60,3053
N	170	147	189	131

Tab. B-136: Vergleich der Güte der verschiedenen Modelle zur Kreditverfügbarkeit

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass sowohl bei isolierter als auch bei kombinierter Betrachtung die Hypothese bestätigt wird, dass bei größerer organisationaler Verbundenheit Kredite schneller bewilligt werden. Diese Erkenntnis stimmt überein mit dem Einfluss der Mitgliedschaft, da die Mitgliedschaft als ein Indiz der organisationalen Verbundenheit gewertet werden kann und selbige – wie in Tab. B-135, Regression 1 dargestellt – dazu führt, dass die Kredite schneller vergeben werden. Ein Überblick über die Bestätigungen und Ablehnungen der Hypothesen kann Tab. B-137 entnommen werden.

	Je größer ..., desto ...	Hypothese	... werden Kredite bewilligt.					
			Isolierte Betrachtung ¹⁶¹⁷			Kombinierte Betrachtung ¹⁶¹⁸		
			Empirie	Signifikanz	Fazit	Empirie	Signifikanz	Fazit
H12	die organisationale Glaubwürdigkeit	schneller	schneller		(Best.)	langsamer		(Abl.)
H13	das organisationale Wohlwollen	schneller	langsamer		(Abl.)	schneller		(Best.)
H14	die interpersonale Glaubwürdigkeit	schneller	schneller		(Best.)	schneller		(Best.)
H15	das interpersonale Wohlwollen	schneller	langsamer		(Abl.)	langsamer		(Abl.)
H16	die organisationale Gebundenheit	schneller	langsamer	5%	Abl.	langsamer		(Abl.)
H17	die organisationale Verbundenheit	schneller	schneller	1%	Best.	schneller		(Best.)
H18	die personale Verbundenheit	schneller	schneller		(Best.)	langsamer		(Abl.)

Tab. B-137: Zusammenfassung der Ergebnisse zur Dauer der Kreditbewilligung

¹⁶¹³ Vgl. Tab. B-132, Regression 3.

¹⁶¹⁴ Vgl. Tab. B-133, Regression 2.

¹⁶¹⁵ Vgl. Tab. B-134, Regression 1.

¹⁶¹⁶ Vgl. Tab. B-135, Regression 1.

¹⁶¹⁷ Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-134.

¹⁶¹⁸ Grundlage für die Beurteilung der isolierten Betrachtung sind die Ergebnisse der Regression 1 aus Tab. B-135.

C Abschließende Betrachtung

1 Limitationen der Untersuchung

Die vorgestellten Ergebnisse der Studie lassen Schlußfolgerungen hinsichtlich der Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung und der Auswirkungen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen auf die ökonomischen Parameter Kreditzins, Sicherheitensstellung und Kreditverfügbarkeit zu. Die Art der durchgeführten Untersuchung beinhaltet jedoch z.T. Limitationen, so dass die Aussagekraft und die Möglichkeit der Verallgemeinerung teilweise eingeschränkt wird. Diese Limitationen werden im Folgenden erläutert.

Behandlung von fehlenden Werten und Bereinigung von Dateninkonsistenzen

Wie in Kapitel B.1.1.3 dargestellt, waren nicht alle Fragebögen und Datenerhebungsbögen vollständig ausgefüllt. Damit die verwendeten multivariaten Analyseverfahren uneingeschränkt durchgeführt werden konnten, wurde eine Imputation der fehlenden Werte vorgenommen. Im Rahmen dieser Imputation wurden fehlende Werte durch Imputationswerte ersetzt.¹⁶¹⁹ Ein derartiger Eingriff führt zu einer gewissen Manipulation des Datensatzes und in Konsequenz möglicherweise zu einer Verfälschung der Analyseergebnisse. Insgesamt wurden allerdings nur bei drei Variablen fehlende Werte ergänzt.

Ähnliche Kritikpunkte sind aufgrund der durchgeführten Bereinigung von Dateninkonsistenzen vorzubringen. Hier wurden ausschließlich die minimal erforderlichen Bereinigungen vorgenommen: Nur für den Fall, dass offensichtliche, gravierende Inkonsistenzen vorlagen, sind selbige durch den Auswertenden beseitigt worden. Sofern bspw. die Dauer der Kundenbeziehung zur Bank größer war als das Alter des Unternehmens, wurde eine Korrektur durchgeführt. Es gab genau zwei Variablengruppen mit jeweils drei Variablen, innerhalb derer Widersprüche beseitigt wurden. Da der Umfang der vorgenommenen Datensatzbereinigung sowohl aufgrund fehlender Werte als auch aufgrund von Dateninkonsistenzen nur sehr gering ausgefallen ist, müssen nur sehr unwesentliche Abstriche in Bezug auf die Aussagekraft der Ergebnisse gemacht werden.¹⁶²⁰

Antwortverhalten der Studienteilnehmer

Die Aussagekraft der Ergebnisse von statistischen Analysen basierend auf einer Umfrage muss grundsätzlich in Frage gestellt werden.¹⁶²¹ Es besteht das (allgemeingültige) Problem, dass die Studienteilnehmer möglicherweise Antworten geben, die nicht der Wahrheit entsprechen.¹⁶²² In Kapitel B.1.1.2. wurde darlegt, dass zahlreiche Maßnahmen zur Vermeidung einer derartigen Verzerrung getroffen wurden. Beispielsweise wurde das Forschungsvorhaben nicht im Detail erläutert, so dass der Befragte nicht

¹⁶¹⁹ Vgl. hierzu Abb. B-4, S. 168.

¹⁶²⁰ Vgl. auch hierzu Kapitel B.1.1.3.

¹⁶²¹ Vgl. Flacke (2007), S. 272.

¹⁶²² Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel B.1.1.2.

das Ziel verfolgen konnte, dem Befragungsdurchführenden zu gefallen. Ferner wurde der Fragebogen vollständig anonymisiert. Der Firmenkundenbetreuer musste nicht befürchten, dass sein Fragebogen zurückverfolgt werden kann, wenn er Antworten gibt, die von Bankvorgaben abweichen. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch bewusstes oder unbewusstes Verhalten der Befragten die Antworten von der Wahrheit abweichen.

Operationalisierung der Konstrukte Vertrauen und Commitment

Bisher existierten für den Dienstleistungssektor im Allgemeinen sowie den Bankensektor im Speziellen noch keine Skalen zur Messung von Vertrauen und Commitment bzw. zur Messung der verschiedenen jeweiligen Dimensionen.¹⁶²³ Eine weitere Novität besteht nach Kenntnis des Autors in der Erhebung von Vertrauen und Commitment im Rahmen einer Studie bei gleichzeitiger Abbildung der verschiedenen Dimensionen.¹⁶²⁴ Aus diesem Grund wurde für die vorliegende Untersuchung ein neues Messmodell entwickelt. Hier bedarf es weiterer Studien, um die Konzeptualisierung und Operationalisierung möglicherweise noch zu verbessern.

Hinsichtlich des Vertrauens wurde an diversen Stellen auf die Reziprozität desselbigen hingewiesen. Es wurde angenommen, dass ein durch den Kunden wahrgenommenes größeres Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers zu einem erhöhten Informationsfluss des Kunden in Richtung Bank führt. Da in der vorliegenden Studie das wahrgenommene Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers nicht erhoben wurde, wurde unterstellt, dass das Wohlwollen reziprok ist und ein wahrgenommenes Wohlwollen des Kunden mit einem wahrgenommenen Wohlwollen des Firmenkundenbetreuers einhergeht. Es wäre ferner interessant, auch bei den Kunden eine Befragung zur Messung des Vertrauens durchzuführen, um daraus zusätzliche Erkenntnisse für die Zusammenhänge in der Geschäftsbeziehung zu erlangen. Für die Analyse der ökonomischen Auswirkungen resultieren nur geringfügige oder keine Einschränkungen, denn hier ist der tatsächliche Informationsfluss zum Firmenkundenbetreuer relevant. Die Auswirkungen sind unabhängig davon, ob ein erhöhter Informationsfluss die Konsequenz eines gestiegenen Vertrauens seitens des Kunden ist.

Schließlich wurde bei der Operationalisierung von Vertrauen und Commitment bankseitig nur der Firmenkundenbetreuer berücksichtigt. Bei der Konditionengestaltung hat der Marktfolgemitarbeiter aufgrund der in den MaRisk vorgeschriebenen Funktionstrennung zwischen Markt und Marktfolge ebenfalls ein Recht bzw. die Pflicht, sich am Entscheidungsprozess zu beteiligen. Dieser mögliche Einfluss wurde in der vorliegenden Untersuchung nicht betrachtet. Da der Marktfolgemitarbeiter aber im Allgemeinen nicht im unmittelbaren Kontakt zum Kunden steht und somit nur wenige Interaktionen stattfinden, ist der Einfluss der verhaltenswissenschaftlicher Parameter des Marktfolgemitarbeiters nur sehr gering.

¹⁶²³ Vgl. Seppänen/Blomqvist/Sundqvist (2007), S. 251 und Kapitel A.5.2.3.1.2.

¹⁶²⁴ Bspw. haben auch Morgan/Hunt Vertrauen und Commitment innerhalb einer Studie erhoben, allerdings haben sie nicht zwischen den verschiedenen Dimensionen der Konstrukte unterschieden. Vgl. Morgan/Hunt (1994), S. 35.

Operationalisierung der ökonomischen Parameter Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit

Hinsichtlich der Operationalisierung der ökonomischen Parameter Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit bestehen aufgrund nachstehender Kritikpunkte Einschränkungen. Die undifferenzierte Verwendung der Besicherungsquote ist insofern nicht optimal, da gestellte Bürgschaften nicht immer in die Berechnung der Besicherungsquote durch die Bank einfließen. Um Bürgschaften berücksichtigen zu können, wäre es erforderlich, die Vermögensverhältnisse des Bürgen ausführlich zu untersuchen. Darauf wird in der Praxis in aller Regel verzichtet, so dass selbige mit einem Sicherheitenwert von Null angesetzt werden und die Besicherungsquote tendenziell unterschätzt wird. Eine geeignete Möglichkeit zur Korrektur konnte nicht gefunden werden.

Bei der Operationalisierung der Kreditverfügbarkeit wäre eine Kombination von Kunden- und Bankensicht wünschenswert. Die isolierte Einschätzung des Kunden, inwiefern selbiger glaubt, einen Kredit von seiner Bank zu erhalten, ist nicht zielführend. Gerade verhaltenswissenschaftliche Aspekte, wie das Wohlwollen und die Glaubwürdigkeit, oder die Perspektive rentabler Anschlussgeschäfte für die Bank kann bei einer Beurteilung durch den Kunden nicht berücksichtigt werden. Die in dieser Studie zugrunde gelegte isolierte Einschätzung der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers, inwiefern der Kunde heute einen Kredit bekommen würde, vernachlässigt allerdings den tatsächlichen Bedarf des Kunden. Bei dieser bankseitigen Betrachtung werden auch solche Kunden inkludiert, die keinen Kreditwunsch haben. Idealerweise müsste die bank- und die kundenseitige Betrachtung, bspw. durch eine dyadische Befragung, zusammengeführt werden. Mit einer derartigen Befragung könnte ermittelt werden, inwiefern für die Kunden, die einen aktuellen Kreditwunsch haben, ein Kredit durch die Bank genehmigt werden würde. Hierbei handelt es sich allerdings – wie auch bei der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit in der vorliegenden Studie – um ein hypothetisches Konstrukt. Das tatsächliche Verhalten der Bank bzw. des Firmenkundenbetreuers hängt auch vom konkreten Kreditwunsch ab, da bspw. die Beurteilung des zu finanzierenden Investitionsobjektes entscheidungsrelevant ist. Bei Beantragung der Ausweitung einer Kreditlinie ist es bspw. von Bedeutung, ob selbige aufgrund eines Umsatzwachstums des Unternehmens oder aufgrund der schlechten Zahlungsmoral der Abnehmer gewünscht wird.

In Bezug auf die Operationalisierung der Kreditverfügbarkeit als Dauer der Kreditbewilligung wurde in dieser Studie in Ermangelung eines objektiven Kriteriums auf die subjektive Einschätzung des Firmenkundenbetreuers zurückgegriffen. Die Firmenkundenbetreuer haben im Fragebogen die Dauer der letzten Kreditbewilligung im Vergleich zum bankweiten Durchschnitt angegeben. Idealerweise müssten jedoch die tatsächlichen Prozesszeiten erhoben werden, um sowohl die antragsbezogene als auch die bankweite durchschnittliche Bearbeitungsdauer der Kreditbewilligung zu ermitteln.

Da diese Daten nach Kenntnis des Autors in keiner Bankensoftware im genossenschaftlichen Sektor erfasst werden, konnte zum Zeitpunkt der Datenerhebung auf diese Informationen nicht zurückgegriffen werden.

Repräsentativität der Erhebung

Die Repräsentativität der Ergebnisse wird durch folgende Aspekte eingeschränkt. Die Erhebung wurde nur bei Genossenschaftsbanken durchgeführt. Eine Übertragbarkeit auf die anderen in Deutschland existierenden Bankengruppen ist nicht uneingeschränkt gegeben. Gerade bei Großbanken wirken vermutlich noch andere Einflussfaktoren bzw. bestimmte, im Rahmen dieser Studie identifizierte Einflussfaktoren haben bei diesen Banken keinen Effekt. Beispielsweise ist bei selbigen das Regionalprinzip nicht gegeben. Aufgrund der auch im Sparkassensektor vorliegenden Mittelstandsfokussierung lassen sich die Ergebnisse möglicherweise auch in dieser Bankengruppe anwenden. Für die Variable „Mitgliedschaft“ konnten in diversen Auswertungen der vorliegenden Arbeit signifikante Effekte nachgewiesen werden. Diese Einflüsse lassen sich selbstverständlich nicht auf den Sparkassensektor übertragen, da es sich hierbei um ein genossenschaftliches Differenzierungsmerkmal handelt.¹⁶²⁵

Bei der Auswahl der Banken war es Voraussetzung, dass selbige die Software MinD.banker® einsetzen. Da die Software MinD.banker® von den Banken ein Umdenken bei der Beratung im Firmenkundengeschäft erfordert,¹⁶²⁶ sind in der Stichprobe eher innovative und aufgeschlossene Genossenschaftsbanken enthalten. Die Übertragbarkeit auf den gesamten Genossenschaftssektor ist zu hinterfragen.

Die Repräsentativität muss auch hinsichtlich der untersuchten Unternehmen geprüft werden. Unter der Annahme, dass alle deutschen Unternehmen die Grundgesamtheit darstellen, zeigt der Vergleich der Branchen-, Größen- und Rechtsformverteilungen der Stichprobe und der Erhebungsgesamtheit teilweise Abweichungen auf.¹⁶²⁷ Gegenstand der vorliegenden Arbeit sind allerdings nur die mittelständischen Unternehmen, so dass bei dem Vergleich der Branchen-, Größen- und Rechtsformverteilungen die in dieser Untersuchung verwendete Mittelstandsdefinition berücksichtigt werden müsste. Eine Beurteilung hinsichtlich der Repräsentativität der ausgewählten Unternehmen für den deutschen Mittelstand ist infolgedessen nur schwer bzw. gar nicht möglich.

Da die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Bankgruppen eventuell nicht gegeben ist, sollte geprüft werden, inwiefern die ausgewählten Unternehmen als repräsentativ für die Genossenschaftsbanken oder ggf. für die Genossenschaftsbanken und die Sparkassen erachtet werden können. Für diese Einschätzung wäre es erforderlich, die Stichprobe mit dem Firmenkundenportfolio dieser Bankengruppen zu vergleichen. Hierzu liegen allerdings keine hinreichenden Informationen vor. Aufgrund der zufälligen Kundenauswahl kann die Repräsentativität der Datenbasis zumindest für die Genossenschaftsbanken ohne Einschränkung angenommen werden.

¹⁶²⁵ Vgl. Kapitel A.2.2.2.

¹⁶²⁶ Vgl. mind (2008).

¹⁶²⁷ Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel B.1.1.1.

Erhebungszeitraum

Die Datenerhebung wurde in einem relativ kurzen Zeitraum – primärer Erhebungszeitraum war Dezember 2007 bis Januar 2008 – durchgeführt. Der Vorteil einer derartigen Vorgehensweise ist, dass bspw. Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen oder der Risikostrategie der Banken vernachlässigt werden können, da selbige in einem derart kurzen Zeitraum nicht gravierend sein werden bzw. die Auswirkungen häufig noch nicht messbar sind. Der Nachteil besteht darin, dass jedes Unternehmen mit genau einer Zeitpunktbetrachtung in die Datenbasis eingeflossen ist. Bei dem theoretischen Modell von FORD¹⁶²⁸ wurde gezeigt, dass eine Geschäftsbeziehung mehrere Phasen durchläuft. Es wäre aufschlussreich, die Entwicklung der Kunde-Bank-Beziehung über einen mehrjährigen Zeitraum zu analysieren.¹⁶²⁹ Möglicherweise verändert sich die Ausprägung der verhaltenswissenschaftlichen Faktoren im Zeitablauf sowie die Wirkung derselben in Bezug auf die ökonomischen Parameter. Diese zeitliche Entwicklung wurde in der vorliegenden Arbeit nicht abgebildet.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die aufgezeigten Limitationen als gering erachtet werden können. Die vorliegende Untersuchung trägt somit dazu bei, Erkenntnisse zur Ausgestaltung von Kunde-Bank-Beziehungen, insb. im Genossenschaftssektor, zu gewinnen. Eine Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse wird im folgenden Kapitel C.2 gegeben.

¹⁶²⁸ Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel A.5.2.2.2.

¹⁶²⁹ Ein derartiges Vorgehen haben bspw. Machauer/Weber und Elsas gewählt. Vgl. Machauer/Weber (1998), S. 1361, Elsas (1999), S. 79 ff.

2 Zusammenfassung

Die Bankfinanzierung stellt für viele mittelständische Unternehmen die wichtigste Finanzierungsquelle dar. Aufgrund der daraus resultierenden Abhängigkeit der Unternehmen von den Banken ist es insbesondere aus Unternehmenssicht von Interesse, welche ökonomischen Auswirkungen sich durch die Ausgestaltung der Kunde-Bank-Beziehung ergeben. Die ökonomischen Auswirkungen sind für den Unternehmer vor allem in den zentralen, kreditrelevanten Parametern – Kreditzins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit – sichtbar.

Ausgangspunkt der Arbeit ist der aktuelle Stand der Relationship Banking-Forschung. Sowohl in den Modellen als auch in den klassischen empirischen Studien wird die Konditionengestaltung im Wesentlichen durch die Informationsasymmetrien zwischen den Geschäftspartnern erklärt. In der konzeptionellen Arbeit von SEGBERS wurde dargelegt, dass auch verhaltenswissenschaftliche Aspekte einen Einfluss auf die Konditionen haben.¹⁶³⁰ Darauf aufbauend bestand das Ziel der vorliegenden Arbeit in der Untersuchung, ob sich dieser Einfluss empirisch nachweisen lässt. Ein besonderes Augenmerk bei der Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Auswirkungen liegt auf der Interaktion der beteiligten Personen, d.h. des Firmenkundenbetreuers und des Ansprechpartners des Unternehmens. Bei dieser Interaktion spielen die Konstrukte Vertrauen und Commitment eine zentrale Rolle.

Vor Durchführung der Analyse werden die beiden involvierten Parteien, d.h. mittelständische Unternehmen und Banken, betrachtet. Es erfolgt zunächst eine Abgrenzung der relevanten Unternehmen. Für die vorliegende Studie erscheint es sinnvoll, eine Fokussierung auf mittelständische Unternehmen vorzunehmen. Die Fokussierung wird zum einen damit begründet, dass die Geschäftsbeziehungen zwischen Kunde und Bank zu heterogen sind, als dass alle Beziehungen gleichermaßen erklärt werden können. So unterscheidet sich die Geschäftsbeziehung eines Einmannbetriebs wesentlich von der Geschäftsbeziehung eines global agierenden Konzerns. Die Abgrenzung ist somit notwendig, um im Rahmen einer empirischen Analyse aussagekräftige Ergebnisse ermitteln zu können. Zum anderen bilden in der herkömmlichen Relationship Banking-Theorie die bestehenden Informationsasymmetrien zwischen den Geschäftspartnern den zentralen Erklärungsansatz für die Ausgestaltung der ökonomischen Parameter. Der Grad der Informationsasymmetrie scheint bei der Kunde-Bank-Beziehung von mittelständischen Unternehmen besonders hoch zu sein. Mittelständische Unternehmen unterliegen weniger bzw. vereinfachten Veröffentlichungsvorschriften als große Unternehmen. Zudem stellt die Bankfinanzierung bei mittelständischen Unternehmen einen besonders hohen Anteil an der gesamten Unternehmensfinanzierung dar. Aus diesem Grund ist diese Unternehmensgruppe umso stärker prädestiniert für diese Untersuchung. Als untersuchungsrelevant werden solche Unternehmen definiert, deren Umsatz kleiner als 50 Mio. EUR und der Mitarbeiterzahl kleiner als 500 ist. Ferner sollen sich weniger als 25% des Kapitals in der Hand eines anderen Unternehmens befinden. Letzteres Kriterium stellt sicher, dass nicht aufgrund der Verflechtung mit

¹⁶³⁰ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.3.

einem Großunternehmen für den Mittelstand atypische Strukturen vorliegen und die Untersuchungsergebnisse dadurch verfälscht werden.

Es folgt eine Betrachtung der Bankseite. Während bspw. in den USA ein Trennbankensystem existiert, herrscht in Deutschland das Universalbanksystem vor. Die beiden Systeme grenzen sich dadurch ab, dass beim Universalbanksystem alle banknahen Geschäfte von einer Bank angeboten werden dürfen. Im Trennbankensystem hingegen darf eine Bank nur eine Teilmenge aller Leistungen anbieten. Die Unterscheidung ist insofern relevant, als dass daraus Implikationen für die Vergleichbarkeit der amerikanischen mit den deutschen Relationship Banking-Studien resultieren. Bankseitig erfolgt eine Fokussierung auf den Genossenschaftssektor. Aufgrund des Regionalprinzips und der Mittelstandsorientierung der Genossenschaftsbanken sind selbige besonders geeignet für die Analyse des Einflusses verhaltenswissenschaftlicher Faktoren auf die ökonomischen Parameter. Der hohe Anteil des Firmenkundengeschäfts und hier insbesondere des Kreditgeschäfts am Gesamtertrag der Bank führt dazu, dass die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung auch aus Bankensicht von Relevanz ist.

Für die Analyse der ökonomischen Parameter der Kreditbeziehung stellen die rechtlichen Rahmenbedingungen, die Relationship Banking-Forschung und die verhaltenswissenschaftlichen Ansätze die zentralen Einflussbereiche dar. Bei der nachstehenden Zusammenfassung werden kurz die theoretische bzw. rechtliche Grundlage dieser drei Bereiche sowie die Implikationen für die Konditionengestaltung dargelegt, um diese im Anschluss jeweils mit den empirischen Resultaten der vorliegenden Studie zu vergleichen. Durch diese Gegenüberstellung wird unmittelbar aufgezeigt, in welchem Grad die Theorie durch die Empirie bestätigt wird.

Der Finanzsektor ist durch diverse rechtliche Vorschriften reglementiert. In Bezug auf die ökonomischen Parameter der Geschäftsbeziehung zwischen mittelständischen Kunden und ihren Banken sind zum einen die Vorschriften hinsichtlich der Eigenkapitalausstattung, die verkürzt nur Basel II genannt werden, und zum anderen die Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) als relevant zu erachten. Basel II tätigt Vorgaben hinsichtlich der Höhe der Eigenkapitalausstattung der Kreditinstitute, hinsichtlich des Überprüfungsprozesses der spezifischen Risikosituation des Instituts sowie hinsichtlich der Offenlegung. Für die vorliegende Untersuchung sind primär die Vorgaben in Bezug auf die Eigenkapitalausstattung bedeutsam. In Abhängigkeit vom Risiko der einzelnen Kreditnehmer wird die Höhe des vorzuhaltenden Eigenkapitals bestimmt. Das vorzuhaltende Eigenkapital stellt eine Kostenkomponente des Kreditzinses für das Unternehmen dar. Da durch die Stellung von Sicherheiten durch das Unternehmen die Höhe des potenziellen Forderungsausfalls reduziert werden kann, führt eine höhere Sicherheitenstellung zu niedrigeren Eigenkapitalkosten. Basel II enthält keine expliziten Vorgaben hinsichtlich der Kreditkonditionen. Bei einer kostenorientierten Konditionenfestlegung führt eine erhöhtes Ausfallrisiko des Unternehmens allerdings aufgrund der durch Basel II geforderten höheren Eigenkapitalhinterlegung zu höheren Zinsen.

Die MaRisk stellen die Umsetzung des bankaufsichtlichen Überprüfungsprozesses im Allgemeinen und des Prozesses zur Bestimmung des Eigenkapitalbedarfs im Spezial-

len dar. In Form einer Sollte-Bestimmung fordern die MaRisk einen Zusammenhang zwischen der Bonität des Unternehmens und den Konditionen des Kunden. In welcher Form dies konkret umzusetzen ist, wird in den MaRisk nicht präzisiert. Diese Forderung bewirkt, dass eine Veränderung der Eigenkapitalkosten aufgrund eines verändernden Risikos des Unternehmens oder aufgrund einer veränderten Sicherheitenstellung nicht nur bei betriebswirtschaftlicher Betrachtung, sondern auch bedingt durch rechtliche Vorgaben die Zinshöhe beeinflusst. Die Sicherheiten betreffend schreiben die MaRisk vor, dass selbige durch die Marktfolge zu bewerten sind. Es können keinerlei Vorschriften identifiziert werden, die eine Auswirkung auf die Höhe der Sicherheitenstellung haben oder die einen Zusammenhang zwischen der Bonität und der Höhe der Sicherheitenstellung herstellen. Auswirkungen aus den MaRisk auf die Kreditverfügbarkeit resultieren im Wesentlichen daher, dass selbige die Formulierung einer Kreditrisikostategie vorschreiben. Die Kreditrisikostategie beinhaltet u.a. die Festlegung, an welche Schuldner, z.B. welche Branchen, Unternehmensgrößen oder Risikoklassen, die Bank Kredite vergeben möchte. Ferner fordern die MaRisk eine Funktionstrennung zwischen Markt und Marktfolge. Für die vorliegende Studie ist dies insofern bedeutsam, als dass nicht allein die Einschätzung des Marktes, sondern auch die Einschätzung der Marktfolge Auswirkungen auf die Konditionengestaltung haben kann. Für die empirische Untersuchung wurden allerdings nur die Einschätzungen der Marktmitarbeiter erhoben.

Die empirischen Auswertungen in dieser Arbeit zeigen, dass weder die Bonität noch der erwartete Verlust die ökonomischen Parameter Zinssatz, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit erklären können. Die Variablen Sicherheitenquote und Ausfallwahrscheinlichkeit können lediglich 7,61% und der erwartete Verlust nur 1,89% der Varianz des Zinssatzes des Kontokorrentkontos erklären. Da die Bonität nicht zwangsläufig durch die Ausfallwahrscheinlichkeit gemessen werden muss, wurden weitere Finanzkennzahlen hinzugezogen. Je nach Auswahl der zusätzlichen Kennzahlen können zwischen 13,08% und 17,69% der Varianz erklärt werden.¹⁶³¹ Die Ergebnisse zeigen, dass neben der Ausfallwahrscheinlichkeit auch zusätzliche Finanzkennzahlen bei der Zinsfestlegung berücksichtigt werden. Bei der Ausfallwahrscheinlichkeit und der Sicherheitenstellung kann über den erwarteten Verlust ein mathematischer Zusammenhang zum Zinssatz derart hergestellt werden kann, dass ein erwarteter Verlust in Höhe von 1% zu einer Zinserhöhung von 1% führen sollte. Ein vergleichbarer Zusammenhang bspw. zwischen der Eigenkapitalquote und dem Zinssatz kann nicht hergestellt werden. Die Berücksichtigung dieser zusätzlichen Finanzkennzahlen bei der Zinsfestlegung kann nur über die Erfahrung des Firmenkundenbetreuers erfolgen. Bei nahezu allen Regressionen zum Zinssatz konnte herausgearbeitet werden, dass die Unternehmensgröße einen signifikanten zinsreduzierenden Effekt hat. Inwiefern die Unternehmensgröße als Indikator für die Bonität des Unternehmens betrachtet wird oder vielmehr Ausdruck der Verhandlungsmacht ist, kann nicht geklärt werden.

Auch wenn sich eine Beeinflussung der Sicherheitenstellung durch die Finanzkennzahlen nicht unmittelbar aus den rechtlichen Vorgaben ergibt, werden die Ergebnisse

¹⁶³¹ Vgl. hierzu Regression 1 und 3 in Tab. B-80 sowie Regression 3 in Tab. B-81.

an dieser Stelle dargestellt. Die Sicherheitenstellung wurde zum einen als binärcodier- te Variable und zum anderen als Besicherungsquote operationalisiert. Die Auswertungsergebnisse sind ähnlich. Die Ratingklasse hat bei beiden Formen der Operationalisierung nur einen geringen Erklärungsgehalt. Zentrale Größen für die Beeinflussung der Sicherheitenstellung sind vor allem die Zinsdeckungsquote und die Quote der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Während die Zinsdeckungsquote Ausdruck für die Kapitaldienstfähigkeit des Unternehmens ist, drückt die Verbindlichkeitenquote die Abhängigkeit von der Bankfinanzierung aus. Bei der logistischen Regression mit den Finanzkennzahlen beträgt das Pseudo- R^2 immerhin 28,92%. Die Möglichkeit, dass das Unternehmen keine Sicherheiten stellt, wird in diesem Regressionsmodell allerdings nur in ca. 29% der Fälle korrekt vorhergesagt. Bei der linearen Regression mit der Besicherungsquote als Regressand kann in Abhängigkeit von den zugrunde gelegten Finanzkennzahlen lediglich 11,56% der Varianz der Besicherungsquote erklärt werden.

Die Kreditverfügbarkeit wird in der vorliegenden Untersuchung in drei Varianten operationalisiert: die tatsächlich erfolgten Kreditablehnungen als vergangenheitsbezogene Kreditverfügbarkeit, die durch den Firmenkundenbetreuer geschätzte Möglichkeit der aktuellen Kreditausweitung als gegenwartsbezogene Kreditverfügbarkeit und die Dauer der Kreditbewilligung. Auch bei der Kreditverfügbarkeit hätte erwartet werden können, dass ein Zusammenhang zur Ausfallwahrscheinlichkeit besteht. Beispielsweise ist gemäß den MaRisk durch jede Bank eine Kreditrisikostrategie zu formulieren. Es wird jedoch gezeigt, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit alleine – als ein Indikator für die Bonität des Unternehmens – nicht in hohem Umfang zur Erklärung beiträgt. Der Erklärungsgehalt für erfolgte oder potenzielle, zukünftige Kreditablehnungen ist gering. Möglicherweise ist die Ausfallwahrscheinlichkeit nicht expliziter Bestandteil dieser Kreditrisikostrategie. Bei Berücksichtigung zusätzlicher Finanzkennzahlen kann bei der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit ein Pseudo- R^2 von 21% und bei der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit ein Pseudo- R^2 von 26% ermittelt werden. Die Auswertungen zeigen, dass die Eigenkapitalquote für die Kreditentscheidung herangezogen wird; selbige weist bei allen Regressionen der Finanzkennzahlen einen statistisch signifikanten Einfluss auf. Banken sind somit so lange bereit Kredite zu vergeben, bis eine bestimmte Relation von Eigen- und Fremdkapital nicht unterschritten wird.

Als erstes Zwischenresümee kann festgehalten werden, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen nicht dazu führen, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit und die Finanzkennzahlen die ökonomischen Parameter in einem erheblichen Umfang erklären können. Darüber hinaus kann auch eine eher betriebswirtschaftlich motivierte, risikoorientierte Konditionenfestlegung nicht beobachtet werden. Die objektive Bonität des Unternehmens kann somit die Konditionen nicht vollständig erklären.

Einen weiteren Erklärungsansatz liefert die klassische Relationship Banking-Forschung. In der Relationship Banking-Forschung wird davon ausgegangen, dass die Konditionen auch durch beziehungsbezogene Größen beeinflusst und erklärt werden. Den theoretischen Bezugsrahmen für die Relationship Banking-Forschung bildet die Neue Institutionenökonomie und hier insbesondere der Prinzipal-Agenten-Ansatz. Die

Informationsasymmetrien zwischen dem Kunden und der Inside-Bank sowie die Informationsasymmetrien zwischen der Inside-Bank und den Outside-Banks stellen die wesentlichen Einflussgrößen bei der Konditionensetzung dar.

In der Relationship Banking-Forschung wurden mehrere Modelle zur Erklärung des Kreditzinses, der Sicherheitenstellung und der Kreditverfügbarkeit entwickelt. Die Modelle in Bezug auf den Kreditzins kommen allerdings zu unterschiedlichen Ergebnissen; so gibt es sowohl Modelle, die von steigenden Zinsen als auch Modelle, die von sinkenden Zinsen im Zeitablauf ausgehen.¹⁶³² Bei den Modellen wird davon ausgegangen, dass die Informationsasymmetrien zwischen Kunde und Inside-Bank im Laufe der Beziehung sinken und gleichzeitig die Informationsasymmetrien zwischen Inside-Bank und Outside-Bank steigen. Die im Zeitablauf generierten Informationen führen zu einer präziseren Risikoeinschätzung und einer Reduktion der Unsicherheit bezüglich des Verhaltens und der Fähigkeiten des Kreditnehmers. In Konsequenz sinken der zu fordernde Risikoaufschlag sowie die Monitoring-Kosten. Die Modelle unterscheiden sich dahingehend, inwiefern diese Kosteneinsparungen an den Kunden weitergegeben werden. Die Weitergabe der Kosteneinsparung führt zu sinkenden Zinsen im Zeitablauf der Beziehung. Die Informationsgenerierung innerhalb der Beziehung bewirkt einen Informationsvorsprung gegenüber den Outside-Banken, so dass die Bank eine Machtstellung einnimmt. Der Kunde kann die Bank nicht so leicht wechseln. Dies kann die Inside-Bank ausnutzen und im Zeitablauf höhere Zinsen fordern und ihre Gewinne erhöhen. Der Zinssatz muss allerdings unter dem Zinssatz der Outside-Banken liegen.

Darüber hinaus wird die Machtstellung auch durch den Markt selbst, z.B. der Anzahl der für den Kunden verfügbaren Alternativen, sowie der Ausgestaltung der Finanzierungsstruktur des Kunden, z.B. die Anzahl der Bankbeziehung des Kunden, bestimmt. Eine geringe Marktmacht der Bank führt dazu, dass selbige eher dazu gezwungen wird, die Kosteneinsparungen in Form von niedrigen Zinsen an den Kunden weiterzugeben. Bei einer hohen Marktmacht kann sie durch die Kosteneinsparungen ihre Gewinnmarge erhöhen.

Diese verschiedenen möglichen Auswirkungen auf den Zinssatz spiegeln sich auch in den uneinheitlichen Ergebnissen der empirischen Relationship Banking-Forschung wider. Bei den Studien werden vor allem Variablen verwendet, die die Möglichkeit der Informationsproduktion durch die Inside-Bank (z.B. Dauer der Bankbeziehung, Produktnutzung), den relativen Informationsvorsprung gegenüber den Outside-Banken (z.B. Anteil der Bankfinanzierung, Anzahl der Bankverbindungen) oder den Umfang der im Markt verfügbaren Informationen (z.B. Alter des Unternehmens) abbilden. Die Variablen zum Informationsvorsprung gegenüber der Outside-Bank sind gleichzeitig Ausdruck der Macht der Bank. Zudem wird die Macht der Bank häufig durch Variablen, welche die Marktkonzentration messen, berücksichtigt. In den bestehenden Studien weisen die verschiedenen verwendeten Variablen keine einheitlichen Vorzeichen hinsichtlich des Einflusses auf den Zinssatz aus.

¹⁶³² Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.4.3.1.2.

In der vorliegenden Studie konnten keine signifikanten Effekte der Variablen identifiziert werden, die als Operationalisierung des Grades der Informationsasymmetrie und der Marktmacht der Bank verstanden werden können. Einen zinsreduzierenden Effekt hat jedoch der Besitz von Genossenschaftsanteilen bei dem jeweiligen Institut. Ferner bewirkt ein hohes externes Limit auf dem jeweiligen Konto eine Zinsreduktion. Hier zeigt sich, dass die Macht des Kunden einen Einfluss auf den Zinssatz hat. Denn je größer das Limit, desto größer ist der Ertrag der Bank und desto größer fällt der Verlust bei einem Bankwechsel auf. Die Bank ist hier eher zu Eingeständnissen bereit. Zudem zahlen Kunden, die sich in der Intensivbetreuung befinden, höhere Zinsen. Diese beziehungsbezogenen Variablen können – je nach gewählter Regressionsmethode – 22% oder 23% der Varianz des Zinssatzes und somit einen größeren Anteil der Varianz als die Finanzkennzahlen erklären. Die gemeinsame Betrachtung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Kennzahlen steigert den Erklärungsanteil auf insgesamt ca. 27%, wobei die Koeffizienten weiterhin signifikant bleiben. Offensichtlich messen die beziehungsbezogenen Variablen somit etwas anderes als die Finanzkennzahlen. Obwohl ein enger inhaltlicher Zusammenhang zwischen der Intensivbetreuung und der Ausfallwahrscheinlichkeit besteht, bleibt auch der Regressionskoeffizient der Variablen Intensivbetreuung bei gemeinsamer Betrachtung mit den Finanzkennzahlen signifikant. Die beziehungsbezogenen Variablen erklären zwar in Ansätzen die Zinsfestsetzung; der Grad der Informationsasymmetrie hat in der vorliegenden Studie allerdings nur einen geringen Einfluss.

Den Sicherheiten als einen weiteren zentralen ökonomischen Parameter werden in der Relationship Banking-Forschung zwei zentrale Funktionen zugeschrieben.¹⁶³³ Sicherheiten dienen zum einen als Signalling-Instrument und zum anderen als Anreizinstrument. Zur Erfüllung der Signalling-Funktion stellt die Bank dem Firmenkunden verschiedene Zins-Sicherheiten-Kombinationen zur Auswahl. Da ein bonitätsmäßig einwandfreier Kunde nicht von einem Projektausfall ausgeht und somit nicht befürchten muss, seine Sicherheiten zu verlieren, ist er bereit umfangreiche Sicherheiten zu stellen. Der Kunde signalisiert durch eine hohe Sicherheitenstellung, dass er ein guter Kreditnehmer ist. Dafür bekommt er im Gegenzug die niedrigeren Zinsen.

Sicherheiten können aber auch als Anreizinstrument fungieren. Durch eine hohe Sicherheitenstellung soll der Firmenkunde den Anreiz haben, sich nicht gläubigerschädigend zu verhalten und seine Anstrengungen zu erhöhen. In diesem Fall fordern die Banken von bonitätsmäßig schlechten Kunden mehr Sicherheiten. In der theoretischen Relationship Banking-Forschung werden beide Funktionen und somit beide Zusammenhänge modelliert. Es bleibt offen, unter welchen Bedingungen welche Sicherheitenfunktion zur Anwendung kommt. Dementsprechend uneinheitlich sind auch die Ergebnisse der bestehenden empirischen Studien. Wie im Kontext mit den gesetzlichen Rahmenbedingungen erläutert, können in der vorliegenden Arbeit weder die Ausfallwahrscheinlichkeit noch die sonstigen Finanzkennzahlen die Sicherheitenstellung, d.h. weder die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung noch die Besicherungsquote, erklären.

¹⁶³³ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.4.3.1.3.

Die bestehenden empirischen Relationship Banking-Studien berücksichtigen neben der Kreditnehmerqualität auch Aspekte wie den Informationsstand und die Macht der Bank. Ein hoher Informationsstand kann unter Umständen dazu führen, dass die Bank die beim Unternehmen zur Verfügung stehenden Vermögensgegenstände besser kennt und somit eher in der Lage ist, geeignete Sicherungsgegenstände zu fordern. Die Macht der Bank drückt aus, inwiefern die Bank in der Lage ist, ihre Forderungen durchzusetzen.

In der vorliegenden Studie brachte die Analyse der beziehungsbezogenen Variablen folgende Erkenntnisse. Bei isolierter Betrachtung der beziehungsbezogenen Variablen können selbige mit einem Pseudo-R² von 45% in der logistischen Regression deutlich besser die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung erklären als die Finanzkennzahlen alleine. Bei gemeinsamer Betrachtung der beziehungsbezogenen Variablen und der Finanzkennzahlen liegt das Pseudo-R² deutlich über 50%. Die geographische Distanz des Unternehmens zur Bank, die Existenz von Darlehenskonten bei der Bank sowie der Abschluss von Produkten aus dem Bereich der Vermögensanlage haben einen signifikanten Einfluss auf die Sicherheitenstellung. Insbesondere der Einfluss der beiden letztgenannten Variablen ist ökonomisch signifikant. Der Zusammenhang zwischen den Darlehenskonten und der Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung resultiert daher, dass Darlehen nur in den seltensten Fällen unbesichert vergeben werden. Der Umstand, dass der Abschluss von Produkten aus dem Bereich der Vermögensanlage die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung erhöht, kann derart erklärt werden, dass die Bank ihr Wissen um die Existenz von Vermögen zum Einfordern desselbigen als Sicherheiten nutzt.

Bei der Besicherungsquote – als eine zweite Form der Operationalisierung – steigt der Anteil der Varianzerklärung von ca. 16% bei ausschließlicher Verwendung der Finanzkennzahlen deutlich auf ca. 26% bei zusätzlicher Berücksichtigung der beziehungsbezogenen Variablen. Die Besicherungsquote wird signifikant beeinflusst von dem Anteil der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber dem jeweiligen Institut in Relation zur Bilanzsumme. Ebenso führt ein höherer Anteil des Zahlungsverkehrs bei dem Institut zu einer höheren Besicherungsquote. Analog zur Argumentation bei der Vermögensanlage lässt sich Letzteres dadurch erklären, dass die Bank Zugang zu mehr Informationen über das Unternehmen hat und somit mehr Sicherheiten einfordert. Ferner bewirkt eine längere Dauer der persönlichen Beziehung zum Kundenbetreuer eine höhere Besicherungsquote. Auch dieser Zusammenhang stützt die Vermutung, dass die Bank die besseren Informationen über den Kunden dazu nutzt, mehr Sicherheiten zu fordern. Offensichtlich wird die Besicherungsquote somit durch den Umfang der zur Verfügung stehenden Informationen beeinflusst. Eine Auswirkung der Macht der Bank, z.B. gemessen am Anteil der Bank an der gesamten Bankfinanzierung des Unternehmens, konnte nicht nachgewiesen werden.

Als weiterer wichtiger Parameter der Kunde-Bank-Beziehung wird die Kreditverfügbarkeit untersucht. Die theoretischen Modelle zum Zinssatz können in der Regel auch als Modelle zur Kreditverfügbarkeit interpretiert werden.¹⁶³⁴ Zentraler Ansatzpunkt bei

¹⁶³⁴ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.4.3.1.4.

dieser Argumentation ist die Festlegung des Zinssatzes. Wenn die Bank den Kreditzins als Durchschnittspreis über alle Kreditnehmer für die gesamte Laufzeit festlegt, liegt der Zinssatz für die bonitätsmäßig guten Kreditnehmer über dem für das Risiko des Kunden angemessenen Preis. Dabei berücksichtigt die Bank, dass die schlechten Kreditnehmer die Zinsen und Tilgung nicht leisten können. Aufgrund der Durchschnittsbetrachtung wird es zu adverser Selektion kommen, denn die guten Kreditnehmer sind nicht bereit diesen Preis zu zahlen und verlassen den Markt. Es kommt gegebenenfalls zu einem Marktzusammenbruch.

Die Bank kann stattdessen aber auch in der ersten Periode Verluste in Kauf nehmen und einen Zinssatz unterhalb des Durchschnittspreises anbieten. In der zweiten Periode haben die schlechten Kreditnehmer den Markt verlassen bzw. sie bekommen keine Kredite mehr. Die Bank wird dann den Zinssatz derart setzen, dass sie die Verluste der ersten Periode ausgleichen kann. Sie fordert von den bonitätsmäßig guten Kreditnehmern einen Zinssatz, der oberhalb des risikoadäquaten Zinssatzes, aber unterhalb des Preises der ersten Periode liegt. Durch diese Möglichkeit der intertemporalen Konditionengestaltung kann die Kreditverfügbarkeit beeinflusst bzw. sichergestellt werden. Damit die Bank in der zweiten Periode einen Zinssatz, der oberhalb des risikoadäquaten Zinssatzes liegt, fordern und dadurch die Verluste aus der ersten Periode ausgleichen kann, ist es erforderlich, dass sie eine entsprechende Monopolstellung innehat. Nur wenn die Bank bei der Konditionenfestlegung sicher sein kann, dass das Unternehmen in der nächsten Periode weiterhin Kunde bei der Bank ist, kann sie eine derartige intertemporale Konditionengestaltung vornehmen. Die in diesen Modellen zugrunde gelegte Monopolstellung kann aus den Marktstrukturen und aus dem Informationsvorsprung resultieren. Im Umkehrschluss lässt sich daraus ableiten, dass erst eine Monopolstellung der Bank intertemporale Konditionengestaltung ermöglicht und somit die Kreditverfügbarkeit erhöht. Es gibt ferner eine zweite Modellgruppe. Bei diesen Modellen wird der Zusammenhang zwischen der Sicherheitenstellung und der Kreditverfügbarkeit modelliert. Eine höhere Sicherheitenstellung führt zu einer höheren Kreditverfügbarkeit. Anders als bei den Modellen zum Zinssatz ist die Wirkungsrichtung bezüglich der Kreditverfügbarkeit innerhalb der beiden Modellgruppen jeweils identisch: eine größere Monopolmacht und eine höhere Sicherheitenstellung bewirkt in allen Modellen eine größere Verfügbarkeit.

In der vorliegenden Untersuchung können bei der Kreditverfügbarkeit folgende Zusammenhänge identifiziert werden. Hinsichtlich der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit kann beobachtet werden, dass die einzelnen beziehungsbezogenen Variablen keinen signifikanten Einfluss ausüben. Es kann auch keine erhebliche Verbesserung des Erklärungsgehalts festgestellt werden. Während das Pseudo- R^2 bei ausschließlicher Berücksichtigung der Finanzkennzahlen 21,43% beträgt, führt die zusätzliche Integration der beziehungsbezogenen Kennzahlen nur zu einem geringfügigen Anstieg auf 22,77%. Ein Einfluss der Monopolstellung, so wie selbige in den theoretischen Modellen postuliert wurde, kann nicht beobachtet werden.

Bei der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit hingegen können signifikante Einflüsse der beziehungsbezogenen Variablen festgestellt werden. Bei alleiniger Betrachtung der beziehungsbezogenen Variablen kann immerhin ein Pseudo- R^2 von 47,56%

ermittelt werden im Vergleich zu einem Pseudo-R² von 25,73% bei ausschließlicher Betrachtung der Finanzkennzahlen. Einen auf dem 1%-Niveau signifikanten Einfluss übt hierbei die Mitgliedschaft aus. Der Besitz von Genossenschaftsanteilen führt zu einer besseren Kreditverfügbarkeit. Weitere beziehungsbezogene Variablen sind bei der kombinierten Regression nicht signifikant. Der Einfluss der Sicherheitenquote, welche in den theoretischen Modellen als eine zentrale Größe genannt wurde, ist nicht signifikant.

Gleichermaßen interessante Erkenntnisse weist die ordinale Regression hinsichtlich der Dauer der Kreditbewilligung auf. Während das Pseudo-R² der Regression mit den Finanzkennzahlen 17,53% beträgt, wird bei ausschließlicher Berücksichtigung der beziehungsbezogenen Variablen ein Pseudo-R² von 21,41% ermittelt. Die Dauer der Kreditbewilligung wird somit stärker durch beziehungsbezogene Aspekte als durch die Bonität bestimmt. Erneut übt die Mitgliedschaft einen signifikanten Einfluss aus; Unternehmen, die Genossenschaftsanteile halten, bekommen schneller einen Kredit als Unternehmen, die keine Anteile haben. Ferner fällt der Prozess der Kreditbewilligung kürzer aus, wenn bei der Kreditbeantragung gleichzeitig weitere Bankprodukte angesprochen und bei selbigen mittlerweile ein Vertrag abgeschlossen wurde.

Als Zwischenfazit in Bezug auf die klassische Relationship Banking-Forschung kann Folgendes festgehalten werden. Durch die Integration der beziehungsbezogenen Variablen kann die Konditionenfestlegung sowohl für den Kreditzins, für die Sicherheitenstellung als auch für die Kreditverfügbarkeit besser erklärt werden als bei ausschließlicher Berücksichtigung der Finanzkennzahlen. Ein Fazit derart, dass die Informationsasymmetrien und eine Machtstellung der Bank in erheblichem Umfang die Konditionengestaltung beeinflussen, kann nicht getroffen werden. Lediglich bei der Sicherheitenstellung spielt die Information der Bank eine Rolle. Es resultiert die Frage, inwiefern der bisher nicht erklärte Anteil der Varianz der Konditionen durch bisher nicht berücksichtigte Einflussfaktoren bestimmt wird.

Sowohl die Modelle der Relationship Banking-Forschung als auch die empirischen Studien weisen eine wesentliche Forschungslücke auf. Es wird in der Regel davon abstrahiert, dass bei der Interaktion zwischen der Bank und dem Unternehmen einzelne Personen beteiligt sind. Dieser Aspekt wird jedoch insbesondere bei der Analyse von Geschäftsbeziehungen im Investitionsgütermarketing hervorgehoben. Bei dieser

Analyse nehmen verhaltenswissenschaftliche Elemente eine zentrale Stellung ein. Um diese Lücke bei der Relationship Banking-Forschung – zumindest teilweise – schließen zu können, werden aus bestehenden Interaktionsmodellen die für die Analyse der Kunde-Bank-Beziehung zusätzlich relevanten Aspekte herausgearbeitet. Das statische Modell der IMP-GROUP betont, dass im Rahmen einer Geschäftsbeziehung die Atmosphäre derselbigen sowie der soziale Austausch zwischen den Interaktionspartnern elementar ist¹⁶³⁵. In dem dynamischen Modell von FORD wird die Geschäftsbeziehung in den verschiedenen Entwicklungsstadien betrachtet.¹⁶³⁶ So nehmen die Erfahrung und

¹⁶³⁵ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.1.

¹⁶³⁶ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.2.

das Commitment im Zeitablauf der Beziehung zu, Unsicherheit und Distanz zwischen den Geschäftspartnern sinkt. Während sich diese Modelle mit Geschäftsbeziehungen im Allgemeinen auseinandersetzen, hat SEGBERS ein Modell zur Deskription und Analyse der Kunde-Bank-Beziehung entwickelt.¹⁶³⁷ In diesem Modell hat er u.a. die Wirkung von Vertrauen, Verbundenheit und Gebundenheit untersucht. In allen zuvor genannten Modellen nehmen die Konstrukte Vertrauen und Commitment bzw. Verbundenheit und Gebundenheit als zwei Dimensionen von Commitment eine zentrale Stellung ein. So erscheint es offensichtlich, dass der Umfang der durch die Bank generierten Informationen nicht nur von beziehungsbezogenen Parametern wie der Dauer der Beziehung, sondern bspw. auch durch die Ausgestaltung der Beziehung oder die Atmosphäre zwischen dem Ansprechpartner des Unternehmens oder dem Firmenkundenbetreuer beeinflusst wird.

Da eine Auswirkung der Konstrukte Vertrauen und Commitment auf die ökonomischen Parameter angenommen wird, ist es zunächst erforderlich, die Konstrukte jeweils zu definieren bzw. die Dimensionen festzulegen. Letzteres ist deswegen wichtig, da es sich bei Vertrauen und Commitment nicht um homogene Phänomene handelt. Insbesondere die Unterscheidung zwischen der personalen und der organisationalen Ebene ist bedeutsam. So kann der Firmenkundenbetreuer bspw. dem Ansprechpartner des Unternehmens ein hohes Maß an Kompetenz und Sachverstand zuschreiben, gleichzeitig aber Zweifel an der Sinnhaftigkeit bestimmter unternehmensweiter (Investitions-)Entscheidungen haben. Allein die Unterscheidung nach Bezugsobjekten erscheint noch nicht ausreichend, sondern es muss ferner nach inhaltlichen Dimensionen differenziert werden. Basierend auf dem aktuellen Stand der Forschung kann abgeleitet werden, dass Vertrauen durch die folgenden vier Dimensionen gemessen werden kann:

- Organisationale Glaubwürdigkeit
- Organisationales Wohlwollen
- Personale Glaubwürdigkeit
- Personales Wohlwollen

Gleichermaßen können bei dem Commitment die nachstehenden Dimensionen unterschieden werden:

- Organisationale Gebundenheit
- Organisationale Verbundenheit
- Personale Verbundenheit

Aus diesen verschiedenen Dimensionen lassen sich unterschiedliche Auswirkungen auf die ökonomischen Parameter Kreditzins, Sicherheitenstellung und Kreditverfügbarkeit erwarten. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Kreditzins wurde angenommen, dass alle vier Vertrauensdimensionen einen zinsreduzierenden Effekt haben. Ein Einfluss der Commitment-Dimensionen wurde nicht angenommen. Eine erhöhte Glaubwürdigkeit – insbesondere auf organisationaler Ebene – führt zu einer geringeren Unsicherheit der Bank. Bei einer Weitergabe des niedrigeren Risikoaufschlags auf den

¹⁶³⁷ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel A.5.2.2.3.

Zinssatz an den Kunden, sollte der Zinssatz sinken. Ein erhöhtes Wohlbefinden – insbesondere auf personaler Ebene – fördert den Informationsfluss und somit die Präzision der Risikoeinschätzung. Ferner wird der Firmenkundenbetreuer aufgrund der Reziprozität von Vertrauen das ihm entgegengebrachte Wohlbefinden auch erwidern. Beide Wirkungen sollten eine Zinsreduktion hervorrufen. Die empirischen Auswertungen zeigen, dass ein Anstieg der organisationalen Glaubwürdigkeit und des personalen Wohlbefindens zu niedrigeren Zinsen führt. Beide Effekte sind signifikant; die anderen Einflüsse hingegen weisen keine Signifikanzen auf. Insgesamt kann gezeigt werden, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen bei isolierter Betrachtung immerhin 11% der Varianz des Zinssatzes erklären. Die Integration dieser Variablen in die Regression mit den Finanzkennzahlen und den beziehungsbezogenen Variablen führt zu einem leichten Anstieg des Erklärungsgehalts von 27% auf 29%.

Bei der Sicherheitenstellung wurde angenommen, dass sich sowohl die Vertrauensdimensionen als auch die Verbundenheit reduzierend auf die Sicherheitenstellung auswirken. Eine organisationale Gebundenheit hingegen sollte zu einer höheren Sicherheitenstellung führen. Bei gegebener Glaubwürdigkeit wird die Gefahr des Scheiterns als gering erachtet, so dass die Bank weniger Sicherheiten fordern wird. Sicherheiten sollen aber auch die Gefahr des Moral Hazard reduzieren. Ein wohlwollendes Unternehmen wird nicht versuchen, der Bank zu schaden, so dass bei Wohlwollen weniger Sicherheiten gefordert werden. Ein ähnlicher Effekt wird bei der Verbundenheit des Unternehmens erwartet. Die Notwendigkeit für die Bank, Anreize zu schaffen und Sicherheiten zu fordern, sinkt. Die organisationale Gebundenheit führt zu einer erhöhten Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung, denn in dieser Situation wird die Bank die Machtstellung ausnutzen und möglichst viele Sicherheiten fordern.

Zunächst sollen die Erkenntnisse hinsichtlich der binärcodierte Variable Sicherheitenstellung aufgezeigt werden. Die organisationale Glaubwürdigkeit führt – wie erwartet – zu einer signifikanten Reduktion der Sicherheitenstellung. Somit findet nicht die im Zusammenhang mit der Relationship Banking-Theorie beschriebene Signalling-Funktion, sondern die Anreizfunktion Anwendung. Die Wirkungsrichtung kann – wenngleich nicht signifikant – auch für die organisationale Verbundenheit in allen

Fällen beobachtet werden. Des Weiteren kann in allen Regressionen signifikant bestätigt werden, dass eine höhere organisationale Gebundenheit mit einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung einhergeht. Die Bank nutzt somit ihre Machtstellung aus. Die Ergebnisse für die anderen verhaltenswissenschaftlichen Faktoren sind nicht immer eindeutig, allerdings steigt der Erklärungsgehalt der Regression mit Finanzkennzahlen und beziehungsbezogenen Variablen von 51,81% bei zusätzlicher Berücksichtigung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen auf 58,07%.

Die Auswirkungen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen auf die Sicherheitenquote sind vergleichbar. Auch hier zeigt sich, dass die organisationale Glaubwürdigkeit in allen Regressionen zu einer statistisch signifikanten Reduktion der Sicherheitenquote führt. Dahingegen bewirkt ein Anstieg der organisationalen Gebundenheit in allen Fällen eine statistisch signifikante Erhöhung der Sicherheitenquote. Die Einflüsse der anderen Dimensionen sind nicht signifikant. Eine Verbesserung des Erklärungsge-

halts durch die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen kann nicht erreicht werden.

In einem letzten Auswertungsblock wurde die Kreditverfügbarkeit untersucht. Es wurde angenommen, dass sowohl die Vertrauensdimensionen als auch die Commitment-Dimensionen die Kreditverfügbarkeit erhöhen. Ein Anstieg der Glaubwürdigkeit des Unternehmens führt dazu, dass die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns sinkt und die Bank eher bereit ist, Kredite zu vergeben. Das Wohlwollen wirkt derart, dass der Firmenkundenbetreuer sich bei dem Unternehmen für vergangene Handlungen durch ein wohlwollendes Verhalten seinerseits revanchieren möchte. Die Gebundenheit und die Verbundenheit eröffnen die Möglichkeit zur intertemporalen Konditionengestaltung und erhöhen dadurch die Kreditverfügbarkeit.

Die Analyse der vergangenheitsbezogenen Kreditverfügbarkeit zeigt, dass die organisationale Glaubwürdigkeit, das organisationale Wohlwollen, die interpersonale Glaubwürdigkeit und die personale Verbundenheit die Kreditverfügbarkeit in allen Regressionen, d.h. bei isolierter Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Variablen und bei gemeinsamer Betrachtung mit Finanzkennzahlen und beziehungsbezogenen Variablen, erhöhen. Signifikant ist der Effekt allerdings nur bei dem organisationalen Wohlwollen. Bei der Gebundenheit ist der Einfluss in allen Regressionen derart, dass eine höhere Gebundenheit zu einer geringeren Kreditverfügbarkeit führt. Eine denkbare Erklärung besteht darin, dass die höhere Gebundenheit aus der schlechten Bonität resultiert und der Kunde auch bei keiner anderen Bank einen Kredit bekommen würde. Der Einfluss der anderen verhaltenswissenschaftlichen Variablen ist nicht in allen Regressionen eindeutig. Allerdings bleibt festzuhalten, dass die Integration dieser Variablen zu einem erheblichen Anstieg der Werte für das Pseudo-R² führt. Bei alleiniger Betrachtung von Finanzkennzahlen und beziehungsbezogenen Kennzahlen beträgt selbiges 22,77%, nach Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen 39,69%. Auch der Vergleich mit bestehenden Studien zeigt, dass die Werte sehr aussagekräftig sind. In der Studie von COLE, bei der angesichts der gewählten Operationalisierung und statistischen Methodik die beste Vergleichbarkeit gegeben ist, wurde ein Pseudo-R² von 22,4% ermittelt. Eine zusätzliche interessante Information zur Modellgüte liefert der Anteil der durch das Regressionsmodell richtig klassifizierten Fälle. Die verschiedenen Modelle der vorliegenden Arbeit können jeweils ca. zwischen 95% und 99% der Fälle, bei denen es nicht zu einer Kreditlehnung gekommen ist, korrekt vorhersagen. Es ist aber hervorzuheben, dass vor der Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen nur 16,00% und nach Integration derselben immerhin 36,36% der tatsächlich erfolgten Kreditlehnungen durch das Regressionsmodell korrekt vorhergesagt werden.

Bei der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit sind die Ergebnisse ähnlich. Auch hier führt eine höhere organisationale Glaubwürdigkeit und eine höhere personale Verbundenheit zu einer größeren Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung. Die organisationale Ge- und Verbundenheit führt in allen Fällen wiederum zu einer geringeren Wahrscheinlichkeit der Kreditausweitung. Durch die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen steigt der Erklärungsgehalt erheblich von zuvor – bei aus-

schließlicher Betrachtung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen – 47,56% auf 58,79%. Ferner können statt 31,25% nunmehr 50,00% der potenziell nicht gewährten Kreditausweitungen durch das Regressionsmodell korrekt vorhergesagt werden.

Hinsichtlich der Dauer der Kreditbewilligung ist insbesondere hervorzuheben, dass die organisationale Verbundenheit zu einer – allerdings nicht signifikanten – schnelleren Kreditbewilligung führt. Auch hier zeigt sich wiederum, dass die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen zu einem Anstieg des Erklärungsgehalts von 33,30% auf 46,01% führt. Ferner fällt auf, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen bei isolierter Betrachtung ein Pseudo-R² von 15,92% aufweisen und somit nur einen minimal geringeren Erklärungsgehalt als die Finanzkennzahlen mit Pseudo-R² von 17,53% haben.

Resümierend lässt sich feststellen, dass die verhaltenswissenschaftlichen Variablen insgesamt einen erheblichen Erklärungsbeitrag für die Sicherheitenstellung und die Kreditverfügbarkeit leisten können. Der Einfluss auf den Zinssatz scheint eher von nachrangiger Bedeutung. Die zentralen Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit können wie folgt zusammengefasst werden: Durch die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen steigt der Erklärungsgehalt der logistischen Regression für die Sicherheitenstellung von 52% auf 58%. Eine hohe organisationale Gebundenheit führt in allen Regressionen zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung und zu einer höheren Sicherheitenquote. Eine hohe organisationale Glaubwürdigkeit reduziert in allen Regressionen die Wahrscheinlichkeit der Sicherheitenstellung und die Höhe der Sicherheitenquote. In beiden Fällen sind die Ergebnisse jedoch nicht immer signifikant.

Die verhaltenswissenschaftlichen Variablen bewirken bei der Regression für die vergangenheitsbezogene Kreditverfügbarkeit einen Anstieg des Erklärungsgehalt auf 40% im Vergleich zu 23% bei ausschließlicher Betrachtung der Finanzkennzahlen und der beziehungsbezogenen Variablen. Gleichermaßen lässt sich bei der gegenwartsbezogenen Kreditverfügbarkeit durch die Integration der verhaltenswissenschaftlichen Variablen eine Verbesserung des Pseudo-R² von 47% auf 58% erzielen. Eine hohe organisationale Glaubwürdigkeit und eine hohe personale Verbundenheit führt in allen Regressionen – sowohl bei der vergangenheits- als auch bei der gegenwartsbezogenen Operationalisierung – zu einer höheren Kreditverfügbarkeit. Im Gegensatz dazu bewirkt eine hohe organisationale Gebundenheit in allen Regressionen eine niedrigere Kreditverfügbarkeit.

Anhang

Anhang 1: Anschreiben und Fragebogen der Datenerhebung

Anhang 2: Vollständige Tabellen der deskriptiven Auswertung

Anhang 3: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse

Anhang 4: Vollständige Korrelationsanalyse für die Datenbasis „Zinssatz“

Anhang 5: Ergänzende Regressionsanalysen für den Zinssatz

Anhang 1: Fragebogen und Begleitschreiben



Prof. Dr. W. Blomms • Dr. T. Mosiek • Dr. A. Blomms

BMS Consulting GmbH • Neue Zentralsstr. 40221 Düsseldorf

Volksbank XXXX eG
Herrn XXXX
Leiter Firmenkunden
XXXX
XXXX

Düsseldorf, den 12. November 2007

Analyse der Geschäftsbeziehung zwischen Kundenbetreuer und Firmenkunden

Sehr geehrter Herr XXX,

ich bin Mitarbeiterin bei der BMS Consulting GmbH und promoviere gegenwärtig am Lehrstuhl für Controlling der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Im Rahmen meines Promotionsvorhabens untersuche ich die Geschäftsbeziehung zwischen den Kundenbetreuern von genossenschaftlichen Banken und ihren Firmenkunden. Ziel der Untersuchung ist u.a. die Überprüfung folgender Fragestellungen:

- Hat eine gute Kundenbeziehung einen Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit und den Umfang der Geschäftsbeziehung mit dem Kunden?
- Wirkt sich eine Hausbankbeziehung auf den Umfang der zur Verfügung gestellten Sicherheiten aus?
- Zahlen Kunden, die eine gute Beziehung zum Kundenbetreuer haben, höhere Zinssätze?

Diese Untersuchung soll u.a. dazu dienen, Ansatzpunkte für eine bessere und erfolgreichere Betreuung von Firmenkunden in Genossenschaftsbanken identifizieren zu können. Zu diesem Zweck würde ich gerne bei Ihrer Bank einige Daten erheben. Die Firmenkundenbetreuer werden gebeten, in Schriftform einige Fragen zu ihren Kunden zu beantworten. Der Zeitaufwand je Kundenbetreuer beläuft sich auf ca. 15 min.

Weitere notwendige Informationen wie bspw. die Ratingnote oder der Bankenspiegel können von mir unmittelbar aus der Anwendung MinD.banker extrahiert werden. Hierzu benötige ich lediglich einen Zugang zu einem Rechner mit MinD.banker, für Sie entstehen an dieser Stelle keine weiteren Arbeiten. Die Datenauswertung erfolgt anschließend anonym bei der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Selbstverständlich werden die Daten streng vertraulich behandelt.



Abb. AN 1-1: Anschreiben

Prof. Dr. W. Bioness • Dr. T. Moselek • Dr. A. Blames

Die Untersuchungsergebnisse werden in aggregierter Form im Rahmen meiner Dissertation veröffentlicht. Im Idealfall können die Ergebnisse Ihrer Bank wertvolle Hinweise für die Gestaltung der Kundenbeziehung liefern. Bei Interesse stelle ich Ihnen die Ergebnisse der Studie gerne zur Verfügung. Da ich die Datenerhebung bei Ihnen vor Ort durchführen müsste, kann ich Ihnen des Weiteren anbieten, in diesem Rahmen bspw. eine ca. 90 min. Schulung der Firmenkundenbetreuer hinsichtlich der neuen Funktionen aus MinD.banker kostenlos durchzuführen.

Ich werde Sie innerhalb der nächsten Tage einfach noch mal telefonisch kontaktieren. Bei Rückfragen stehe ich Ihnen selbstverständlich jederzeit gerne zur Verfügung (Mail: [REDACTED] Tel.: [REDACTED])

Ich würde mich freuen, wenn Sie an der Untersuchung teilnehmen würden.

Mit freundlichen Grüßen

Tina Pütke
(Consultant)

Fortsetzung Abb. AN 1-1: Anschreiben

Arbeitsplatz-Nr. des Beraters: _____

Ifd. Nr. des Fragebogens: ____

Hilfe zum Vervollständigen des Fragebogens

1 Hintergrund der empirischen Erhebung

Ich bin Mitarbeiterin bei der BMS Consulting GmbH und promoviere gegenwärtig am Lehrstuhl für Controlling der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Im Rahmen meines Promotionsvorhabens untersuche ich die Geschäftsbeziehung zwischen den Kundenbetreuern von genossenschaftlichen Banken und Ihren Firmenkunden. Damit Ihr Antwortverhalten nicht beeinflusst wird, möchte ich Ihnen im Vorfeld keine genauen Details angeben, ich stehe Ihnen aber gerne für Fragen zur Verfügung. Um eine für den gesamten Kundenbestand repräsentative Datenbasis zu erhalten wurde eine zufällige Kundenauswahl durchgeführt. Zur Durchführung der Untersuchung bin ich auf Ihre Unterstützung angewiesen. Ich danke Ihnen schon mal im Voraus für Ihre Mitarbeit.

2 Deckblatt

Da im Fragebogen selbst weder Kundenname noch Kundennummer auftauchen, dient das Deckblatt lediglich für Sie zur Identifikation des Kunden. Bitte entfernen Sie das Deckblatt nach Vervollständigen des Datenerhebungsbogens, so dass keine Möglichkeiten eines Rückschlusses auf konkrete Kunden möglich sind.

3 Allgemein

Bitte ergänzen Sie die Daten nach Ihrem besten Wissensstand (*Schätzungen sind besser als keine Antworten*). Bei einigen Fragen geht es um Ihre subjektive Einschätzung über das Unternehmen, somit versuchen Sie bitte bei diesen Fragen Ihren *subjektiven Eindruck* im Fragebogen anzugeben.

4 Vorausgefüllte Fragen

Einen Teil der Fragen konnte durch die in MinD.banker hinterlegten Daten automatisiert ausgefüllt werden. Sofern die Daten nicht stimmen oder unvollständig sind, können bzw. sollten Sie die Daten korrigieren.

5 Rückgabe der Fragebögen

Die Fragebögen sollten bitte bis zum 11. Januar zur BMS Consulting zurückgeschickt werden.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Bei Fragen: Tina Püthe



Abb. AN 1-2: Begleitschreiben

Datenerhebungsbogen für die Analyse der Geschäftsbeziehung im Firmenkundensektor der genossenschaftlichen Banken (Automatisch)

Kunden-Nr.:
 Zugrunde liegendes Geschäftsjahr:
 Institut:

1. Unternehmensdaten

Branchennummer
 Branchenbezeichnung
 Rechtsform des Kunden
 Postleitzahl des Hauptsitzes des Kunden
 Gründungsjahr des Unternehmens

2. Jahresabschluss- und Ratingdaten

2.1 Jahresabschlussdaten – Datenherkunft: GENO-FBS

Bezugsjahr des Jahresabschlusses	<input type="text"/>	
Verbindlichkeiten gg. KI langfr.	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Verbindlichkeiten gg. KI kurzfr.	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Verbindlichkeiten gg. KI langfr. - davon eigen	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Verbindlichkeiten gg. KI kurzfr. - davon eigen	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Langfristiges Vermögen	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Anteil Kasse	<input type="text"/>	% Bilanzsumme
Bilanzsumme	<input type="text"/>	TEUR
Umsatz	<input type="text"/>	TEUR
Debitorenziel	<input type="text"/>	
Eigenkapitalquote	<input type="text"/>	
Umsatzrentabilität	<input type="text"/>	
Gesamtkapitalrentabilität	<input type="text"/>	
Zinsdeckung	<input type="text"/>	
Kreditorenziel	<input type="text"/>	
Umschlagshäufigkeit Handel	<input type="text"/>	
Umschlagshäufigkeit Industrie	<input type="text"/>	
Umsatzwachstum	<input type="text"/>	
Umschlagshäufigkeit Vorräte	<input type="text"/>	

Abb. AN 1-3: Datenerhebungsbogen

2.2 Ratingdaten – BVR-II-Ratingmodul

Änderungsdatum	
Ratingnote nach BVR-II-Rating	
2005	
2004	
2003	
2002	
2001	
Teilscore JA MS	
Teilscore qual. Daten MS	
Teilscore JA OMS	
Teilscore qual. Daten OMS	
Anzahl Bankverbindungen	
Überziehungen 30:	
Überziehungen 60:	
Überziehungen 90:	
Überziehungen Gesamt:	
Kundenbeziehung seit:	
Geschäftsführer arbeitet in Branche seit:	
Geschäftsführer arbeitet in Unternehmen seit:	

Gibt es in der Geschäftsleitung eine Person mit betriebswirtschaftlicher Ausbildung?

- Ja Nein

Sind Absprachen bezüglich der Einhaltung des Termins der Einreichung JA, Ausgleich der Überziehung, Verwendung von Krediten, Ausweitung Obligos bei anderen Banken, Tilgungsvereinbarungen, Beibringung zugesagter Unterlagen, Sicherheiten, externer Berater, leitender Angestellter etc. getroffen worden und wurden diese eingehalten?

- Es wurden keine Absprachen getroffen.
- Alle getroffenen Absprachen wurden eingehalten.
- Mindestens eine Absprache wurde nicht eingehalten.

Führt der Kunde bzw. sein WP/Steuerberater regelmäßig Planungsrechnungen durch?
Wenn ja, welche (Mehrfachnennungen möglich)?

Ja Nein

Wenn ja, welche?

	Ja	Nein
Ergebnisplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanz-/ Liquiditätsplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soll/Ist-Vergleich für Ergebnisplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soll/Ist-Vergleich für Finanz-/ Liquiditätsplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wurden Alternativen/Szenarien in der Planung berücksichtigt?

- Ja
- Nein
- Unbekannt

Sind die beantragten Kreditmittel und Investitionen in der Planung berücksichtigt?

- Ja Nein

Existiert ein Controlling oder Interne Revision?

- Ja Nein

Wie wurden der Bank bisher wichtige Unternehmensentscheidungen erläutert?


- Konzept von Unternehmensleitung mit Planungsrechnung vorgestellt und ausreichend erläutert
- Konzept von Unternehmensleitung ohne Planungsrechnung vorgestellt und ausreichend erläutert
- Nicht ausreichend erläutert

Welchen Einblick hat die Bank in die wesentlichen Entwicklungen im Unternehmen (Entlassungen oder Ernennungen von Geschäftsführern/leitenden Angestellten, sonstige Einschnitte im Personalbereich, Veränderung der Gesellschaftsstruktur, etc.)?

- Wir setzen die Bank zumeist selbstständig und zeitnah in Kenntnis.
- Bei uns haben sich keine derartigen Entwicklungen gegeben. Es bestehen keine Anhaltspunkte zur Beantwortung dieser Frage.
- Die Bank wird nur dann informiert, wenn ein entsprechender Bedarf an finanziellen Mitteln bei uns entstanden ist. Ansonsten werden solche Unternehmensinterna nicht kommuniziert.

Ist Ihre Unternehmensleitung in der Lage, die wirtschaftliche Entwicklung auch unterjährig zutreffend darzustellen?

- Ja, mit Planungsdaten, BWAs/unterjährigen Zwischenzahlen und Soll/Ist-Vergleich
- Ja, mit aktuellen und aussagekräftigen BWAs/unterjährigen Zwischenzahlen
- Ja, mit BWAs/unterjährigen Zwischenzahlen und ergänzenden Erläuterungen
- Eingeschränkt, mit nicht ausreichend qualifizierten BWAs oder Einzeldarstellung
- Nein


**Volksbank
Musterstadt eG**

Datenerhebungsbogen für die Analyse der Geschäftsbeziehung im Firmenkundensektor der genossenschaftlichen Banken (Manuell)

Kunden-Nr.:

Zugrunde liegendes Geschäftsjahr:

Institut:

1. Unternehmensdaten

1.) Jahr der Anlage des Firmenkunden/Kundenbeziehung seit → Alternativ: geschätzte Dauer der Bankbeziehung Jahre

2.) Ist Ihre Bank die Hausbank des Unternehmens? Ja Nein Unbekannt

3.) Hat Ihre Bank einen Sitz in einem Aufsichtsgremium (z.B. Beirat des Unternehmens)? Ja Nein Unbekannt

4.) Seit wann wird das Unternehmen von Ihnen persönlich betreut? → Alternativ: geschätzte Dauer der Beziehung Jahre

5.) Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen? Personen

6.) Bitte geben Sie die Anzahl der Gesellschafter an: Personen

7.) Befinden sich mehr als 90% des Kapitals in der Hand der Geschäftsführung? Ja Nein Unbekannt

8.) Sind mehr als 25% des Kapitals im Besitz eines anderen Unternehmens? (irrelevant wenn Frage 7 mit ja beantwortet wurde) Ja Nein Unbekannt

9.) War der Kunde schon mal in der Intensivbetreuung oder wurde das Engagement als Problemkredit eingestuft? Ja Nein Unbekannt

10.) Bitte geben Sie die Anzahl der mit diesem Unternehmen geführten Beratungsgespräche je Jahr an (Durchschnitt der letzten beiden Jahre): Stück pro Jahr

Abb. AN 1-4: Manueller Fragebogen

11.) Bitte geben Sie die Anzahl der sonstigen Kontakte mit diesem Unternehmen (z.B. Telefonate, Mail, „Kurzbesuche“) je Jahr an (Durchschnitt der letzten beiden Jahre):

Stück pro Jahr

12.) Welcher Organisationsebene ist Ihr (Haupt-)Ansprechpartner im Unternehmen zuzuordnen?

- Der Geschäftsführung
- Außerhalb der Geschäftsführung

Im Folgenden werden Ihnen eine Reihe von Aussagen in Bezug auf das Unternehmen vorgelegt. Bitte entscheiden Sie, inwiefern die Aussagen Ihrer Ansicht nach zutreffen oder nicht (je Aussage bitte nur ein Kreuz). Eine „1“ bedeutet, dass die Aussage „voll zu trifft“ und eine „6“, dass die Aussage überhaupt nicht zutrifft.

	100% voll zu	80% überwiegt zu	50% teils zu, teils nicht zu	20% überwiegt nicht zu	100% gar nicht zu	
13.) Wir können uns auch dann auf die Informationen verlassen, wenn uns das Unternehmen zu außergewöhnlichen Sachverhalten (z. B. auffällige Kennzahlenentwicklung, starke Veränderung der Lieferantenstruktur) auf den ersten Blick eher unwahrscheinliche Erklärungen liefert.	1	2	3	4	5	6
14.) Das Unternehmen hält die Absprachen ein, die es uns mit uns getroffen hat (z. B. schnellere Einreichung des Jahresabschlusses im Folgejahr).	1	2	3	4	5	6
15.) Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen bspw. bei der Durchführung von Investitionsprojekten oder Erschließung neuer Märkte die richtigen Entscheidungen trifft.	1	2	3	4	5	6
16.) Die Qualifikation der Mitarbeiter ist aus meiner Sicht sowohl im kaufmännischen als auch im technischen Bereich hervorragend.	1	2	3	4	5	6
17.) Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen sich nicht zu unserem Nachteil verhält. Auch wenn sich unerwartet neue Möglichkeiten auftun, würde das Unternehmen unsere Mittel (KK-Linie) nicht zu unserem Nachteil in extrem riskante Projekte stecken oder bei einer sich anbahnenden Verschlechterung der Unternehmenslage würde das Unternehmen keine zusätzlichen Mittel aufnehmen ohne die aktuelle Situation mit uns zu besprechen.	1	2	3	4	5	6

18.) Wenn wir dem Unternehmen von aufgetretenen Problemen berichten (z.B. Bearbeitungsfehler, Falschbuchungen, Verzögerungen im Zahlungsverkehr), können wir kein Verständnis von diesem Unternehmen erwarten.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						
19.) Wir können uns darauf verlassen, dass das Unternehmen uns bei einschneidenden Entscheidungen, die die betriebswirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens maßgeblich betreffen, rechtzeitig und umfassend informiert (z.B. Standortschließung, personelle Veränderungen in der Geschäftsleitung, Umsatzeinbruch).	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						
20.) Das Unternehmen hat uns schon mal einen Kunden vermittelt bzw. würde uns bei Gelegenheit Kunden vermitteln.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						
	<table border="1"> <tr> <td>mit wir zu</td> <td>mit Betreiber aus</td> <td>mit Kredit ne</td> <td>mit Kredit nicht zu</td> <td>mit Betreiber aus nicht zu</td> <td>mit gar nicht zu</td> </tr> </table>	mit wir zu	mit Betreiber aus	mit Kredit ne	mit Kredit nicht zu	mit Betreiber aus nicht zu	mit gar nicht zu
mit wir zu	mit Betreiber aus	mit Kredit ne	mit Kredit nicht zu	mit Betreiber aus nicht zu	mit gar nicht zu		
21.) Ein Wechsel der (Haus-) Bankbeziehung wäre für das Unternehmen nicht so leicht möglich. (z.B. weil das Unternehmen aktuell keine zweite Bankbeziehung hat und/oder weil aufgrund der betriebswirtschaftlichen Situation weitere Bankverbindungen nicht möglich sind).	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						
22.) Das Unternehmen müsste der neuen Bank zunächst deutlich umfangreichere Informationen liefern als uns, da wir das Unternehmen bereits gut kennen.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						
23.) Das Unternehmen ist z.B. aufgrund bestehender Kredite bei uns vertraglich an meine Bank gebunden.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥						

2. Daten zum Kreditvertrag

Bankenspiegel

Eigenbiligo		Stand: 10.11.2006				
Kontonummer Kreditart	Urspr.Dat. Saldo	(restierend) Limit	Wbh	Zinssatz	Zinsbindung	Ablaufda- tum
10000069 Girokontokorrent	0	25.000	EUR	12,75 %	---	---
10000070 Accubürodarlehen	-30.678	25.000	EUR	7,25 %	---	---
10000085 Bürgendarlehen/Garantien zug. Gelder	-28.100	28.100	EUR	3,00 %	---	---
10007050 Sonstige Sachkonten	0	15.330	EUR	0,00 %	---	---
10000060	-21.482					
10000070	30.678					
10000085	28.100					
10007050	0					
Sonstige Sachkonten	-11.980					

Konditionen und Besicherung

24.) Bitte geben Sie die Besicherungsqute für den Kunden an: % -> Alternativ: %
Blankanteil

25.) Welche Sicherheiten haben derzeit den größten Anteil bei der Engagementsicherung? Bitte geben Sie die drei wichtigsten Sicherheiten an:

- Grundschuld/Hypothek
 Bürgschaft/Garantie
 Sicherungsübereignung
 Forderungsabtretung/-zession
 Verpfändungen
 Sonstige
-

26.) Wurde innerhalb der letzten 3 Jahre ein Kreditwunsch durch diesen Kunden an Sie herangetragen und abgelehnt? Ja Nein Unbekannt

Aus welchem Grund?

27.) Ist in den letzten 3 Jahren ein Kredit nur teilweise bewilligt worden, d.h. es wurde nur ein geringeres als das gewünschte Volumen genehmigt? Ja Nein Unbekannt

28.) Würden Sie diesem Kunden heute eine Ausweitung der Kreditlinie ermöglichen oder zusätzliche Kredite gewähren? Ja Nein Unbekannt

29.) Wie schnell (im Vergleich zum bankweiten Durchschnitt für diese Kreditart) konnte der letzte Kredit dieses Kunden bewilligt werden? Bitte geben Sie Ihre subjektive Einschätzung gemessen an der Durchlaufzeit an:

- Viel schneller
 Schneller
 Durchschnittlich schnell
 Langsamer
 Deutlich langsamer
-

30.) Wurden bei der letzten Kreditvergabe weitere Produkte oder Dienstleistungen angesprochen, bei denen es mittlerweile zum Abschluss gekommen ist? Ja Nein Unbekannt

31.) Welche Aussage trifft Ihrer Meinung nach am besten zu:

- Bonitätsmäßig gute Kunden stellen tendenziell mehr Sicherheiten. *(Denn er versucht durch die Sicherheiten seine Qualität zu signalisieren.)*
- Ein bonitätsmäßig schlechter Kunde stellt tendenziell mehr Sicherheiten. *(Denn die Bank fordert mehr Sicherheiten)*
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Qualität des Kreditnehmers und der Besicherung.

3. Daten zur Produktnutzung des Kunden

Bitte geben Sie folgende Informationen zur Produktnutzung an:

32.) Wie viel Prozent des Zahlungsverkehrs (volumenbezogen) wickelt das Unternehmen über Ihr Institut ab? %

33.) Wie hoch ist der Anteil Ihrer Bank an den gesamten Bankverbindlichkeiten des Unternehmens? %

34.) Wie hoch ist der Anteil der wichtigsten Bank an den gesamten Bankverbindlichkeiten des Unternehmens? (sofern nicht Ihr Institut dessen Hauptbank ist)? %

35.) Bitte schätzen Sie die Entfernung zwischen dem Sitz des Unternehmens (Sitz Ihres Ansprechpartners, sofern das Unternehmen mehrere Niederlassungen hat) und der Filiale/Bankstelle, in der Sie tätig sind? km

36.) Ist das Unternehmen Mitglied Ihrer Bank? Ja Nein Unbekannt

Produktnutzung des Kunden bei Ihrer Bank

Produktbezeichnung
Investition und Finanzierung
Wechsel
Bürgschaften/Garantien
Verbund-Hypothek
Vermögensanlage
Spar
Termingeld
PVS
Liquidität und Zahlungsverkehr
Kontokorrent
Kartensysteme
Risiko und Absicherung
R+V Haftpflichtversicherung
R+V Tierversicherung
R+V Transportversicherung

Sofern in obiger Tabelle nicht alle Produkte aufgelistet sind, die der Kunde bei Ihrer Bank nutzt, vervollständigen Sie bitte nachstehende Tabelle: Welche der folgenden Produkte nutzt der Kunde bei Ihrer Bank?

	Nutzung		
	Ja	Nein	Unbekannt
Darlehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zahlungsverkehr-/Kontokorrentkonten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vermögens-/Geldanlage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Versicherungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Privatkonten (Kredit-, Anlagekonten etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

37.) Bitte beurteilen Sie, was aus Ihrer Sicht für das Unternehmen von größerer Bedeutung ist: ein niedriger Zins für die KK-Linie oder eine größere Kreditverfügbarkeit im Sinne einer größeren KK-Linie?

Niedriger Zins Höhere Kreditverfügbarkeit

38.) Haben Sie diesem Unternehmen schon mal geschäftliche Kontakte oder Aufträge vermittelt?

Ja, des Öfteren
 Ja, aber selten
 Nein, noch nie

39.) Bitte beurteilen Sie die Zinssensibilität des Unternehmens?

Hoch Mittel Gering

40.)Bitte geben Sie an, wie hoch Ihr Vertrauen zum Unternehmen ist: Hoch Mittel Gering

4. Geschäftsbeziehung

Im Folgenden werden Ihnen eine Reihe von Aussagen in Bezug auf Ihren (Haupt-) Ansprechpartner des Unternehmens vorgelegt. Bitte entscheiden Sie, inwiefern die Aussagen Ihrer Ansicht nach zutreffen oder nicht (je Aussage bitte nur ein Kreuz). Eine „1“ bedeutet, dass die Aussage „voll zu trifft“ und eine „6“, dass die Aussage überhaupt nicht zutrifft:

	1 voll zu trifft	2 voll überwie- gend zu	3 teilw. zu	4 teilw. teilw. nicht zu	5 überwieg. nicht zu	6 gar nicht zu
41.)Mein Ansprechpartner hat mir die Gründe für Zahlungsschwierigkeiten oder Probleme bei der rechtzeitigen Bereitstellung von Informationen/Daten (z.B. Bilanzen, Plandaten, BWA, Projektentwicklung) stets offen und zeitnah erläutert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.)Mein Ansprechpartner ist stets auf dem aktuellsten Stand was branchenspezifische Themen angeht (z.B. Konkurrenzsituation, Produktneheiten, Branchenwachstum).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.)Mein Ansprechpartner hat nur geringe Kenntnisse im betriebswirtschaftlichen Bereich (z.B. Interpretation von Bilanzkennzahlen, Erstellung von Plänen, Interpretation der Controllingdaten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.)Mein Ansprechpartner stellt keine unangemessenen Forderungen. So würde er mir bezüglich seiner Konditionen (Zinsen und Besicherung) bei anderen Banken in Verhandlungen nicht anflügen, um dadurch bessere zu Konditionen bei uns zu erzielen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1 voll trifft zu	2 voll überwieg. gend zu	3 teilw. zu	4 teilw. teilw. nicht zu	5 überwieg. nicht zu	6 gar nicht zu
45.)Mein Ansprechpartner nimmt die aus seiner Sicht eher formalen Tätigkeiten, wie z.B. Aufstellung Warenlager, Erstellung Zessionslisten, nur widerwillig in Kauf, er kann die Notwendigkeit für uns nicht nachvollziehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
46.)Mein Ansprechpartner würde bei Unzufriedenheit mit unserer Bank oder unseren Konditionen unmittelbar den persönlichen Kontakt zu mir suchen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

47.)Mein Ansprechpartner hat in der Vergangenheit auch schon mal Unannehmlichkeiten in Kauf genommen (z.B. Terminverschiebungen oder Termine außerhalb der normalen Arbeitszeiten akzeptiert).																															
48.)Die Beziehung zu meinem Ansprechpartner würde ich als freundschaftlich bezeichnen.																															
	<table border="0"> <tr> <td>100%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>über</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> </tr> <tr> <td>viel</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> </tr> <tr> <td>zu</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> </tr> <tr> <td></td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> </tr> </table>	100%	50%	50%	50%	50%	100%	über	über-	über-	über-	über-	über-	viel	genü-	genü-	genü-	genü-	genü-	zu	gend	gend	gend	gend	gend		zu	zu	zu	zu	zu
100%	50%	50%	50%	50%	100%																										
über	über-	über-	über-	über-	über-																										
viel	genü-	genü-	genü-	genü-	genü-																										
zu	gend	gend	gend	gend	gend																										
	zu	zu	zu	zu	zu																										
49.)Dem Ansprechpartner wäre es egal, wenn der Firmenkundenbetreuer wechseln würde (z.B. weil für ihn ausschließlich die Qualität der Beratung entscheidend ist).																															
50.)Meinem Ansprechpartner ist es wichtig, dass wir auch regelmäßig im persönlichen Kontakt (z.B. Beratungsgespräche, Telefonate) stehen.																															
51.)Der Ansprechpartner würde die Bank auch bei besseren Konditionen nicht so schnell wechseln, da er weiß, dass ich mich in der Vergangenheit sehr stark um das Unternehmen bemüht und viel Zeit investiert habe.																															
	<table border="0"> <tr> <td>100%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>über</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> <td>über-</td> </tr> <tr> <td>viel</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> <td>genü-</td> </tr> <tr> <td>zu</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> <td>gend</td> </tr> <tr> <td></td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> <td>zu</td> </tr> </table>	100%	50%	50%	50%	50%	100%	über	über-	über-	über-	über-	über-	viel	genü-	genü-	genü-	genü-	genü-	zu	gend	gend	gend	gend	gend		zu	zu	zu	zu	zu
100%	50%	50%	50%	50%	100%																										
über	über-	über-	über-	über-	über-																										
viel	genü-	genü-	genü-	genü-	genü-																										
zu	gend	gend	gend	gend	gend																										
	zu	zu	zu	zu	zu																										
52.)Der Ansprechpartner empfindet es als angenehm, mit unserer Bank zusammenzuarbeiten. (z.B. nimmt er gerne an Kundenveranstaltungen unserer Bank teil)																															
53.)Der Ansprechpartner unterstützt die genossenschaftliche Idee (z.B. der Ansprechpartner ist als Privatkunde Mitglied der Bank).																															
54.)Der Ansprechpartner unterstützt unsere Geschäftspolitik, so dass ihm ein Wechsel zu einer anderen Bank schwer fallen würde (z.B. kann er die Geschäftspolitik der privaten Banken nicht unterstützen.).																															

5. Daten zur Bank

56.) Bitte geben Sie den Marktanteil Ihrer Bank in Ihrer Stadt/Region an

a. bezogen auf den gesamten Markt: %

b. bezogen auf das Firmkundengeschäft: %

56.) Bitte beurteilen Sie das Marktumfeld Ihrer Bank? Eher ländlich Sowohl als auch Eher städtisch

57.) Erhalten Firmkundenbetreuer eine leistungsorientierte Vergütung? Wenn ja, welche? (Sie können auch mehrere Antworten ankreuzen)

- Wertorientiert (Zins-/Provisionsergebnis/DB des FK3)
- Wertorientiert (Zins-/Provisionsergebnis/DB des Teams, der Bank)
- Volumenorientiert
- Aktivitätsorientiert
- Nein, keine leistungsorientierte Vergütung

58.) Existiert in Ihrer Bank eine risikoorientierte Bepreisung? Ja Nein

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Variablenbezeichnung	Kennzahlenbezeichnung	Kennzahldefinition
EKQ	Eigenkapitalquote	$\frac{\text{Bilanzielles Eigenkapital}}{\text{Bereinigte Bilanzsumme}}$
DEBZIEL	Debitorenziel	$\frac{\text{Forderungen aus Lieferung \& Leistung}}{\text{Umsatz}} \times 360$
UMSATZRENT	Umsatzrentabilität	$\frac{\text{Betriebsergebnis vor Steuern vom Einkommen \& Ertrag}}{\text{Gesamtleistung}}$
GESAMTRENT	Gesamtrentabilität	$\frac{(\text{Betriebsergebnis vor Steuern vom Einkommen \& Ertrag} + \text{Zinsaufwand})}{\text{Bereinigte Bilanzsumme}}$
ZINSDECK	Zinsdeckung	$\frac{\text{Betriebsergebnis vor Steuern vom Einkommen \& Ertrag}}{\text{Zinsaufwand}}$
KREDZIEL	Kreditorenziel	$\frac{(\text{Verbindlichkeiten aus Lieferung \& Leistung} + \text{Wechsel})}{\text{Materialaufwand}} \times 360$
UMHANDEL	Umschlagshäufigkeit Handel	$\frac{\text{Materialaufwand}}{\text{Fertigerzeugnisse \& Waren}}$
UMIND	Umschlagshäufigkeit Industrie	$\frac{\text{Materialaufwand}}{\text{Fertigerzeugnisse \& Waren}}$
UMSATZW	Umsatzwachstum	$\frac{\text{Umsatz aktuelles Jahr}}{\text{Umsatz Vorjahr}} - 1$
UMVORR	Umschlagshäufigkeit Vorräte	$\frac{\text{Umsatz}}{\text{Vorräte}}$

Tab. AN 1-1: Kennzahldefinitionen

Anhang 2: Deskriptive Auswertungen

	Kapitalgesellschaften		Nicht-Kapitalgesellschaften		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov-Smirnov
VERB_KI_LANG_R	16,21	9,50	30,29	23,30	0,0001	0,0006
VERB_KI_KURZ_R	10,61	5,30	15,24	5,70	0,0782	0,0841
VERB_KI_R	26,82	19,60	45,52	39,05	0,0001	0,0011
VERM_LA_R	29,44	25,20	42,51	39,45	0,0001	0,0003
KASSE_R	10,80	3,80	6,38	2,55	0,0119	0,0109
VERB_KI_LANG_A	639,33	67,68	471,08	175,30	0,6036	0,0489
VERB_KI_KURZ_A	283,73	42,85	262,02	53,00	0,8529	0,1630
VERB_KI_A	923,07	188,14	733,09	259,60	0,6209	0,1837
VERM_LA_A	831,20	291,45	1032,88	382,99	0,3916	0,2103
KASSE_A	224,28	51,95	188,17	24,93	0,7104	0,0860
BILANZS	2.544,00	1.289,00	2.379,32	1.277,80	0,7673	0,4522
UMSATZ	5.441,17	2.890,10	4.851,26	2.013,50	0,5424	0,0220
DEBZIEL	36,30	29,73	30,42	27,16	0,1177	0,1027
EKQ	20,39	19,08	3,41	12,25	0,0036	0,0023
UMSATZRENT	3,15	2,15	7,07	4,89	0,0011	0,0014
GESAMTRENT	9,36	7,93	2098,52	16,37	0,2069	0,0001
ZINSDECK	2.121,24	277,11	1.098,47	265,22	0,4447	0,9001
KREDZIEL	106,93	38,90	115,68	46,77	0,8607	0,5425
UMHANDEL	51,08	10,12	24,03	9,35	0,1178	0,5436
UMIND	442,17	29,10	237,46	15,61	0,3431	0,1325
UMSATZW	222,67	10,65	14,71	2,03	0,4137	0,0171
UMVORR	74,26	12,93	65,63	12,42	0,7764	0,5679
ANZ_ÜB_30	0,14	0,00	0,21	0,00	0,2915	0,7821
ANZ_ÜB_60	0,04	0,00	0,11	0,00	0,1273	1,0000
ANZ_ÜB_90	0,04	0,00	0,11	0,00	0,1273	1,0000
ANZ_ÜB_GES	25,65	1,00	42,01	0,50	0,0674	0,0177
AUSFALLW_B	1,67	0,50	2,45	0,50	0,5596	0,2819
TSC_JA_AGG	61,56	64,50	53,72	56,50	0,0156	0,0565
TSC_QA_AGG	70,48	71,00	66,38	67,00	0,0951	0,3286
N		133		84		

Tab. AN 2-1: Finanzierungsstrukturen differenziert nach Kapitalgesellschaft vs. Nicht-Kapitalgesellschaft

	Umsatz kleiner 2,5 Mio. EUR		Umsatz größer 2,5 Mio. EUR		Signifikanz	
	Mittelwert	Median	Mittelwert	Median	T-Test	Kolmogorov- Smirnov
VERB_KI_LANG_R	26,83	15,00	16,43	10,70	0,0031	0,1047
VERB_KI_KURZ_R	14,42	6,50	10,37	3,80	0,1139	0,0809
VERB_KI_R	41,25	28,10	26,80	20,85	0,0021	0,0799
VERM_LA_R	37,38	34,90	31,60	29,10	0,0774	0,3458
KASSE_R	10,39	4,60	7,77	2,70	0,1278	0,2852
BILANZS	1.219,75	517,90	3.752,43	2.606,00	0,0000	0,0000
UMSATZ	1.287,45	1.163,00	9.174,53	5.894,35	0,0000	0,0000
DEBZIEL	34,55	29,23	33,49	28,86	0,7725	0,1063
EKQ	3,23	13,37	24,50	21,51	0,0002	0,0172
UMSATZRENT	5,41	3,27	3,92	2,76	0,2066	0,1053
GESAMTRENT	1.616,94	9,75	11,80	8,57	0,3199	0,1066
ZINSDECK	751,98	218,72	2.683,11	304,70	0,1375	0,2093
KREDZIEL	164,30	42,17	60,58	41,03	0,0305	0,1677
UMHANDEL	41,00	12,71	40,04	9,11	0,9551	0,1703
UMIND	126,77	23,67	512,78	22,39	0,0720	0,8669
UMSATZW	14,49	3,57	269,11	8,44	0,3044	0,0337
UMVORR	114,28	18,46	31,31	10,35	0,0047	0,0032
ANZ_ÜB_30	0,27	0,00	0,06	0,00	0,0054	0,3363
ANZ_ÜB_60	0,10	0,00	0,03	0,00	0,0996	1,0000
ANZ_ÜB_90	0,10	0,00	0,03	0,00	0,0996	1,0000
ANZ_ÜB_GES	46,28	4,00	17,56	0,00	0,0009	0,0249
AUSFALLW_B	3,15	0,75	0,79	0,35	0,0700	0,0018
TSC_JA_AGG	52,35	53,00	64,80	68,00	0,0001	0,0000
TSC_QA_AGG	66,19	66,00	71,76	73,25	0,0208	0,0079
N		109		108		

Tab. AN 2-2: Finanzierungsstrukturen differenziert nach Unternehmensgröße

	SICH_Q
N	213
Mittelwert	55,9033
Standardfehler des Mittelwertes	2,6577
Median	61
Standardabweichung	38,7877
Varianz	1.504,4818
Schiefe	-0,3475
Standardfehler der Schiefe	0,1667
Kurtosis	-1,4168
Standardfehler der Kurtosis	0,3318
Spannweite	100
Minimum	0
Maximum	100

Tab. AN 2-3: Schiefe und Kurtosis bei der Sicherheitenquote

	Alle gültigen Antworten	Sicherheitenquote	
		größer Null	gleich Null
GRUNDS	64,29%	74,53%	17,14%
BÜRG	39,80%	36,65%	54,29%
SÜ	27,04%	30,43%	11,43%
FORD_AB	17,35%	18,63%	11,43%
VERPFÄ	14,29%	16,15%	5,71%
SONST	5,10%	3,73%	11,43%
N	196	161	31

Tab. AN 2-4: Nutzung der verschiedenen Sicherheiten

	Nicht-Kapitalgesellschaft	Kapitalgesellschaft	Kolmogorov-Smirnov
GRUNDS	72,73%	58,82%	0,3267
BÜRG	32,47%	44,54%	0,5036
SÜ	33,77%	22,69%	0,6147
FORD_AB	14,29%	19,33%	0,9998
VERPFÄ	19,48%	10,92%	0,8835
SONST	3,90%	5,88%	1,0000
N	77	119	

Tab. AN 2-5: Sicherheitenart differenziert nach Rechtsform

	Nicht-Hausbankbeziehung			Hausbankbeziehung			T-Test	Kolmogorov-Smirnov
	N	Mittelwert	Median	N	Mittelwert	Median		
VERB_KI_LANG_R	48	18,69	14,4	168	22,63	12,5	0,2854	0,6959
VERB_KI_KURZ_R	48	14,75	7,9	168	11,81	3,8	0,3594	0,1706
VERB_KI_R	48	33,44	23,8	168	34,44	22,1	0,8357	0,1573
VERM_LA_R	48	32,86	25,0	168	35,14	33,4	0,5701	0,3801
KASSE_R	48	4,87	1,2	168	10,13	4,1	0,0101	0,0045
VERB_KI_LANG_A	48	1.096,71	118,4	168	428,33	103,0	0,0787	0,4582
VERB_KI_KURZ_A	48	308,13	105,7	168	267,59	36,4	0,7276	0,0589
VERB_KI_A	48	1.404,84	284,2	168	695,93	211,5	0,1159	0,3329
VERM_LA_A	48	1.062,56	371,6	168	870,66	311,6	0,5567	0,9948
KASSE_A	48	182,80	16,5	168	218,06	44,0	0,6726	0,0439
BILANZS	48	3.473,44	1.474,8	168	2.207,50	1.235,5	0,1816	0,3560
UMSATZ	48	5.327,52	2.966,8	168	5.200,24	2.428,5	0,9039	0,9694
DEBZIEL	48	41,00	34,0	168	31,83	27,3	0,0404	0,0858
EKQ	48	12,93	17,6	168	13,75	17,4	0,9080	0,9694
UMSATZRENT	48	3,69	3,0	168	4,96	2,9	0,2480	0,7558
GESAMTRENT	48	3.649,78	8,0	168	13,82	9,3	0,0615	0,8392
ZINSDECK	48	820,47	246,1	161	1.999,96	277,1	0,1829	0,8510
KREDZIEL	45	128,03	62,4	161	105,84	38,3	0,7094	0,0149
UMHANDEL	29	18,24	9,3	113	41,74	9,8	0,0262	0,6188
UMIND	23	316,22	9,0	72	377,20	26,2	0,8017	0,0478
UMSATZW	47	14,72	9,7	168	177,92	6,7	0,3064	0,9656
UMVORR	44	56,56	9,9	154	69,57	13,7	0,6249	0,3518
AUSFALLW_B	48	3,21	0,5	168	1,63	0,5	0,4685	0,6346
TSC_JA_AGG	43	56,78	60,0	142	58,76	62,00	0,6014	0,8878
TSC_QA_AGG	42	66,19	63,0	136	69,55	70,00	0,2403	0,1256

Tab. AN 2-6: Hausbankbeziehung - Finanzkennzahlen

	Nicht-Hausbankbeziehung			Hausbankbeziehung			T-Test	Kolmogorov-Smirnov
	N	Mittelwert	Median	N	Mittelwert	Median		
VERB_EIG_LANG_R	48	3,53	0,0	168	15,76	4,8	0,0011	0,0001
VERB_EIG_KURZ_R	48	4,39	1,0	168	7,26	0,0	0,1933	0,1223
VERB_EIG_R	48	7,93	3,9	168	23,02	9,1	0,0025	0,0003
ANT_VERB_EIG_LANG	35	18,06	0,0	125	67,66	79,9	0,0000	0,0000
ANT_VERB_EIG_KURZ	37	35,34	28,6	112	58,18	84,9	0,0052	0,0012
ANT_VERB_EIG_GES	43	24,67	13,8	145	62,20	69,3	0,0002	0,0000
VERB_EIG_LANG_A	48	64,12	0,0	168	212,44	43,2	0,0225	0,0010
VERB_EIG_KURZ_A	48	46,95	12,3	168	72,62	0,0	0,2121	0,4861
VERB_EIG_A	48	111,07	27,6	168	285,05	97,3	0,0252	0,0106
INT_BET	48	0,15	0,0	168	0,11	0,0	0,5517	1,0000
ANZ_BER_J	48	1,90	2,0	168	3,05	3,0	0,0000	0,0001
ANZ_KONT_J	48	5,79	5,0	168	12,89	10,0	0,0086	0,0002
GK_SALD	46	-27.127,43	-12.613,0	167	-25.699,44	-15.047,0	0,9638	0,1152
GK_LIM_EX	46	122.220,35	90.531,0	166	181.860,53	100.564,5	0,0502	0,1598
GK_ZINS	46	10,51	10,5	167	10,36	10,3	0,5915	0,8312
GES_KREDIT	47	268.932,30	102.258,0	168	556.251,99	249.972,0	0,0108	0,0064
SICH_Q	47	36,00	40,0	165	61,91	73,0	0,0001	0,0001
ABL_KRED_VER	48	0,23	0,0	168	0,09	0,0	0,0234	0,6041
PAR_KRED_VER	48	0,17	0,0	168	0,09	0,0	0,8464	1,0000
AUS_KRED_HEU	48	0,92	1,0	166	0,94	1,0	0,0173	0,7392
KRED_VERF_HEU_FRÜ	47	0,32	0,0	167	0,19	0,0	0,0493	0,5302
ANT_ZV	48	24,91	20,0	166	82,63	90,0	0,0000	0,0000
ANT_BANK_IN	42	22,75	20,0	166	77,73	90,0	0,0000	0,0000
DIST_UNT	48	13,68	10,0	168	10,63	6,0	0,3355	0,1223
MITGLIED	48	0,58	1,0	166	0,73	1,0	0,0436	0,3590
DARL	48	0,48	0,0	167	0,78	1,0	0,0000	0,0019
ZV_KK	48	0,98	1,0	168	1,00	1,0	0,0612	1,0000
VERM_ANL	48	0,17	0,0	161	0,61	1,0	0,0000	0,0000
VERSICH	48	0,29	0,0	165	0,50	0,0	0,0152	0,0214
PRIVATKONT	48	0,50	0,5	166	0,80	1,0	0,0000	0,0030
DAU_BEZ_ERR	48	17,35	16,5	168	19,87	20,0	0,1813	0,6653
DAU_PERS_ERR	48	10,58	5,0	167	7,43	6,0	0,5990	0,5309
ANZ_B_AGG	46	2,72	2,5	148	2,07	2,0	0,0001	0,0040
ANZ_B_AGG_PL	46	2,72	2,5	148	2,11	2,0	0,0002	0,0153

Tab. AN 2-7: Hausbankbeziehung - Beziehungsbezogene Variablen

	Nicht-Hausbankbeziehung		Hausbankbeziehung	
	N	Prozent	N	Prozent
ABL_KRED_VER_EUN	47	19,15%	167	7,78%
PAR_KRED_VER_EUN	46	8,70%	167	7,78%
AUS_KRED_HEU_EUN	42	76,19%	160	90,00%
KRED_VERF_HEU_FRÜ	47	31,91%	167	18,56%

Tab. AN 2-8: Kreditverfügbarkeit differenziert nach Nicht-Haus- vs. Hausbankbeziehungen

Anhang 3: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
KMO	0,7770	0,6672	0,6986	0,6484	0,6565	0,6794	0,6730	0,7801
Bartlett-Signifikanz	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
MSA 1	0,7934	0,6613	0,6780	0,6314	0,7544	0,7492	0,7325	0,8219
MSA 2	0,8162	0,7591	0,7058	0,6531	0,6818	0,6735	0,6705	0,7576
MSA 3	0,7601	0,6272	0,7150	0,6837	0,6681	-0,2828	0,6366	0,7665
MSA 4	0,7515	0,7051		0,6446	0,6236			0,7903

Tab. AN 3-1: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse - BARTLETT-Test und MSA

	ORG_GLAUB	ORG_WOHL	PERS_GLAUB	PERS_WOHL	ORG_GEB	ORG_VER	PERS_VER	PERS_VER_WOHL
Nicht-Diagonal-Variablen	-0,2065	-0,1001	-0,2394	-0,2652	-0,0699	-0,1275	-0,1351	-0,0896
	-0,1227	-0,2679	-0,2291	-0,1020	-0,0007	-0,2162	-0,2246	-0,1917
	-0,1379	-0,0958	-0,1841	-0,2474	-0,0538	0,6402	-0,2843	-0,0845
	-0,0685	-0,1250		-0,2122	-0,1304			-0,1909
	-0,1023	-0,0409		-0,0564	-0,2477			-0,2133
	-0,2458	-0,2123		0,0639	-0,2635			-0,1286
Anteil Nicht-Diagonal-Werte ungleich Null (>0,09)	83,33%	33,33%	0,00%	33,33%	50,00%	0,00%	0,00%	33,33%

Tab. AN 3-2: Prüfung der Voraussetzungen der Faktorenanalyse - DZIUBAN/SHIRKEY

Anhang 4 : Vollständige Korrelationsanalyse für die Datenbasis „Zinssatz“

	TSC_QA AGG	TSC_JA AGG	UMSATZ_ LN	BILANZS LN	KASSE_A LN	VERM_LA_A LN	VERB_KI_A LN	VERB_KI KURZ_A_LN	VERB_KI_LA NG_A_LN	KASSE_R LN	VERB_KI_R_L LN	VERB_KI KURZ_R_LN	VERB_KI_LA NG_R_LN	AUS- FALLW_B	ANZ_ÜB_GES	ANZ_ÜB_90	ANZ_ÜB_60
VERB_KI_LANG_R																	
VERB_KI_KURZ_R																	
VERB_KI_R																	
VERM_LA_R																	
KASSE_R																	
VERB_KI_LANG_A																	
VERB_KI_KURZ_A																	
VERB_KI_A																	
VERM_LA_A																	
KASSE_A																	
BILANZS																	
UMSATZ																	
EKQ																	
ANZ_ÜB_30																	
ANZ_ÜB_60	1,0																
ANZ_ÜB_90	1,0***	1,0															
ANZ_ÜB_GES	0,7***	0,7***	1,0														
AUSFALLW_B	0,0	0	0,2**	1,0													
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1	0,1	0,1	0	1,0												
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,1	0,1	0,3***	0,2***	0	1,0											
VERB_KI_R_LN	0,2**	0,2**	0,3***	0,2**	0,8***	0,6***	1,0										
VERM_LA_R_LN	-0,2**	-0,2**	-0,2***	-0,2***	0,2**	-0,2**	0,1										
KASSE_R_LN	-0,1	-0,1	-0,1**	-0,1	-0,2**	-0,3**	-0,3***	1,0									
VERB_KI_LANG_A_LN	0,0	0,0	-0,1	-0,2**	0,6***	-0,1	0,4***	-0,2***	1,0								
VERB_KI_KURZ_A_LN	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,7*	0,3***	-0,3***	0,5***	1,0							
VERB_KI_A_LN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5***	0,3***	0,6***	-0,4***	0,9***	0,7***	1,0						
VERM_LA_A_LN	-0,2**	-0,2**	-0,2**	-0,2***	0,2**	-0,2**	0,1	-0,2***	0,8***	0,4***	1,0						
KASSE_A_LN	-0,1	-0,1	-0,3***	-0,3***	-0,2**	-0,3***	-0,4***	0,8***	0,3***	0,1	0,1	0,3***	1,0				
BILANZS_LN	-0,1	-0,1	-0,3***	-0,2***	-0,1	-0,1	-0,2**	-0,1	0,7***	0,6***	0,7***	0,8***	0,5***	1,0			
UMSATZ_LN	-0,1	-0,1	-0,2***	-0,1	-0,2**	0,0	-0,2**	-0,2***	0,4***	0,6***	0,4***	0,5***	0,3***	0,7***	1,0		
TSC_JA_AGG	-0,2***	-0,2***	-0,5***	-0,3***	-0,4***	-0,5***	-0,5***	0,3***	0	-0,2	-0,1	0,2**	0,4***	0,2**	0,2**	1,0	
TSC_QA_AGG	-0,3***	-0,3***	-0,5***	-0,2**	-0,1	-0,4***	-0,3***	0,2***	0,2***	0	0,1	0,3***	0,4***	0,4***	0,2**	0,5***	1,0

Tab. AN 4-1: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen

	VERB_KI_LAN_Q,R	VERB_KI_KUR_Z,R	VERB_KI_R	VERM_LA_R	KASSE_R	VERB_KI_LAN_G,A	VERB_KI_KUR_Z,A	VERB_KI_A	VERM_LA_A	KASSE_A	BILANZS	UMSATZ	EKQ	ANZ_ÜB_30
VERB_KI_LANG_R	1,0													
VERB_KI_KURZ_R	0,2***	1,0												
VERB_KI_R	0,8***	0,7***	1,0											
VERM_LA_R	0,5***	-0,1	0,3***	1,0										
KASSE_R	-0,3***	-0,3***	-0,4***	-0,3***	1,0									
VERB_KI_LANG_A	0,3***	0,0	0,2***	0,1	-0,1*	1,0								
VERB_KI_KURZ_A	0,1	0,4***	0,2***	0,0	-0,1**	0,4***	1,0							
VERB_KI_A	0,3***	0,1	0,3***	0,1	-0,1	1,0***	0,6***	1,0						
VERM_LA_A	0,1	0	0,1	0,4***	-0,1	0,4***	0,5***	0,5***	1,0					
KASSE_A	-0,1**	-0,1	-0,2**	-0,1	0,5***	0,1	0,1	0,1	0,2***	1,0				
BILANZS	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,7***	0,5***	0,8***	0,8***	0,4***	1,0			
UMSATZ	-0,1	0,1	-0,1	0,0	-0,1**	0,2**	0,6***	0,3***	0,6***	0,1	0,6***	1,0		
EKQ	-0,5***	-0,7***	-0,7***	0,0	0,2***	0,0	0,0	0,0	0,1**	0,2***	0,2**	0,1**	1,0	
ANZ_ÜB_30	0,1	0,3***	0,2***	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1	0	-0,1	-0,1	-0,2***	1,0
ANZ_ÜB_60	0,0	0,2***	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2**	0,8***
ANZ_ÜB_90	0,0	0,2***	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2**	0,8***
ANZ_ÜB_GES	0,1**	0,5***	0,4***	0,0	-0,1**	-0,1	0,0	0,0	-0,1**	-0,1	-0,2**	-0,1	-0,4***	0,8***
AUSFALLW_B	0	0,4***	0,2***	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,4***	0,1
VERB_KI_LANG_R_LN	0,8***	0,1	0,7***	0,5***	-0,3***	0,2***	0,1	0,2***	0,1	-0,2**	0,1	-0,1	-0,4***	0,1
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,1	0,8***	0,5***	-0,1	-0,3***	0,0	0,3***	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,4***	0,2**
VERB_KI_R_LN	0,7***	0,5***	0,8***	0,3***	-0,4***	0,2**	0,2***	0,2***	0,0	-0,2***	0,0	-0,1	-0,5***	0,2***
VERM_LA_R_LN	0,2***	-0,2**	0,1	0,6***	-0,2***	0,3***	0,3***	0,4***	0,7***	0,2***	0,6***	0,5***	0,2***	-0,2**
KASSE_R_LN	-0,2***	-0,3***	-0,3***	-0,2***	0,8***	-0,1	-0,2***	-0,1**	-0,1	0,3***	-0,1	-0,2***	0,2***	-0,1
VERB_KI_LANG_A_LN	0,4***	-0,1	0,3***	0,4***	-0,3***	0,5***	0,4***	0,5***	0,6***	0,2***	0,6***	0,4***	0,1	-0,1
VERB_KI_KURZ_A_LN	-0,1	0,4***	0,2**	-0,1	-0,3***	0,3***	0,6***	0,4***	0,4***	0,2**	0,5***	0,5***	0,0	0,0
VERB_KI_A_LN	0,4***	0,2***	0,4***	0,3***	-0,4***	0,4***	0,5***	0,5***	0,6***	0,1	0,5***	0,4***	0,0	0,0
VERM_LA_A_LN	0,2***	-0,2**	0,1	0,6***	-0,2***	0,3***	0,3***	0,4***	0,7***	0,2***	0,6***	0,5***	0,2**	-0,2***
KASSE_A_LN	-0,3***	-0,4***	-0,4***	-0,1	0,6***	0,1**	0	0,1**	0,3***	0,5***	0,4***	0,3***	0,4***	-0,2***
BILANZS_LN	-0,1	-0,2***	-0,2**	0	0	0,3***	0,4***	0,4***	0,6***	0,3***	0,7***	0,6***	0,3***	-0,2**
UMSATZ_LN	-0,2***	0,0	-0,2**	-0,2**	-0,1	0,1	0,4***	0,2***	0,3***	0,1	0,4***	0,8***	0,2***	-0,2***
TSC_JA_AGG	-0,4***	-0,5***	-0,6***	0	0,3***	-0,1	-0,1	-0,1	0,1	0,2***	0,1	0,2**	0,7***	-0,3***
TSC_QA_AGG	-0,1	-0,5***	-0,3***	0,1	0,2***	0,0	0,0	0,0	0,2**	0,2***	0,2**	0,2***	0,4***	-0,4***

Fortsetzung Tab. AN 4-1: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen

Korrelationen	PROD	HAND	DIENST	BAU	KAP-GESELL	ALTER	ALTER LN
PROD	1,0000	-0,3564	-0,2585	-0,3227	0,0051	-0,1244*	-0,1530**
HAND	-0,3564	1,0000	-0,2680	-0,3346	0,0084	0,1915***	0,1903***
DIENST	-0,2585	-0,2680	1,0000	-0,2427	-0,0903	-0,1292**	-0,1354**
BAU	-0,3227	-0,3346	-0,2427	1,0000	0,0521	-0,0044	0,0299
KAPGESELL	0,0051	0,0084	-0,0903	0,0521	1,0000	-0,2044**	-0,1487**
ALTER	-0,1244*	0,1915	-0,1292	-0,0044	-0,2044***	1,0000	
VERB_KI_LANG_R	0,0011	0,0876	0,1366**	-0,2288***	-0,2639***	0,0981	0,0365**
VERB_KI_KURZ_R	-0,0461	0,2009***	0,0173	-0,1013	-0,1198*	0,0087	0,0590
VERB_KI_R	-0,0240	0,1737**	0,1111	-0,2252***	-0,2614***	0,0778**	0,0579
VERM_LA_R	0,0545	-0,0954	0,1379**	-0,1924***	-0,2647***	0,2215	0,1833***
KASSE_R	-0,0742	-0,1404**	0,1597**	0,0026	0,1705**	-0,1769*	-0,1473**
VERB_KI_LANG_A	-0,0358	0,0190	0,1306*	-0,0971	0,0354	0,0687*	0,0958
VERB_KI_KURZ_A	-0,0551	0,2863***	-0,0778	-0,1382**	0,0127	0,0469	0,0996
VERB_KI_A	-0,0470	0,1033	0,0865	-0,1241	0,0338	0,0722	0,1112
VERM_LA_A	0,0965	0,0371	-0,0024	-0,1793***	-0,0584	0,1655	0,2062***
KASSE_A	0,0348	-0,0759	-0,0048	-0,0729	0,0253	-0,0131	0,0148
BILANZS	0,0540	0,0802	-0,0038	-0,1562**	0,0202	0,1323	0,1918***
UMSATZ	0,0203	0,3032***	-0,1842***	-0,1672**	0,0416	0,1292	0,1922***
EKQ	0,0476	-0,0363	-0,1445**	0,0743	0,1969***	0,0189	0,0276
ANZ_ÜB_30	-0,0677	0,0074	0,0983	0,0349	-0,0719	-0,0909	-0,0757
ANZ_ÜB_60	-0,0859	0,0082	0,0669	0,0595	-0,1038	-0,0702	-0,0808
ANZ_ÜB_90	-0,0859	0,0082	0,0669	0,0595	-0,1038	-0,0702***	-0,0808
ANZ_ÜB_GES	-0,0903	0,0585	0,0928	-0,0250	-0,1244*	-0,0744**	-0,0713
VERB_KI_LANG_R_LN	0,0780	-0,0815	0,0798	-0,1361*	-0,3395***	0,0478	-0,0068
VERB_KI_KURZ_R_LN	-0,0754	0,1761**	-0,0879	-0,0542	0,0034	-0,0517**	-0,0160
VERB_KI_R_LN	-0,0375	0,1387	0,0343	-0,1660**	-0,2194***	0,0549***	0,0335
VERM_LA_R_LN	0,1156*	0,1337**	-0,1060	-0,2724***	-0,0698	0,2479	0,2753***
KASSE_R_LN	-0,0960	-0,1416**	0,1449**	0,0580	0,0683	-0,1703**	-0,1165
VERB_KI_LANG_A_LN	0,0625	0,0801	-0,0114	-0,2530***	-0,1510	0,1181**	0,1201
VERB_KI_KURZ_A_LN	0,0260	0,2711***	-0,1634**	-0,2344***	0,0757	0,0459	0,1387*
VERB_KI_A_LN	0,0541	0,2309***	-0,0477	-0,3336***	-0,0926	0,1597	0,1896**
VERM_LA_A_LN	0,1156	0,1337**	-0,1060	-0,2724***	-0,0698	0,2479***	0,2753**
KASSE_A_LN	-0,0230	-0,0353	0,0552	-0,0780	0,0624	-0,0441	0,0353
BILANZS_LN	0,1121	0,1561**	-0,1659**	-0,2045***	0,0910	0,1667**	0,2346***
UMSATZ_LN	0,0704	0,2817***	-0,2733***	-0,1680**	0,1246*	0,1418**	0,1939**
AUSFALLW_B	0,1436**	-0,0441	-0,0270	-0,0619	-0,0398	-0,0371	-0,0399
TSC_JA_AGG	0,1110	-0,1391	-0,0158	0,0147	0,1770**	-0,0087	0,0396
TSC_QA_AGG	0,1052	-0,0258	-0,0380	-0,0802	0,1251*	0,0296	0,1073

Tab. AN 4-2: Bivariate Korrelationen der Finanzkennzahlen mit den unternehmensbezogenen Variablen

	INT_BET	DAU_BEZ_ERR	DAU_PERS_ERR	HAUSBANK_K	GK_SALD	GK_LIM_EX	GES_KREDIT	ANT_BANK_IN	ANT_BANK_HB	ANT_BANK_MAN
INT_BET	1,0000									
DAU_BEZ_ERR	0,0247	1,0000								
DAU_PERS_ERR	-0,01	0,3114***	1,0000							
HAUSBANK_K	-0,0353	0,0657	-0,0329	1,0000						
GK_SALD	-0,1265	0,0429	-0,0197	0,0196	1,0000					
GK_LIM_EX	-0,018	0,0886	0,0192	0,0968	-0,1585**	1,0000				
GES_KREDIT	0,0143	0,1068	0,0171	0,1038	0,1433**	0,5332	1,0000			
ANT_BANK_IN	-0,0546	0,0232	-0,0474	0,6309***	0,0961	0,0323	0,0360	1,0000		
ANT_BANK_HB	0,2866***	0,0090	-0,2354**	-0,2473**	0,1757	-0,1229	0,0893	-0,3905***	1,0000	
ZINS_VERFÜG	-0,2639***	0,1238	-0,0196	0,0437	0,1339	-0,073	-0,015	-0,0080	-0,0440	0,0851
SICH_Q	-0,0008	0,1553**	0,1494**	0,2643***	-0,2077***	0,0483	0,0483	0,3242***	-0,1601	-0,1195
ANT_ZV	-0,0108	0,0723	-0,0046	0,7740***	0,0232	0,082	0,0392	0,6561***	-0,2614**	0,3985***
MITGLIED	0,0607	0,3154***	0,1355**	0,1197	0,0027	0,0299	0,0690	0,0775	-0,0252	-0,0397
DARL	-0,0136	0,1494**	-0,0316	0,2916***	-0,1090	-0,1386	-0,0608	0,2650***	0,0218	0,2017***
ZV_KK	0,0216	0,1002	0,0711	0,1275	_1639	_1638	0	0,1229	0,0244	-0,1835**
VERM_ANL	-0,0494	0,1093	0,1070	0,3482***	0,0149	0,0608	0,0860	0,2812***	-0,1714	-0,1674**
VERSICH	0,0157	-0,0182	0,0638	0,1473**	-0,0738	0,0028	-0,0560	0,1816***	-0,1988	0,2103***
PRIVATKONT	-0,0285	0,1675**	0,1436**	0,2546***	-0,0169	0,0505	0,0132	0,1356	-0,0744	-0,1700**
EL	0,3938***	-0,1129	-0,0773	-0,2091***	-0,0362	-0,0570	-0,0506	-0,2364***	0,3100***	-0,0109

Tab. AN 4-3: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen

1638
1639

Das Zahlungsverkehrskonto ist Grundlage für die Ermittlung des Limits und des Saldos.
Das Zahlungsverkehrskonto ist Grundlage für die Ermittlung des Limits und des Saldos.

	ANZ_B_ AGG	ZINS_ VER- FÜG	SICH_Q	ANT_ZV	MIT- GLIED	DARL	ZV_K K	VERM_ ANL	VER- SICH	PRIVAT- KONT	EL
ANZ_B_AGG	1,0000										
ZINS_VERFÜG	0,0853	1,0000									
SICH_Q	-0,1206	-0,1745**	1,0000								
ANT_ZV	-0,3780***	-0,0395	0,3072***	1,0000							
MITGLIED	-0,043	0,1054	0,1187	0,0848	1,0000						
DARL	-0,2002***	-0,1388**	0,4816***	0,2600***	0,0971	1,0000					
ZV_KK	-0,1838**	-0,0632	-0,0792	0,1555**	0,1036	-0,0433	1,0000				
VERM_ANL	-0,1623**	0,0035	0,3023***	0,2959***	0,0654	0,1708**	0,0709	1,0000			
VERSICH	-0,2104***	-0,0726	0,1607**	0,2327***	0,1477**	0,1942***	0,0604	0,2220***	1,0000		
PRIVATKONT	-0,1651**	-0,0538	0,1304	0,3032***	0,095	0,1416**	0,111	0,4495***	0,2161**	1,0000	
EL	-0,0091	-0,1182	-0,3578***	-0,2315***	0,0107	-0,1159	0,0308	-0,2168***	-0,0447	-0,2074***	1,0000

Fortsetzung Tab. AN 4-3: Bivariate Korrelationen der beziehungsbezogenen Variablen

	ORG_ GLAUB	ORG_ WOHL	ORG_ GEB	ORG_ VER	PERS_ GLAUB	PERS_ WOHL	PERS_ VER	PERS_ VER_ WOHL
VERB_KI_LANG_R	0,2200***	0,0384	-0,2372***	-0,0520	0,1109	-0,0174	-0,0400	-0,0234
VERB_KI_KURZ_R	0,3353***	0,0265	-0,2401***	-0,0046	0,2357***	0,0128	0,0156	0,0240
VERB_KI_R	0,3387***	0,0427	-0,3026***	-0,0416	0,2047***	-0,0069	-0,0222	-0,0052
VERM_LA_R	0,0281	-0,0106	-0,0270	-0,0671	0,0732	0,0078	-0,0774	-0,0484
KASSE_R	-0,2055***	-0,0788	0,1953***	0,0042	0,0311	-0,0138	0,0319	0,0241
VERB_KI_LANG_A	-0,0340	-0,0795	0,0320	0,0659	-0,1084	-0,0396	-0,0453	-0,0477
VERB_KI_KURZ_A	-0,0200	-0,0630	-0,0588	-0,0077	-0,1045	-0,0506	-0,0603	-0,0353
VERB_KI_A	-0,0348	-0,0863	0,0091	0,0532	-0,1232	-0,0488	-0,0566	-0,0510
VERM_LA_A	-0,1688**	-0,1043	0,1889***	0,0460	-0,1356	-0,1042	-0,0829	-0,0927
KASSE_A	-0,1001	-0,0982	0,2120***	0,0814	-0,0622	-0,0632	-0,0233	-0,0500
EKQ	-0,3646	-0,0790	0,3227***	-0,0047	-0,2674	-0,0538	-0,0554	-0,0602
BILANZS	-0,1624**	-0,1050	0,2054***	0,1119	-0,1925***	-0,0906	-0,0301	-0,0610
UMSATZ	-0,1814***	-0,1469**	0,0627	-0,0513	-0,2409***	-0,1254	-0,0635	-0,0945
ANZ_ÜB_30	0,2190***	-0,0309	-0,0807	-0,0119	0,1931***	0,1174	0,0528	0,1048
ANZ_ÜB_60	0,1747**	-0,0248	-0,0739	0,0226	0,2069***	0,0976	0,0576	0,0848
ANZ_ÜB_90	0,1747**	-0,0248	-0,0739	0,0226	0,2069***	0,0976	0,0576	0,0848
ANZ_ÜB_GES	0,3592***	0,0115	-0,1938***	0,0342	0,3301***	0,1203	0,0557	0,1125
AUSFALLW_B	0,4128***	0,0808	-0,2985***	0,0775	0,3020***	0,0668	0,0367	0,0549
VERB_KI_LANG_R_LN	0,1818**	-0,0100	-0,1085	0,0067	0,1189	-0,0224	-0,1014	-0,0587
VERB_KI_KURZ_R_LN	0,3605***	0,1095	-0,1597	-0,0060	0,2302***	0,0290	0,0486	0,0213
VERB_KI_R_LN	0,2873***	0,0366	-0,2188***	-0,0577	0,1338	-0,0529	-0,0833	-0,0710
VERM_LA_R_LN	-0,1521**	-0,0888	0,1406**	-0,0254	-0,1810***	-0,1395**	-0,1539**	-0,1723**
KASSE_R_LN	-0,1957***	-0,0835	0,2215***	0,0715	0,0814	-0,0244	0,0523	0,0357
VERB_KI_LANG_A_LN	-0,0501	-0,1227	0,1180	0,0655	-0,1681**	-0,1023	-0,1957**	-0,1776**
VERB_KI_KURZ_A_LN	0,0718	-0,0322	0,0512	-0,0172	-0,0952	-0,0770	-0,0636	-0,0975
VERB_KI_A_LN	-0,0104	-0,0823	0,0608	-0,0215	-0,1603**	-0,1395	-0,1644**	-0,1754**
VERM_LA_A_LN	-0,1521**	-0,0888	0,1406**	-0,0254	-0,1810***	-0,1395**	-0,1539**	-0,1723**
KASSE_A_LN	-0,3081***	-0,1669**	0,3404***	0,1144	-0,1199	-0,0930	-0,0266	-0,0655
BILANZS_LN	-0,1961***	-0,1487**	0,2200***	0,0275	-0,2606***	-0,1636**	-0,1585**	-0,1979***
UMSATZ_LN	-0,1765**	-0,1636**	0,0948	-0,0575	-0,3356***	-0,1773**	-0,0685	-0,1284
TSC_JA_AGG	-0,4471***	-0,0633	0,4166***	-0,0049	-0,2724***	-0,0790	0,0022	-0,0270
TSC_QA_AGG	-0,3881***	-0,1236	0,3611***	-0,0621	-0,2706***	-0,0747	-0,1354	-0,1200

Tab. AN 4-4: Bivariate Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den Finanzkennzahlen

	ORG_ GLAUB	ORG_ WOHL	ORG_ GEB	ORG_ VER	PERS_ GLAUB	PERS_ WOHL	PERS_ VER	PERS_VER WOHL
PROD	-0,0809	-0,1464**	-0,0149	0,0389	-0,1172*	-0,1078	-0,1288*	-0,1215*
HAND	0,0605	0,0362	-0,1267*	-0,1138*	-0,0449	-0,0889	0,0273	-0,0386
DIENST	0,0356	0,0930	0,0480	0,0298	0,1365*	0,1443**	0,0333	0,0866
BAU	0,0439	0,0845	0,0381	0,0958	0,0882	0,0617	0,0694	0,0666
KAPGESELL	-0,1110	0,0335	0,2432***	0,0789	-0,0618	0,1614**	0,0541	0,0725
ALTER	-0,1301*	-0,0571	0,0711	-0,1331*	-0,1060	-0,1502**	-0,0713	-0,1245*
ALTER_LN	-0,1279*	-0,0652	0,1542**	-0,1577**	-0,0948	-0,1603**	-0,0892	-0,1371**

Tab. AN 4-5: Korrelationsanalyse der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den unternehmensbezogenen Variablen

	ORG_ GLAUB	ORG_ WOHL	ORG_ GEB	ORG_ VER	PERS_ GLAUB	PERS_ WOHL	PERS_ VER	PERS_ VER_WOHL
INT_BET	0,2874***	0,0521	-0,1988***	-0,0041	0,1447**	0,0831	0,0691	0,0906
DAU_BEZ_ERR	-0,0971	-0,0846	0,1265*	-0,2089***	-0,0668	-0,1662**	-0,1031	-0,1548**
DAU_PERS_ERR	-0,0863	-0,1429**	0,0934	-0,1057	-0,1516**	-0,2343***	-0,2369***	-0,2574***
DAU_BEZ_ERR_LN	-0,0865	-0,0932	0,1356**	-0,2245***	-0,0307	-0,1464**	-0,1062	-0,1384
DAU_PERS_ERR_LN	-0,1182	-0,1487**	0,0574	-0,1181	-0,1494**	-0,2713***	-0,2535***	-0,272
HAUSBANK_K	-0,1011	-0,2930***	-0,2047***	-0,3446***	-0,1278	-0,1485**	-0,2513***	-0,2023***
GK_SALD	-0,1668**	-0,0425	0,3003***	0,0417	-0,0594	-0,0194	0,105	0,0445
GK_LIM_EX	-0,1819***	-0,1695**	-0,0154	-0,0607	-0,1699**	-0,1315	-0,1349*	-0,1413**
GES_KREDIT	-0,1376**	-0,1773***	-0,0033	-0,0433	-0,1854***	-0,1885***	-0,1375**	-0,1839***
ANT_BANK_IN	0,0231	-0,3155***	-0,2245***	-0,3106***	-0,062	-0,1850***	-0,2481***	-0,2175***
ANT_BANK_HB	0,2073*	0,2121*	-0,0564	0,2134*	0,2640**	0,2120*	0,2961***	0,2382**
ANZ_B_AGG	-0,1334*	0,0577	0,1805**	0,0281	-0,0896	0,0058	0,0656	0,0262
ZINS_VERFÜG	-0,1802***	0,0594	0,3468***	0,1439**	0,0036	0,0741	0,2278***	0,1673**
SICH_Q	0,1596**	-0,0951	-0,2656***	-0,1586**	-0,0294	-0,1788**	-0,2041***	-0,1636**
ANT_ZV	-0,0765	-0,3075***	-0,2994***	-0,3585***	-0,1074	-0,1563**	-0,2569***	-0,2320***
DARL	0,1093	-0,0877	-0,2311***	-0,1620**	-0,0947	-0,1585**	-0,1183	-0,0874
ZV_KK	0,0191	0,0438	-0,0438	-0,0862	0,0715	-0,0001	-0,0104	0,0022
VERM_ANL	-0,1062	-0,2099***	-0,0348	-0,2832***	-0,0259	-0,2146***	-0,3346***	-0,2896***
VERSICH	0,0495	-0,1268*	-0,2353***	-0,2090***	-0,043	-0,0956	-0,2039***	-0,1362**
PRIVATKONT	-0,0886	-0,1146*	0,0407	-0,1537**	-0,0179	-0,1251*	-0,2220***	-0,1770**
EL	0,2421***	0,1306*	-0,0424	0,1439**	0,2197***	0,1702**	0,1553**	0,1608**
DIST_UNT	0,0896	0,0159	-0,0072	0,0399	0,0572	-0,0607	0,0274	0,0383
ANZ_BER_J	-0,0031	-0,2931***	-0,2734***	-0,1914***	-0,1645**	-0,2792***	-0,3007***	-0,2932***
ANZ_KONT_J	0,0012	-0,1396**	-0,1477**	-0,1213	-0,0439	-0,1271	-0,2023***	-0,1845***

Tab. AN 4-6: Korrelationsanalyse der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit den beziehungsbezogenen Variablen

	FKB_JÜ30	FKB_30_50	FKB_ÜB50	FKB_BANK	FKB_BERUF_ST	FKB_STUD	MARKTAN_GES	MARKTAN_FK	UMFELD_LÄND
FKB_JÜ30	1,0000								
FKB_30_50	-0,3988***	1,0000							
FKB_ÜB50	-0,1371**	-0,8537***	1,0000						
FKB_BANK	0,0551	-0,1230	0,1016	1,0000					
FKB_BERUF_ST	-0,0776	0,1026	-0,0668	-0,3449***	1,0000				
FKB_STUD	0,2057***	0,0231	-0,1418**	0,0466	-0,0553	1,0000			
MARKTAN_GES	0,3674***	-0,1094	-0,0905	0,2027***	0,0330	-0,0048	1,0000		
MARKTAN_FK	0,3987***	-0,1330	-0,0828	0,1723**	-0,0011	0,0583	0,8792***	1,000	
UMFELD_LÄND	0,1514**	-0,0289	-0,0547	0,1848***	-0,0561	0,0017	0,4025***	0,241***	1,000
UMFELD_LÄSTÄ	-0,1247**	0,0321	0,0362	-0,1272	0,1462**	-0,0129	-0,0815	-0,036	-0,676***
UMFELD_STÄ	-0,0232	-0,0060	0,0197	-0,0599	-0,1191	0,0145	-0,3802***	-0,254***	-0,340***
LEI_WERT_FKB	0,0550	0,1177	-0,1582**	0,0910	0,0865	0,1332	0,3032***	0,384***	0,084
LEI_WERT_BA	-0,0812	-0,2215***	0,2851***	0,0607	-0,0842	-0,0554	0,0321	0,108	-0,070
LEI_VOL	-0,1052	0,1468**	-0,0998	0,1099	0,0149	-0,1000	0,2124***	0,255***	-0,095
LEI_AKT	-0,1236	0,1254	-0,0663	0,0558	0,0606	-0,0936	0,2883***	0,296***	-0,120
LEI_KEIN	0,0062	0,0022	-0,0059	-0,1175	-0,0912	-0,1060	-0,3517***	-0,401***	0,002
RISIKO_BEPREIS	0,0763	0,1419**	-0,1967***	0,0010	-0,0360	0,1538**	-0,0209	0,0594	-0,178***
BIL_BA	-0,0624	-0,1408**	0,1876***	-0,4497***	0,0177	0,0271	-0,2210***	-0,1024	-0,223***

Tab. AN 4-7: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen

	UMFELD_LÄSTÄ	UMFELD_STÄ	LEI_WERT_FKB	LEI_WERT_BA	LEI_VOL	LEI_AKT	LEI_KEIN	RISIKO_BEPREIS	BIL_BA
UMFELD_LÄSTÄ	1,0000								
UMFELD_STÄ	-0,4630***	1,0000							
LEI_WERT_FKB	-0,0358	-0,0563	1,0000						
LEI_WERT_BA	-0,0648	0,1692**	-0,0183	1,0000					
LEI_VOL	0,1211	-0,0406	0,4002***	0,2429***	1,0000				
LEI_AKT	0,1376**	-0,0317	0,2839***	0,2203***	0,6958***	1,0000***			
LEI_KEIN	0,0200	-0,0283	-0,7473***	-0,3475***	-0,4222***	-0,4915***	1,0000		
RISIKO_BEPREIS	0,0544	0,1452**	0,2048**	0,1005	0,1324	0,1550	-0,2649***	1,0000	
BIL_BA	0,0896	0,1537**	-0,0433	-0,0740	-0,0169	-0,1052	0,0896	0,1077	1,0000

Fortsetzung Tab. AN 4-7: Bivariate Korrelationen der bankbezogenen Variablen

Anhang 5: Ergänzende Auswertungen für den Zinssatz

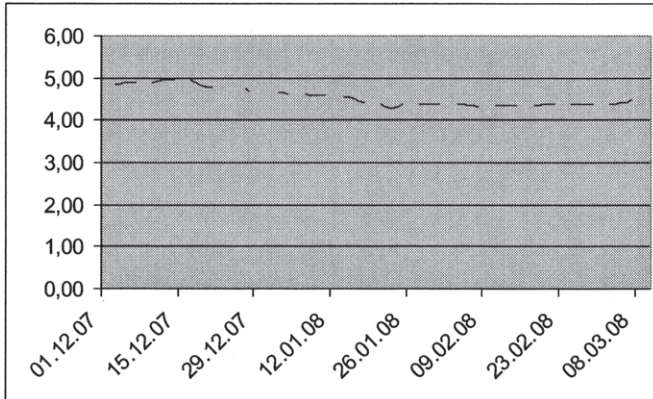


Abb. AN 5-1: Entwicklung des Euribor im Zeitablauf¹⁶⁴⁰

Kontrollvariablen	--	UMSATZ	TSC_QA AGG
ORG_GLAUB	0,2760***	0,2206***	0,2148***
ORG_WOHL	0,0669	0,0323	0,0446
PERS_GLAUB	0,1906***	0,1120	0,1052
PERS_WOHL	0,1859***	0,1647**	0,1687**
ORG_GEB	-0,2319***	-0,2061***	-0,2160***
ORG_VER	0,0796	0,0370	-0,0006
PERS_VER	0,0763	0,0699	0,0470
PERS_VER_WOHL	0,1189	0,1123	0,1066

Tab. AN 5-1: Bivariate und partielle Korrelationen der verhaltenswissenschaftlichen Variablen mit dem Zinssatz

¹⁶⁴⁰ Eigene Darstellung. Datenbasis Bundesbank (2007) und Bundesbank (2008c).

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2		Regression 3	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	9,8584		10,7215		10,5225	
GK LIM EX	0,0000	-0,4688***	0,0000	-0,3783**	0,0000	-0,3369
INT BET	1,3009	0,2744***	1,1320	0,2272***	1,1206	0,2342***
ANT BANK HB	0,0142	0,2222**				
HAUSBANK K			0,0207	0,0051		
ANT BANK IN					0,0030	0,0642***
R		0,6618		0,4443		0,4132
R-Quadrat		0,4380		0,1974		0,1708
Korrigiertes R ²		0,4166		0,1857		0,1582
Signifikanz F-Test		0,0000		0,0000		0,0000
Durbin-Watson		1,8447		1,8725		1,8594
N		203		203		201

Tab. AN 5-2: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (1)

Einflussgröße	Beta	Beta stand.
Konstante	11,4883	19,7260
INT BET	0,9591	2,7277***
DAU BEZ ERR	-0,0046	-0,4244
GK LIM EX	0,0000	-4,0361***
GES KREDIT	0,0000	0,6806
MITGLIED	-0,5538	-2,0022**
ZINS VERFÜG	-0,4250	-1,6151
SICH Q	0,0054	1,3426
ANZ B AGG	-0,1547	-1,2078
DARL	-0,0118	-0,0368
VERM ANL	-0,2346	-0,7998
VERSICH	-0,0434	-0,1604
PRIVATKONT	-0,1788	-0,5485
ANT ZV	0,0062	0,8986
ANT BANK IN	-0,0017	-0,3432
HAUSBANK K	-0,1129	-0,2209
R		0,4995
R-Quadrat		0,2495
Korrigiertes R ²		0,1754
Signifikanz F-Test		1,5535
Durbin-Watson		0,0001
N		167

Tab. AN 5-3: Regression der beziehungsbezogenen Variablen (2)

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	10,3959	0,1810	10,3996	
ORG GLAUB	0,3575	-0,1096*	0,4510 (1)	0,2283***
ORG WOHL	-0,2299	-0,1880		
PERS GLAUB	0,0833	0,1155		
ORG GEB	-0,3644	0,0406**	-0,2951 (2)	-0,1523***
ORG VER	0,0780	0,0420		
PERS WOHL VERB	0,2218	0,1810		
R		0,3291		0,3090
R-Quadrat		0,1083		0,0955
Korrigiertes R ²		0,0800		0,0861
Signifikanz F-Test		0,0013		1,6430
Durbin-Watson		2,0541		1,9296
N		195		195

Tab. AN 5-4: Regression der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Einflussgröße	Regression 1		Regression 2	
	Beta	Beta stand.	Beta	Beta stand.
Konstante	12,1542		12,3202	
BILANZS LN	-0,1411	-0,1100	-0,1954 (5)	-0,1523***
AUSFALLW B	0,1320	0,1177	0,1974 (2)	0,1761**
GK LIM EX	0,0000	-0,3315***	0,0000 (1)	-0,3063***
INT BET	0,6294	0,1279*	0,8383 (4)	0,1703**
MITGLIED	-0,5021	-0,1352**	-0,6328 (3)	-0,1704**
ZINS VERFÜG	-0,3503	-0,1016		
ORG GLAUB	0,1118	0,0560		
ORG WOHL	-0,2435	-0,1155		
PERS GLAUB	0,0037	0,0018		
ORG GEB	-0,1971	-0,1013		
ORG VER	0,1260	0,0651		
PERS WOHL VERB	0,1369	0,0705		
R		0,5632		0,5389
R-Quadrat		0,3172		0,2904
Korrigiertes R ²		0,2714		0,2713
Signifikanz F-Test		0,0000		1,4733
Durbin-Watson		2,0964		1,9819
N		191		191

Tab. AN 5-5: Regression der Finanzkennzahlen, der beziehungsbezogenen und der verhaltenswissenschaftlichen Variablen

Literaturverzeichnis

Akerlof, G.A. (1970):

Markets for Lemons: Quality Uncertainty and the Markets Mechanism, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 84 (1970), No. 3, S. 488-500.

Allen, F. (1990):

The Market for Information and the Origin of Financial Intermediation, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 1 (1990), No. 1, S. 3-30.

Allen, L.; Saunders, A.; Udell, G.F. (1991):

The Pricing of Retail Deposits: Concentration and Information, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 1 (1991), No. 4, S. 335-361.

Allianz (2008):

Allianz verkauft Dresdner Bank an Commerzbank, URL: http://www.allianz.deutschland.de/presse/news/news_2008-08-31.htm, abgerufen am 27.09.2008.

Amtsblatt EU (2003):

Amtsblatt der Europäischen Union (2003/361/EG).

Andaleeb, S.S. (1992):

The Trust Concept: Research Issues for Channels of Distribution, in: Research in Marketing, Vol. 11 (1992), S. 1-34.

Andaleeb, S. S. (1995):

Dependence relations and the moderating role of trust: implications for behavioral intentions in marketing channels, in: International Journal of Research in Marketing, Vol. 12 (1995), No. 2, S. 157-172.

Andaleeb, S.S. (1996):

An Experimental Investigation of Satisfaction and Commitment in Marketing Channels: The Role of Trust and Dependence, in: Journal of Retailing, Vol. 72, No. 1, S. 77-93.

Anderson, J.C.; Gerbing, D.W. (1988):

Structural Equation Modeling in Practise: A Review and Recommended Two-Step Approach, in: Psychological Bulletin, Vol. 103 (1988), No. 3, S. 411-423.

Anderson, J.C.; Gerbing, D.W. (1991):

Predicting the Performance of Measures in a Confirmatory Factor Analysis With a Pretest Assessment of Their Substantive Validities, in: Journal of Applied Psychology, Vol. 76 (1991), S. 732-740.

Anderson, J. C.; Narus, J. A. (1990):

A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships, in: Journal of Marketing, Vol. 54 (1990), No. 1, S. 42-58.

Anderson, J.C.; Weitz, B. (1989):

Determinant of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads, in: Marketing Science, Vol. 8 (1989), No. 4, S. 310-323.

Anderson, E.; Weitz, B. (1992):

The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels, in: Journal of Marketing Research, Vol. 29 (1992), No. 1, S. 18-34.

Andrae, K.A. (1962):

Der industrielle Mittelstand in der Wettbewerbsordnung, Köln 1962.

Andress, H. J.; Jacques, A. H.; Kühnel, S. (1997):

Analyse von Tabellen und kategorialen Daten, Berlin u.a. 1997.

Angele, J. (2007):

Insolvenzen 2006 - Statistisches Bundesamt - Wirtschaft und Statistik 4/2007, S. 352-361.

Angelini, P.; Di Salvo, R.; Ferri, G. (1998):

Availability and cost of credit for small businesses: Customer relationships and credit cooperatives, in: Journal of Banking and Finance, Vol. 22 (1998), S. 925-954.

Aoki, M; Dinc, S. (1997):

Relational Financing as an Institution and its Viability under Competition, Working Paper No. 97011, Stanford University, Department of Economics 1997.

Arabsheibani, G.; De Meza, D.; Maloney, J.; Pearson, B. (2000):

And a vision appeared unto them of a great profit: evidence of self-deception among the self-employed, in: Economic Letters, Vol. 67 (2000), No. 1, S. 35-41.

Arbeitskreis 'Finanzierung' der Schmalenbach-Gesellschaft (1988):

Ansätze zur Gestaltung des Netzes von Bankverbindungen durch eine Unternehmung, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 40. Jg. (1988), Heft 4, S. 739-766.

Arrow, K.J. (1985):

The Economics of Agency, in: Principals and Agents: The Structure of Business, Hrsg.: Pratt, J.W., Zeckhauser, R.J., Boston 1985, S. 37-51.

Axelsohn, B.; G. Easton (1992):

Industrial Networks - A New View of Reality, London 1992.

Backhaus, K.; Voeth, M. (2007):

Industriegütermarketing, München 2007.

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R. (2006):

Multivariate Analysemethoden, Berlin/Heidelberg/New York 2006.

BaFin (2005):

Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft - Rundschreiben 18/2005.

BaFin (2008):

http://www.bafin.de/cln_116/nn_722882/DE/BaFin/Internationales/InternationaleZusammenarbeit/BaselerAusschuss/baselerausschuss__node.html?__nnn=true, abgerufen am 28.08.2008.

Bagozzi, R.P. (1982):

A Field Investigation of Causal Relations Among Cognitions, Affect, Intentions and Behavior, in: *Journal of Marketing Research*, Vol. 19 (1982), S. 562-584.

Bagozzi, R.; Phillips, L. (1982):

Representing and Testing Organizational Theories: A Holistic Construal, in: *Administrative Science Quarterly*, Vol. 27 (1982), S. 459-489.

Bailom, F.; Hinterhuber, H.H.; Matzler, K.; Sauerwein, E. (1996):

Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit, in: *Marketing ZFP*, 18. Jg. (1996), Heft 2, S. 117-126.

Bankhofer, U. (1995):

Unvollständige Daten- und Distanzmatrizen in der Multivariaten Datenanalyse, Bergisch Gladbach/Köln 1995.

Bankhofer, U.; Praxmarer, S. (1998):

Zur Behandlung fehlender Daten in der Marktforschungspraxis, in: *Marketing ZFP*, 20. Jg. (1998), Heft 2, S. 109-118.

Barro, R.J. (1976):

Rational Expectations and the Role of Monetary Policy, in: *Monetary Economy*, Vol 2 (1976), No. 1, S. 1-32.

Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2004):

Internationale Konvergenz der Kapitalmessung und Eigenkapitalanforderungen. Überarbeitete Rahmenvereinbarung, Basel 2004.

Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht (2006):

Basel Committee on Banking Supervision Results of the fifth quantitative impact study (QIS 5), Basel 2006.

Bejou, D. (1997):

Relationship marketing: Evolution, present state, and future, in: *Psychology and Marketing*, Vol. 14 (1997), No. 8, S. 727-735.

Berekhoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (2001):

Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden 2001.

Berens, W.; Knappkötter, R.; Segbers, K.; Siemes, A.; Ullrich, T. (2005):

Der Firmenkundenkredit - Kreditprozess, Informationsbeschaffung und Kundenorientierung, in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, 58. Jg. (2005), Heft 15, S. 784-789.

Berens, W.; Högemann, B.; Segbers, K. (2005):

Das mittelständische Unternehmen - Status Quo und Perspektiven der Finanzierung, in: *Unternehmensentwicklung mit Finanzinvestoren - Eigenkapitalstärkung, Wertsteigerung, Unternehmensverkauf*, Hrsg.: Berens, W., Brauner, H.U., Frodermann, J., Stuttgart 2005, S. 7-30.

Berger, A.N.; Kashyap, A.K.; Scalise, J.M. (1995):

The transformation of the U.S. banking industry: What a long, strange trip it's been, in: *Brookings Papers on Economic Activity*, 1995, S. 55-218.

Berger, A.N.; Udell, G.F. (1990):

Collateral, loan quality, and bank risk, in: *Journal of Monetary Economics*, Vol. 25 (1990), S. 21-42.

Berger, A.N.; Udell, G.F. (1992):

Some evidence on the empirical significance of credit rationing, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 100 (1992), No. 5, S. 1047-1077.

Berger, A.N.; Udell, G.F. (1995):

Relationship lending and lines of credit in small firm finance, in: *Journal of Business*, Vol. 68 (1995), No. 3, S. 351-382.

Berger, A.N.; Udell, G.F. (1996):

Universal banking and the future of small business lending, in: *Financial System Design: The Case for Universal Banking*, Hrsg.: Saunders, A.; Walter, I., Burr Ridge 1996, S. 559-627.

Berlin, M. (1996):

For Better and For Worse: Three Lending Relationships, *Business Review*, Federal Reserve Bank of Philadelphia, December 1996, S. 3-12.

Berlin, M., Mester, L.J. (1998):

On the profitability and cost of relationship lending, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22 (1998), S. 873-897.

Berry, L.L.; Parasuraman, A. (1991):

Marketing Services: Competing Through Quality, New York 1991.

Besanko, D.; Thakor, A. (1987a):

Collateral and Rationing: Sorting Equilibria in Monopolistic and Competitive Credit Markets, in: *International Economic Review*, Vol. 28 (1987), S. 671-698.

Besanko, D.; Thakor, A. (1987b):

Competitive equilibrium in the credit market under asymmetric information, in: *Journal of Economic Theory*, Vol. 42 (1987), S. 167-182.

Bester, H. (1985):

Screening vs. Rationing in Credit Markets with Imperfect Information, in: *American Economic Review*, Vol. 75 (1985), S. 850-855.

Bester, H. (1987):

The role of collateral in credit markets with imperfect information, in: *European Economic Review*, Vol. 31 (1987), No. 4, S. 887-899.

Bester, H. (1994):

The Role of Collateral in a Model of Debt Renegotiation, in: *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 26 (1994), No. 1, S. 72-86.

Bester, H.; Hellwig, M. (1989):

Moral Hazard and Equilibrium Credit Rationing: An Overview of the Issues, in: Agency Theory, Information, and Incentives, Hrsg.: Bamberg, G., Spremann, K., Berlin u.a. 1989, S. 135-166.

BGH (1998):

BGH NJW (1998) 2047.

Bhattacharya, S.; Chiesa, G. (1995):

Proprietary information, financial intermediation and research incentives, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 4 (1995), No. 4, S. 328-357.

Bhattacharya, S.; Thakor, A. (1993):

Contemporary banking theory, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 3 (1993), No. 1, S. 2-50.

Bickel, W. (1962):

Das unbestrittene Feld kleiner und mittlerer Wirtschaftseinheiten in der gewerblichen Wirtschaft der Bundesrepublik Deutschland, Diss. Universität Mannheim, Mannheim 1962.

Bigley, Gregory A.; Pearce, J. L. (1998):

Straining for shared meaning in organization science: problems of trust and distrust, in: Academy of Management Review, Vol. 23 (1998), No. 3, S. 405-421.

Bigus, J.; Langer, T.; Schiereck, D. (2005):

Warum gibt es Kreditsicherheiten?, in: Kredit und Kapital, 38. Jg. (2005), Heft 4, S. 573-618.

Billet, M.T.; Flannery, M.J.; Garfinkel, J.A. (1995):

The Effect of Lender Identity on a Borrowing Firm's Equity Return, in: Journal of Finance, Vol. 50 (1995), No. 2, S. 699-718.

Black, F. (1975):

Bank funds management in an efficient market, in: Journal of Financial Economics, Vol. 2 (1975), No. 4, S. 323-339.

Blackwell, N.R.; Santomero, A.M. (1982):

Bank credit rationing and the customer relation, in: Journal of Monetary Economics, Vol. 9 (1982), No. 1, S. 121-129.

Blackwell, D.W.; Winters, D.B. (1997):

Banking relationships and the effect of monitoring in loan pricing, in: Journal of Financial Research, Vol. 20 (1997), S. 275-289.

Bleymüller, J.; Gehlert, G.; Gülicher, H. (2008):

Statistik für Wirtschaftswissenschaftler - WiSt-Studienkurs, München 2008.

Bliemel, F.W.; Eggert, A. (1997):

Relationship Marketing under Fire, Kaiserslautener Schriftenreihe Marketing, Nr. 4/97, Lehrstuhl für Marketing der Universität Kaiserslautern, Kaiserslautern 1997.

Blois, Keith J. (1999):

Trust in Business Relationships: an evaluation of its status, in: *Journal of Management Studies*, Vol. 36 (1999), No. 2, S. 197-215.

BMWI (2004):

Der Mittelstand in der Bundesrepublik Deutschland: Eine volkswirtschaftliche Bestandsaufnahme, BMWI Dok. 561, URL: <http://ifm-bonn.org/assets/documents/BMWI-Dokumentation-561.pdf>, abgerufen am 08.08.2008.

Boehm-Bezing, C.L. (2002):

Zukunftsstrategien im mittelständischen europäischen Firmenkundengeschäft, in: *Handbuch Firmenkundengeschäft*, Hrsg.: Juncker, K.; Priewasser, E., Frankfurt 2002, S. 81-90.

Bongartz, U. (2001):

Investment-Banking: Die Internet-Herausforderung, in: *Die Bank*, Jg. 2001, Heft 1, S. 16-20.

Borooah, V.K. (2002):

Logit and Probit: Ordered and Multinomial Models, Thousand Oaks 2002.

Boot, A.W.A. (2000):

Relationship banking: What do we know?, in: *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 9 (2000), No. 1, S. 7-25.

Boot, A.W.A.; Thakor, A.V. (1994):

Moral hazard and secured lending in an indefinitely repeated credit market game, in: *International Economic Review*, Vol. 35 (1994), No. 4, S. 899-920.

Boot, A.W.A.; Thakor, A.V. (2000):

Can relationship banking survive competition?, in: *Journal of Finance*, Vol. 55 (2000), No. 2, S. 679-713.

Boot, A.W.A.; Thakor, A.V.; Udell, G.F. (1991):

Credible commitments, contract enforcement problems and banks: Intermediation as credibility assurance, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 15 (1991), No. 3, S. 605-632.

Börner, C. J. (2005):

Konzeptioneller Rahmen: Strategisches Management und Strategieparameter, in: *Bankstrategien im Firmenkundengeschäft Konzeption - Management - Dimensionen*, Hrsg.: Börner, C. J.; Maser, H.; Schulz, T.C., Wiesbaden 2005, S. 31-63.

Börner, C.J.; Maser, H.; Schulz, T.C. (2005):

Kreditgeschäft am Scheideweg? Thesen, Probleme und Lösungsansätze für das Firmenkundengeschäft der Banken in: *Bankstrategien im Firmenkundengeschäft Konzeption - Management - Dimensionen*, Hrsg.: Börner, C. J.; Maser, H.; Schulz, T.C., Wiesbaden 2005, S. 11-30.

Bortz, J. (2005):

Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin et al. 2005.

Bortz, J.; Döring, N. (2006):

Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaften, Heidelberg 2006.

Boyd, J.H.; Prescott, E.C. (1986):

Financial intermediary-coalitions, in: *Journal of Economic Theory*, Vol. 38 (1986), No. 2, S. 211-232.

Breuer, W. (1995):

Finanzintermediation und Reputationseffekte, in: *Kredit und Kapital*, 28 Jg. (1995), S. 516-533.

Brezski, E. (2006):

Mezzanine - Eine moderne Finanzierungsform für den Mittelstand, in: *foerderland - Wissen für Gründer*, URL: <http://www.foerderland.de/fachbeitraege/beitrag/Mezzanine-Eine-moderne-Finanzierungsform-fuer-den-Mittelstand/f2c569f1a8/>, abgerufen am: 08.08.2008.

Broecker, T. (1990):

Creditworthiness Tests and Interbank Competition, in: *Econometrica*, Vol. 58 (1990), No. 2, S. 429-452.

Brosius, F. (2002):

SPSS 11, Bonn 2002.

Buchanan, B. (1974):

Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations, in: *Administrative Science Quarterly*, Vol. 19 (1974), No. 4, S. 533-546.

Büchs, M.J. (1991):

Zwischen Markt und Hierarchie - Kooperation als alternative Kooperationsform, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Ergänzungsheft 1, 1991, S. 1-37.

Bühl, A.; Zöfel, P. (2005):

SPSS 12, München 2005.

Bühner, M. (2004) :

Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, München u.a. 2004.

Bundesbank (2003):

Monatsbericht Dezember 2003, Frankfurt 2003.

Bundesbank (2005):

Ergebnisse der vierten Auswirkungsstudie zu Basel II, Frankfurt 2005.

Bundesbank (2006a):

Monatsbericht Dezember 2006, Frankfurt 2006.

Bundesbank (2006b):

Bundesbank: Entwicklung des Bankstellennetzes im Jahr 2005, URL: www.bundesbank.de/download/bankenaufsicht/pdf/bankstellenbericht06.pdf, abgerufen am 08.08.2008.

Bundesbank (2007):

Zeitreihe ST0316: Geldmarktsätze/EURIBOR- Dreimonatsgeld/Tagessatz, URL: http://www.bundesbank.de/statistik/statistik_zeitreihen.php?open=&func=row&tr=ST0316&year=2007, abgerufen am 08.08.2008.

Bundesbank (2007b):

Bankenstatistik Juli 2007 -Statistisches Beiheft 1 zum Monatsbericht Juli 2007, Frankfurt 2007.

Bundesbank (2008a):

Hochgerechnete Angaben aus Jahresabschlüssen deutscher Unternehmen, URL: http://www.bundesbank.de/download/statistik/stat_sonder/statso5_1994_2006.xls, abgerufen am 08.08.2008.

Bundesbank (2008b):

Verhältniszahlen aus Jahresabschlüssen deutscher Unternehmen von 2005 bis 2006 http://www.bundesbank.de/download/statistik/stat_sonder/statso6_2005_2006_vorl_aeufig.xls, abgerufen am 08.08.2008.

Bundesbank (2008c):

Zeitreihe ST0316: Geldmarktsätze / EURIBOR Dreimonatsgeld / Tagessatz, URL: http://www.bundesbank.de/statistik/statistik_zeitreihen.php?open=&func=row&tr=ST0316&year=2008, abgerufen am 08.08.2008.

Bundesbank (2008d):

Monatsbericht Juni 2008, URL: http://www.bundesbank.de/download/volkswirtschaft/monatsberichte/2008/200806mb_bbk_1a.pdf, abgerufen am 08.08.2008.

Burghof, H.P. (2000):

Credit and information in universal banking, in: Schmalenbach Business Review, Vol. 52 (2000), No. 3, S. 282-309.

Büschgen, H. E. (1998):

Bankbetriebslehre, Wiesbaden 1998.

Busse von Colbe, W.; Hammann, P.; Laßmann, G. (1992):

Betriebswirtschaftstheorie Band 2, Absatztheorie, Berlin et al. 1992.

Busse von Colbe, W. (1964):

Die Planung der Betriebsgröße, Wiesbaden 1964.

Bussiek, J. (1994):

Anwendungsorientierte Betriebswirtschaftslehre für Klein- und Mittelunternehmen, München/Wien 1994.

Butler, J. K. (1991):

Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of *trust* Inventory, in: Journal of Management, Vol. 17 (1991), No. 3, S. 643-663.

BVR (2005):

Ergebnisse der vierten quantitativen Auswirkungsstudie zu den neuen Eigenkapitalregelungen (QIS 4) für die Kreditgenossenschaften Az.: BIZ-QIS, Vermerk, Berlin 2005.

BVR (2007a):

Konsolidierter Jahresabschluss des genossenschaftlichen Finanzverbundes 2006, Berlin 2007.

BVR (2007b):

Zinsanpassungsklausel 2001, Einführung der Zinsänderungsklausel 2007, Vermerk 2. Juli 2007, 2007.

BVR (2007c):

Entwicklung der Volks- und Raiffeisenbanken ab 1970, URL: [http://www.bvr.de/public.nsf/199E06BCBAE5F69FC1257134003D2A8F/\\$FILE/070305%20wk%20zahlen-ab1970.pdf](http://www.bvr.de/public.nsf/199E06BCBAE5F69FC1257134003D2A8F/$FILE/070305%20wk%20zahlen-ab1970.pdf), abgerufen am 04.08.2008.

BVR (2008a):

Alle Volks- und Raiffeisenbanken per Ende 2007, URL: [http://www.bvr.de/public.nsf/EED3EEC9F7C7273AC1256F87003532A6/\\$FILE/alle_banken_2007.pdf](http://www.bvr.de/public.nsf/EED3EEC9F7C7273AC1256F87003532A6/$FILE/alle_banken_2007.pdf), abgerufen am 04.08.2008.

BVR (2008b):

Alle Volks- und Raiffeisenbanken per Ende 2007, URL: [http://www.bvr.de/public.nsf/42EC3DEBD4CF856FC1257134003C1BAB/\\$FILE/entwickl2007.pdf](http://www.bvr.de/public.nsf/42EC3DEBD4CF856FC1257134003C1BAB/$FILE/entwickl2007.pdf), abgerufen am 04.08.2008.

BVR (2008c):

URL: <http://www.bvr.de/public.nsf/index.html!ReadForm&main=3&sub=20>, abgerufen am 04.08.2008.

Cassier, S. C. (1976):

Mittelständische Unternehmen und Finanzierung, in: Handwörterbuch der Finanzwirtschaft, Bd. 2, Hrsg.: Büschgen, H.E. u.a., Stuttgart 1976.

Chan, Y.S.; Kanatas, G. (1985):

Asymmetric Valuations and the Role of Collateral in Loan Agreements, in: Journal of Money, Credit, and Banking, Vol. 17 (1985), No. 1, S. 84-95.

Chan, Y.S.; Thakor A.V. (1987):

Collateral and Competitive Equilibria with Moral Hazard and Private Information, in: Journal of Finance, Vol. 42 (1987), No. 2, S. 345-363.

Churchill, G.A. (1979):

A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, in: Journal of Marketing Research, Vol. 19 (1979), No. 1, S. 491-504.

Coase, R.H. (1963):

The Nature of the Firm, in: Readings in Price Theory, Hrsg.: Stigler, G.J., Boulding, K.E., London 1963, S. 331-351, Wiederabdruck des Artikels aus: *Economica*, Vol. 4 (1937), S. 386-405.

Cole, R. A. (1998):

The importance of relationship to the availability of credit, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22 (1998), No. 6-8, S. 959-977.

Cole, R.A.; Goldberg, L.G.; White, L.J. (2001):

Cookie-Cutter versus Character: The Micro-Structure of Small Business Lending by Large and Small Banks, EFA 2002 Berlin Meetings Discussion Paper, gehalten am 14. Februar 2002.

Cole, Rebel A.; Wolken, John D. (1995):

Financial services used by small businesses: Evidence from the 1993 national survey of small business finances, in: *Federal Reserve Bulletin*, Vol. 81 (1995), S. 629-639.

Coleman, J. S. (1982a):

Systems of trust: A rough theoretical framework, in: *Angewandte Sozialforschung*, 10. Jg. (1982), Heft 3, S. 277-299.

Coleman, J. S. (1982b):

Vertrauen als Eigenschaft von Interaktionssystemen Entwurf eines theoretischen Bezugsrahmens, in: *Angewandte Sozialforschung*, 10. Jg. (1982), Heft 3, S. 301-307.

Comdirect (2008):

URL:

<http://isht.comdirect.de/html/detail/main.html?sTab=overview&sCat=CUR&sSym=DUSDEUR.TGT>, abgerufen am 07.07.2008.

Cortina, J.M. (1993):

What Is Coefficient Alpha? An Examination of Theory and Applications, in: *Journal of Applied Psychology*, Vol. 78 (1993), No. 1, S. 98-104.

Cromme, G. (2008):

Gute Corporate Governance als Bindeglied zwischen Banken und Unternehmen, in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, 61. Jg. (2008), Heft 10, S. 431-433.

Crosby, L.A.; Evans, K.R.; Cowles, D. (1990):

Relationship Quality in Services Selling - An Interpersonal Influence Perspective, in: *Journal of Marketing*, Vol. 54 (1990), No. 3, S. 68-81.

Curral, S. C.; Judge, T. A. (1995):

Measuring Trust between Organizational Boundary Role Persons, in: *Organizational Behavior and Human Decision Process*, Vol. 64 (1995), No. 2, S. 151-170.

D'Auria, C.; Foglia, A.; Reedtz, P. M. (1999):

Bank interest rates and credit relationships in Italy, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 23 (1999), No. 7, S. 1067-1093.

Dahmen, A.; Jacobi, P. (1997):

Firmenkundengeschäft der Kreditinstitute, Frankfurt 1997.

De Meza, D. (2002):

Overlending?, in: *Economic Journal*, Vol. 112 (2002), February, S. F17-F31.

De Meza, D.; Southey, C. (1996):

The Borrower's Curse: Optimism, Finance and Entrepreneurship, in: *Economic Journal*, Vol. 106 (1996), S. 375-386.

Degryse, H.; Ongena, S. (2005):

Distance, Lending Relationships, and Competition, in: *Journal of Finance*, Vol. 60 (2005), No. 1, S. 231-266.

Degryse, H.; Van Cayseele, P. (1998):

Relationship Lending within Bank-Based System, Discussion Paper, Center for Economic Studie, Leuven 1998.

Degryse, H.; Van Cayseele, P. (2000):

Relationship Lending within Bank-Based System: Evidence from European Small Business Date, in: *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 9 (2000), No. 1, S. 90-109.

Dell'Aricecia, G.; Marquez, R. (2004):

Information and bank credit allocation, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 72 (2004), No. 1, S. 185-214.

Detragiache, E.; Garella, P.; Guiso, L. (2000):

Multiple versus single banking relationship, in: *Journal of Finance*, Vol. 55 (2000), No. 3, S. 1133-1161.

Deutsch, M. (1962):

Cooperation and Trust: Some Theoretical Notes, in: *Nebraska Symposium on Motivation*, Hrsg.: Jones, M.R., Lincoln 1962, S. 275-319.

Diamond, D.W. (1984):

Financial Intermediation and Delegated Monitoring, in: *Review of Economic Studies*, Vol. 51 (1984), No. 3, S. 393-414.

Diamond, D.W. (1989):

Reputation acquisition in debt markets, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 97 (1989), No. 4, S. 828-862.

Diamond, D.W. (1991):

Monitoring and reputation: The choice between bank loans and directly placed debt, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 99 (1991), No. 4, S. 689-721.

Diaz-Bone, R. (2006):

Statistik für Soziologen, Konstanz 2006.

Diller, H. (1994):

Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven des Beziehungsmanagement, in: *Beziehungsmarketing - neue Wege zur Kundenbindung*, Dokumentation des Workshops vom 24. Juni 1994, Hrsg.: Meffert, H.; Wagner, H.; Backhaus, K., Münster 1994, S. 6-30.

Diller, H.; Kusterer, M. (1988):

Beziehungsmanagement, in: Marketing ZFP, 10. Jg (1988), Heft 3, S. 211-220.

Doberanzke, V. (1993):

Exklusive Finanzierung mittelständischer Unternehmen, Schriftenreihe für Kreditwirtschaft und Finanzierung, Bd. 16, zugl. Frankfurt (Main), Univ., Diss, 1992 Wiesbaden 1993.

Doney, P.; Cannon, J. (1997):

An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller-Relationships, in: Journal of Marketing, Vol. 61 (1997), No. 2, S. 35-51.

DSGV (2006a):

Märkte 2006, Berlin 2006.

DSGV (2006b):

Mindestanforderungen an das Risikomanagement - Interpretationsleitfaden, Version 1.0, 2006.

Duca, J.V. (1998):

Comment on Cole, in: Journal of Banking and finance, Vol. 22 (1998), No. 6-8, S. 978-981.

Duca, J.V.; Rosenthal, S.S. (1993):

Borrowing constraints, household debt, and racial discrimination in loan markets, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 3 (1993), No. 1, S. 77-103.

Dufey, G.; U. Hommel (1999):

Financing the German Mittelstand, in: Structure and Dynamics of the German Mittelstand, WHU Koblenz - Otto Beisheim Graduate School of Management (Hrgs.), Heidelberg 1999, S. 183-228.

Dwyer, F.R.; R.R. Lagace (1987):

On the nature and role of buyer-seller trust, in: Journal of Marketing, Vol. 51 (1987), No. 2, S. 11-27

Dwyer, F.R.; Schurr, P.H.; Oh, S. (1987):

Developing buyer-seller relationships, in: Journal of Marketing, Vol. 51 (1987), No. 2, S. 11-27.

Dwyer, F.R.; Oh, S. (1987):

Output Sector Munificence Effects on the Internal Political Economy of Marketing Channels, in: Journal of Marketing Research, Vol. 24, S. 347-358.

DZ Bank (2008a):

DZ Bank Geschäftsbericht 2007, Frankfurt 2008.

DZ Bank (2008b):

URL: http://www.dzbank.de/unternehmen/index.jsp;jsessionid=0000cjYBny-hjw-RQ-9TYuiviNtN:10mv51hct?path=/dz_profil_dzbank_portrait.html, abgerufen am 12.08.2008.

DZ Equity Partner (2008):

URL:http://www.dzbank.de/internet_gr/index.jsp;jsessionid=0000BPVrHL8hEX - OG49sfsMTnlkh:10f7pcc35?_DARGS=/internet_gr/navigation/nav_main_level3.jsp_A&_DAV=Wir__ber_uns&mDE=Wir__ber_uns&mZE=dz_equity_partner&rname=internet_gr_konzerntochter&mEE=konzerntochter&path=/konzerntochter/dz_equity_partner/Wir__ber_uns&flagNav=true&fname=index.html, abgerufen am 12.08.2008.

Ebers, M.; Gotsch, W. (2006):

Institutionenökonomische Theorien der Organisation, in: Organisationstheorien, Hrsg.: Kieser, A. u.a., Stuttgart, 2006, S.199-251.

Eggert, A. (1999):

Kundenbindung aus Kundensicht, Wiesbaden 1999.

Eggert, A. (2000):

Konzeptualisierung und Operationalisierung der Kundenbindung aus Kundensicht, in: Marketing ZFP, 22. Jg. (2000), Heft 2, S. 119-130.

Eggert, A. (2002):

Der Einfluss elektronischer Medien auf Geschäftsbeziehungen Eine empirische Studie am Beispiel des Electronic Banking, in: Marketing ZFP, 24. Jg. (2002), Heft 3, S. 195-205.

Eller, R.; Gruber, W.; Reif, M. (Hrsg.) (2003):

Handbuch MaK: Organisation - Risikoklassifizierung - Kreditbepreisung, Stuttgart 2003.

Elsas, R. (2001):

Die Bedeutung der Hausbank, Wiesbaden 2001.

Elsas, R. (2005):

Empirical Determinants of Relationship Lending, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 14 (2005), No. 1, S. 32-57.

Elsas, R.; Krahen, J.P. (1998):

Is relationship lending special? Evidence from credit-file data in Germany, in: Journal of Banking and Finance, Vol. 22. (1998), No. 10-11, S. 1283-1316.

Elsas, R.; Krahen, J.P. (2002):

Collateral, Default Risk, and Relationship Lending: An Empirical Study on Financial Contracting, Center for Financial Studies, Working Paper, Frankfurt am Main, Version vom 23. Dezember 2002.

Ennew, C. T.; Binks, M. (1995):

The Provision of Finance to Small Businesses: Does the Banking Relationship Constrain Performance, in: Journal of Small Business Finance, Vol. 4 (1995), No. 1, S. 57-73.

EU Kommission (2001):

Verständigung über Anstaltslast und Gewährträgerhaftung, URL: http://www.-lbbw.de/imperia/md/content/lbbwde/investorrelations/de/verstaendigung_eu.pdf, abgerufen am 08.08.2008.

EU Kommission (2003a):

KMU-Definition, URL: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_de.htm, abgerufen am 04.08.2008.

EU Kommission (2003b):

Empfehlung der EU-Kommission - betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen - vom 6. Mai 2003 (2003/361/EG).

Euler Hermes Kreditversicherung (2005):

FiKomM - FinanzKommunikation im Mittelstand, Hamburg 2005.

EZB (1998):

Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften (98/C 412/01).

Fama, E.F. (1980):

Banking in the theory of finance, in: Journal of Monetary Economics, Vol. 6 (1980), No. 1, S. 39-57.

Fama, E.F. (1985):

What's different about banks?, in: Journal of Monetary Economics, Vol. 15 (1985), No. 1, S. 29-39.

Farinha, L.A.; Santos, J.A.C. (2002):

Switching from Single to Multiple Bank Lending Relationships: Determinants and Implications, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 11 (2002), No. 2, S. 124-151.

FAZ (2005):

<http://www.faz.net/s/RubC9401175958F4DE28E143E68888825F6/Doc~E852C40081CD94F51A18860208FB40DFA~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, abgerufen am 12.08.2008.

Fazzari, S.M.; Hubbard, R.G.; Petersen, B.C. (1988):

Financing constraints and corporate investment, in: Brookings Papers on Economic Activity, Vol. 1988, No. 1, S. 141-206.

Finanzierungs-Report (2004):

Finanzierungs-Report, in: Finanz Betrieb, 4. Jg. (2004), Heft 4, S. 269-270.

Fischer, K. (1990):

Hausbankbeziehungen als Instrument der Bindung zwischen Banken und Unternehmen, Bonn 1990.

Fisman, R.; Khanna, T. (1999):

Is trust a historical residue? Information flows and trust levels, in: *Journal of Economic Behaviour and Organization*, Vol. 38 (1999), No. 1, S. 79-92.

Flacke, K. (2007):

Controlling in mittelständischen Unternehmen - Ausgestaltung, Einflussfaktoren der Instrumentennutzung und Einfluss auf die Bankkommunikation, Westfälische Wilhelmsuniversität Münster, Münster 2007.

Flacke, K.; Siemes, A. (2005):

Veränderte Finanzierungsrahmenbedingungen für den Mittelstand und dessen Unternehmenscontrolling; in: *Controlling*, Heft 4-5/2005, S. 251-260.

Ford, D. (1978):

Stability Factors in industrial marketing channels, in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 7 (1978), No. 6, S. 410-422.

Ford, D. (1990):

The Development of Buyer-Seller Relationships in Industrial Markets in: *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks*, Hrsg.: Ford, D., London u.a. 1990, S. 42-57, Wiederabdruck des Artikels aus: *European Journal of Marketing*, Vol. 14 (1980), No.5/6, S. 339-354.

Ford, D.; Håkansson; H. Johanson, J. (1986):

How do companies interact? in: *Industrial Marketing and Purchasing*, Vol. 1 (1986), No. 1 (1986), S. 25-41.

Fornell, C.; Larcker, D.F. (1981):

Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, in: *Journal of Marketing Research*, Vol. 18 (1981), No. 1, S. 39-50.

Freixas, X.; Rochet, J.C. (1997):

Microeconomics of Banking, Cambridge u.a. 1997.

Ganesan, S. (1994):

Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships, in: *Journal of Marketing*, Vol. 58 (1994), No. 2, S. 1-19.

Ganesan, S.; Hess, R. (1997):

Dimensions and levels of trust: Implications for commitment to a relationship, in: *Marketing Letters*, Vol. 8 (1997), No. 4, S. 439-448.

Gantzel, K. J. (1962):

Wesen und Begriff der mittelständischen Unternehmung, Köln/Opladen 1962.

Garczorz, I.; Jochims, M. (2004):

Ganzheitliche Optimierung der Kreditbearbeitung und MaK, in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, 57. Jg. (2004), Heft 13, S. 31-36.

Gaydoul, P. (1980):

Controlling in der deutschen Unternehmenspraxis, Darmstadt 1980.

Geiseler, C. (1999):

Das Finanzierungsverhalten kleiner und mittlerer Unternehmen, Wiesbaden 1999.

Gemünden, H.G. (1990):

Innovationen in Geschäftsbeziehungen und Netzwerken, Karlsruhe 1990.

Genossenschaftsgesetz (2007):

Genossenschaftsgesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 16. Oktober 2006 (BGBl. I S. 2230), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 3. September 2007 (BGBl. I S. 2178).

Gerpott, T.J.; Mahmudova, I. (2006):

Ordinale Regression - Eine anwendungsorientierte Einführung, in: WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 35. Jg. (2006), Heft 9, S. 495-498.

Gertler, M.; Gilchrist, S.G. (1994):

Monetary policy, business cycles and the behaviour of small manufacturing firms, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 109 (1994), No. 2, S. 309-340.

Göbel, E. (2002):

Neue Institutionenpolitik. Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendungen, Stuttgart 2002.

Goldberg, V.P. (1976):

Regulation and Administered Contracts, in: Bell Journal of Economics and Management Science, Vol. 7 (1976), No. 2, S. 426-448.

Greenbaum, S.I.; Kanatas, G.; Venezia, I. (1989):

Equilibrium loan pricing under the bank-client relationship, in: Journal of Banking and Finance, Vol. 13 (1989), No. 2, S. 221-235.

Greenbaum, S.I.; Thakor, A.V. (1995):

Contemporary Financial Intermediation, Dryden u.a. 1995.

Groß, Th.; Michaelis, H. (2002):

Wertschöpfungskettenmanagement im Firmenkundengeschäft einer Bank, in: Handbuch Firmenkundengeschäft, Hrsg.: Juncker, K.; Priewasser, E., Frankfurt 2002, S. 163-176.

Grosskopf, W. (1989):

Strukturfragen der deutschen Genossenschaften - Der Förderungsauftrag moderner Genossenschaftsbanken und seine Umsetzung in die Praxis, Frankfurt 1989.

Grüger, W. (1991):

Strategische Maßnahmen zur Förderung des Image einer Bankengruppe am Beispiel der Kreditgenossenschaften, in: Handbuch des Bankmarketing, Süchting, J.; van Hooven, E.(Hrsg.):, Wiesbaden 1991, S. 367-375.

Grünberg, E. (1932):

Der Mittelstand in der kapitalistischen Gesellschaft. Eine ökonomische und soziologische Untersuchung, Leipzig/Hirschfeld 1932.

Grüntker, H.; Kühn, S. (2007):

Basel II: Pilotprojekt zur aufsichtsrechtlichen Abnahme der internen Ratingsysteme, in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, 60. Jg. (2007), Heft 14, S. 716-717.

Günterberg, B.; Wolter, H.J. (2002):

Mittelstand in der Gesamtwirtschaft - Anstelle einer Definition-, in: Unternehmensgrößenstatistik 2001/2002, Hrsg.: Institut für Mittelstandsforschung Bonn, Bonn 2002, S. 1-22.

Günterberg, B.; Kayser, G. (2004):

SMES in Germany, Facts and Figures 2004, Bonn 2004.

Günzel, D. (1975):

Das betriebswirtschaftliche Größenproblem kleiner und mittlerer industrieller Unternehmen, Göttingen 1975.

Hadwich, K. (2003):

Die Rolle der Beziehungsqualität im Relationship Marketing, Wiesbaden 2003.

Hahn, H.; Meyer, H. (2003):

Rechnungswesen für Büroberufe, Troisdorf 2003.

Håkansson, H. (Hrsg.) (1982):

International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Introduction Approach, Chichester u.a. 1982.

Hallén, L.; Johanson, J.; Seyed-Mohamed, N. (1991):

Interfirm adaption business relationships, in: Journal of Marketing, Vol. 55 (1991), No. 2, S. 29-37.

Hamer, E. (1987):

Das mittelständische Unternehmen. Eigenarten, Bedeutung, Chancen und Risiken, Stuttgart 1987.

Hannemann, R.; Schneider, A.; Hanenberg, L. (2003):

Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft (MaK) - Eine einführende Kommentierung, Stuttgart 2003.

Harhoff, D.; Körting, T. (1998a):

Lending relationships in Germany - Empirical evidence from survey data, Working Paper.

Harhoff, D.; Körting, T. (1998b):

Lending relationships in Germany - Empirical evidence from survey data, in: Journal of Banking and Finance, 22. Jg. (1998), No. 10, S. 1317-1353.

Hartmann-Wendels, T.; Pfingsten, A.; Weber, M. (2007):

Bankbetriebslehre, Berlin u.a. 2007.

Hauswald, R.; Marquez, R. (2002):

Competition and strategic information acquisition in credit markets, Working Paper, Social Science Research Network, 2002.

Hellwig, M. (1991):

Banking, Financial Intermediation, and Corporate Finance, in: European Financial Integration, Giovanni, A., Mayer, C. (Hrsg.), Cambridge University Press, Cambridge 1991, S. 35-63.

Hellwig, M. (1997):

Unternehmensfinanzierung, Unternehmenskontrolle und Ressourcenallokation: Was leistet das Finanzsystem?, in: Finanzmärkte, Hrsg.: Gahlen, B., Hesse, H., Ramser, H.J., Tübingen 1997, S. 211-243.

Hempelmann, B.; Lürwer, M. (2003):

Der Customer Lifetime Value – Ansatz zur Bestimmung des Kundenwertes, in: Wi-Su, Das Wirtschaftsstudium, 32. Jahrgang 2003, Heft 3, S. 336–341.

Hester, D. (1979):

Customer relationships and terms of loans: Evidences from a pilot survey. in: Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 11 (1979), No. 3, S. 349-357.

Heydebreck, P. (1995):

Technologische Verflechtung: ein Instrument zum Erreichen von Produkt- und Prozessinnovationserfolg, Frankfurt 1995.

Hinderer, M. (1984):

Die mittelständische Unternehmung: Selbstverständnis in der Marktwirtschaft – Analyse und Strategie, München 1984.

Hirschmann, E.C.; Holbrook, M.B. (1982):

Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, in: Journal of Marketing, Vol. 46 (1982), No. 3, S. 92-101.

Hodgman, D.R. (1963) :

Commercial Bank Loan and Investment Policy, Bureau Economics and Business Research, University of Illinois, Champaign, 1963.

Homans, G.C. (1950):

The Human Group, New York 1950.

Homburg, C. (2000):

Kundennähe von Industriegüterunternehmen: Konzeption - Erfolgsauswirkungen - Determinanten, Wiesbaden 2000.

Homburg, C.; Giering, A. (1996):

Konzeptualisierung und Operationalisierung komplexer Konstrukte - Ein Leitfaden für die Marketingforschung, in: Marketing ZFP, 18. Jg (1996), Heft 1, S. 5-24.

Homburg, C.; Schäfer, H. (2002):

Die Erschließung von Kundenpotenzialen durch Cross-Selling: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ergebnisse, Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis, Vol. 24 (2002), Heft 1, S. 7-26.

Hommel, U.; Schneider, H. (2004):

Die Bedeutung der Hausbankbeziehung für die Finanzierung des Mittelstands - Empirische Ergebnisse und Implikationen, in: Finanzbetrieb, 2004, Heft 9, S. 577-584.

Hornung, K. (2002):

Anforderungen eines Konzerns an das Firmenkundengeschäft einer Bank, in: Handbuch Firmenkundengeschäft - Technologie, Rating und Risikosteuerung als Kernkompetenz einer Bank, Hrsg.: Juncker, K.; Priewasser, E., Frankfurt 2002, S. 65-69.

Horiuchi, T. (1994):

The Effect of Firm Status on Banking Relationships and Loan Syndication, in: The Japanese Main Bank System, Hrsg.: Aoki, M., Patrick, H., Oxford 1994, Oxford University Press, S. 258-294.

Hoshi, T.; Kashyap, A.; Scharfstein, D.S. (1990):

The role of banks in reducing the cost of financial distress in Japan, in: Journal of Financial Economics, Vol. 27 (1990), No. 1, S. 67-88.

Houston, J.; James, C. (1996):

Bank information monopolies and the mix of public and private debt claims, in: Journal of Finance, Vol. 51 (1996), No. 5, S. 1863-1889.

Hromadka, J.; Döhring, J. (2007):

Entwicklung und Einsatz interner Ratingverfahren in einer genossenschaftlichen Zentralbank, in: Handbuch Rating, Hrsg.: Büschgen, H.E, München 2007, S.S. 247-272.

Hunt, S. D. (1990):

Truth in Marketing Theory and Research, in: Journal of Marketing, Vol. 54 (1990), No. 3, S. 1-15.

Hunt, S.D. (1991):

Modern Marketing Theory: Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science, in: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 20 (1992), No. 4, S. 301-311.

HypoVereinsbank (2008):

URL: http://geschichte.hypovereinsbank.de/gesc_veba_1869.php, abgerufen am 08.08.2008.

Iacobucci, D.; Ostrom, A. (1996):

Commercial and Interpersonal Relationships: Using the Structure of Interpersonal Relationships to Understand Individual-to-Individual, Individual-to-Firm, and Firm-to-Firm Relationships in Commerce, in: International Journal of Research in Marketing, Vol. 13 (1996), No. 1, S. 53-72.

IFM (2005):

Arbeitsbericht 2005, Bonn, 2005.

IMP Group (1982):

An interaction Approach, in: *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks*, London u.a., Hrsg.: Ford, D., London u.a, 1990, S. 10-27.

Jaffee, D.M.; Russell, T. (1976):

Imperfect information, uncertainty, and credit rationing, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 90 (1976), No. 4, S. 651-666.

Jaffee, D.M.; Stiglitz, J.E. (1990):

Credit rationing, in: *Handbook of Monetary Economics*, 2. Band, Hrsg.: Friedman, B.M. und Hahn, F.H., S. 837-888.

James, C. (1987):

Some Evidence on the Uniqueness of Bank Loans, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 19 (1987), No. 2, S. 217-235.

James, C.; Wier, P. (1990):

Borrowing relationships, intermediation, and the cost of issuing public securities, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 28 (1990), No. 1-2, S. 149-171.

Jensen, M.C.; Meckling, W.H. (1976):

Theory of the firm: Managerial Behavior, agency costs and ownership structure, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 3 (1976), No. 4, S. 305-360.

Johnson-George, C.; Swap, W.C. (1982):

Measurement of specific interpersonal trust: construction and validation of a scale to assess trust in a specific other, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 43 (1982), No. 6, S. 1306-1317.

Juncker, K.; Priewasser, E. (2002):

Handbuch Firmenkundengeschäft - Technologie, Rating und Risikosteuerung als Kernkompetenz einer Bank, Frankfurt 2002.

Jung, S. (1999):

Das Management von Geschäftsbeziehungen: ein Ansatz auf transaktionskostentheoretischer, sozialpsychologischer und spieltheoretischer Basis, Wiesbaden 1999.

Kahneman, D.; Tversky, A. (1979):

Prospect theory: an analysis of decision under risk, in: *Econometrica*, Vol. 47 (1979), No. 2, S. 263-291.

Kane, E. J.; Malkiel, B.G. (1965):

Bank Portfolio Allocation, Deposit Variability, and the Availability Doctrine, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 79 (1965), No. 1, S. 113-134.

Kern, E. (1990):

Der Interaktionsansatz im Investitionsgütermarketing, Berlin 1990.

Kessler, K.U.; Marquardt, S. (2005):

Strategien europäischer Banken im Firmenkundengeschäft. Strategieimplementierung im Firmenkundengeschäft, in: Bankstrategien im Firmenkundengeschäft, Hrsg.: Börner, C.J.; Maser, H.; Schulz, T.C., Wiesbaden 2005, S.167-201.

Kim, K.; Frazier, G.L. (1997):

On distributor commitment in industrial channels for distribution: a multicomponent approach, in: Psychology and Marketing, Vol. 14 (1997), No.8, S. 847-877.

Kirsch, W.; Kutschker, M. (1978):

Das Marketing von Investitionsgütern. Theoretische und empirische Perspektiven eine Interaktionsansatzes, Wiesbaden 1978.

Klaus, E. (2002):

Vertrauen in Unternehmensnetzwerken - Eine interdisziplinäre Analyse, zugelassene Dissertation, Universität Hohenheim, Wiesbaden, 2002.

Klenke, T.; Pfetsch, S.; Baetge, K. (2007):

Der kurze Weg zum Kredit - Automatisierung im Firmenkundengeschäft, in: Die Bank, Jg. 2007, Heft 6, S. 34-41.

Koch, F.-K. (1987):

Verhandlungen bei der Vermarktung von Investitionsgütern. Eine Plausibilitäts- und Explorationsanalyse, zugelassene Dissertation, Mainz 1987.

Koch, G. (1959):

Betriebsgröße, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, 2. Band, Hrsg.: Beckerath, E.v. u.a., Stuttgart u.a 1959, Sp. 82-92.

Koller, M. (1997):

Psychologie interpersonalen Vertrauens - Eine Einführung in theoretische Ansätze, in: Interpersonales Vertrauen: Theorien und empirische Befunde, Hrsg.: Schweer, M., Opladen 1997, S. 13-26.

Koop, M. J.; Maurer, K. (2006):

Mittelstandsfinanzierung in Deutschland - Finanzierungskonzepte im Zeitalter von Basel II, Saarbrücken 2006.

Kosmider, A. (1994):

Controlling im Mittelstand, Stuttgart 1994.

Kumar, N.; Scheer, L.K.; Steenkamp, J.B. (1995):

The Effects of Perceived Interdependence on Dealer Attitudes, in: Journal of Marketing Research, Vol. 32 (1995), August, S. 348-356.

Kwan, S.H. (1994):

The certification value of bank loans, Working Paper, Tuscon University of Arizona, 1994.

Landesdatenbank NRW (2007):

Umsatzsteuerpflichtige, Steuerbarer Umsatz und Umsatzsteuervorauszahlung nach Wirtschaftsabteilungen (75) der WZ 2003 - Land - Jahr (ab 2002) URL: https://www.landesdatenbank.nrw.de/dbnrw/online/dWerteabruf_Page;jsessionid=FA6A44756652CEAFF2B1E04FC9E3DBC2.worker3, abgerufen am 04.08.2008.

Langer, T.; Waller, P. (2003):

Loss Aversion in a Model of Loan Collateralization, zur Veröffentlichung, SFB504 Discussion Paper 98-33, Mannheim 2003.

Larzeler, R.; Huston, T. (1980):

The dyadic trust scale toward understanding interpersonal trust in close relationships, *Journal Marriage and the Family*, Vol. 1980, August, S. 595-604.

Lehmann, E.; Neuberger, D. (2000):

Do Lending Relationships Matter? Evidence from Bank Survey Data in Germany; Working Paper 2000.

Lehmann, E.; Neuberger D. (2001):

Do lending relationships matter? Evidence from bank survey data in Germany, in: *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 45 (2001), No. 4, S. 339-359.

Leland, H.E.; Pyle D.H. (1977):

Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation, in: *Journal of Finance*, Vol. 32 (1977), No. 2, S. 371-387.

Lewicki, R.J.; Tomlinson, E.C.; Gillespie, N. (2006):

Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions, in: *Journal of Management*, Vol. 32 (2006), No. 6, S. 991-1022.

Liberti, J.M. (2005):

How does Organizational Form Matter? Distance, Communication and Soft Information, Working Paper, London Business School, 2005.

Lindner-Lehmann, M. (2001):

Regulierung und Kontrolle von Banken, Wiesbaden 2001.

Little, R.J.A.; Schenker, N. (1995):

Missing Data, in: *Handbook of Statistical Modeling for the Social and Behavioral Sciences*, Hrsg.: Arminger, G.; Clogg, C.C.; Sobel, M.E., New York 1995, S. 39-75.

Longhofer, S.D.; Santos, J.A. (2000):

The importance of bank seniority for relationship lending, in: *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 9 (2000), No. 1, S. 57-89.

Lücke, W. (1967):

Betriebs- und Unternehmensgröße, Stuttgart 1967.

Luhmann, N. (2000):

Vertrauen, 4. Aufl., Stuttgart 2000.

Lummer, S.; McConnell, J. J. (1989):

Further evidence on the bank lending process and capital market response to bank loan agreements, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 25 (1989), No. 1, S. 99-122.

Main, J. (1982):

How bank lure the rich, *Fortune*, 1982 November, S. 64-66.

Macharzina, K. (1999):

Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, Konzepte - Methoden - Praxis, Wiesbaden 1999.

Machauer, A. (1999):

Bankverhalten in Kreditbeziehungen, Wiesbaden 1999.

Machauer, A.; Weber, M. (1998):

Bank behavior based on internal credit ratings of borrowers, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22 (1998), No. 10, S. 1355-1383.

Mantzel, D.; Ramke, T.; Schöning, S. (2007):

MaRisk: Handlungsbedarf für Kreditinstitute im Bereich der operationellen Risiken, in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, Jg. 60 (2007), Heft 2, S. 88-92.

MaRisk (2007):

Rundschreiben 5/2007 (BA) - Mindestanforderungen an das Risikomanagement - MaRisk, URL:http://www.bafin.de/cln_109/nn_724304/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Service/Rundschreiben/2007/rs__0705__ba.html, abgerufen am 04.08.2008.

Marwede, E. (1983):

Die Abgrenzungsproblematik mittelständischer Unternehmen - Eine Literaturanalyse, Institut für Volkswirtschaftslehre der Universität Augsburg, Augsburg 1983.

Mattern, F.; Orlopp, B. (2002):

Wettbewerbstrends im europäischen Firmenkundengeschäft der Banken, in: *Handbuch Firmenkundengeschäft - Technologie, Rating und Risikosteuerung als Kernkompetenz einer Bank*, Hrsg.: Juncker, K.; Priewasser, E., Frankfurt 2002, S. 51-64.

Mayer, C. (1988):

New Issues in Corporate Finance, in: *European Economic Review*, Vol. 32 (1988), No. 5, S. 1167-1189.

McCullagh, P. (1980):

Regression Models for Ordinal Date, in *Journal of the Royal Statistical Society, Series B*, Vol. 42 (1980), No. 2, S. 109-142.

McEvily, B.; Tortoriello, M. (2007):

Measuring Trust in Organizational Research: Review and Recommendations, Unpublishe Working Paper, 2007.

McKullin, E. (1984):

A Case for Scientific Realism, in: Scientific Realism, Hrsg.: Leplin, J., Berkeley 1984, S. 8-40.

Meffert, H. (2000):

Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2000.

Meyer, J.P.; Allen, N.J. (1984):

Testing the 'Side-Bet Theory' of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations, in: Journal of Applied Psychology, Vol. 69 (1984), No.3, S. 372-378.

Metcalf, L.E.; Frear, C. R.; Krishnan, R. (1992):

Buyer-Seller Relationships: An Application of the IMP Interaction Model, in: European Journal of Marketing, Vol. 26 (1992), No. 2, S. 27-46.

MIND (2006):

Mittelstand in Deutschland - Aufschwung aus eigener Kraft, Hrsg.: Gruner & Jahr AG & Co. KG, Köln 2006.

mind (2008):

URL: <http://http://www.min-d.de/index.php?cid=216>, abgerufen am 08.08.2008.

Mohr, J.; Nevin, J.R. (1990):

Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective, in: Journal of Marketing, Vol. 54 (1990), No. 4, S. 36-51.

Mohr, J. J.; Spekman, R. (1994):

Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques, in: Strategic Management Journal, Vol. 15 (1994), No. 2, S. 135-152.

Molitor, B. (1980):

Mittelstand in unserer Zeit, in: Wirtschaftspolitische Chronik, 29. Jg. (1980), Heft 1, S. 57-65.

Moorman, C.; Deshpandé, R.; Zaltman, G. (1992):

Factors Affecting Trust in Market Research Relationships, in: Journal of Marketing Research, Vol. 29 (1992), No. 3, S. 314-28.

Moorman, C.; Deshpandé, R.; Zaltman, G. (1993):

Factors affecting trust in market research relationships, in: Journal of Marketing, Vol. 57 (1993), No. 1, S. 81-101.

Morgan, R.M.; Hunt, S.D. (1994):

The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, in: Journal of Marketing, Vol. 58 (1994), July, S. 20-38.

Moriarty, R.T; Kimball, R.C; Gay, J.H (1983):

The management of corporate banking relationships, in: Sloan Management Review, Vol. 24 (1983), No. 3, S. 3-15.

Moser, K. (1996):

Commitment in Organisationen, Bern 1996.

Moulin L.; Aerts, L. (1954):

Les Classes Moyennes, Essai de bibliographic critique d'une definition, in: Revue d'Histoire Economique et Sociale, 1954.

Mowday, R.; Steers, R.M.; Porter, L.W. (1979):

The Measurement of Organizational Commitment, in: Journal of Vocational Behavior, Vol. 14 (1979), No. 2, S. 224-247.

Mugler, J. (1998):

Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe - Band 1, 3. Aufl., Wien/New York 1998.

Müller, S.; Brackschulze, K.; Mayer-Friedrich, M.D.; Ordemann, T. (2006):

Finanzierung mittelständischer Unternehmen: Selbstrating, Risikocontrolling, Finanzierungsalternativen, München 2006.

Müller, S.; KPMG (2004):

Finanzierung mittelständischer Unternehmen aus Sicht von Kreditinstituten und Unternehmen, Bremen 2005.

Nakamura, L.I. (1994):

Small borrowers and the survival of the small bank: Is mouse bank mighty or Mickey?, in: Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review, November/December (1994), S. 3-15.

Noordewier, T.G.; John; G.; Nevin, J.R. (1990):

Performance Outcomes of Purchasing Arrangements in Industrial Buyer-Vendor Relationships, in: Journal of Marketing, Vol. 54 (1990), No. 4, S. 80-93.

Nunnally, J. (1978):

Psychometric Theory, New York (1978).

N-TV (2008):

URL: <http://www.n-tv.de/909848.html>, abgerufen am: 28.06.2008.

Ongena, S.; Smith, D.C. (2000a):

Bank relationships: A review, in: Performance of financial institutions, Hrsg.: Harker, P.T., Zenios, S.A., Cambridge 2000, S. 221-258.

Ongena, S.; Smith, D.C. (2000b):

What Determines the Number of Bank Relationships? Cross-Country Evidence, in: Journal of Financial Intermediation, Vol. 9, 26-56.

Ongena, S.; Smith, D.C. (2001):

The duration of bank relationships, in: Journal of Financial Economics, Vol. 61 (2001), No. 3, S. 449-475.

Orgler, Y. (1970):

A credit scoring model for commercial loans, in: *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 2 (1970), No. 4, S. 435-445.

Paul, S.; Stein S. (2003):

Auf der Bremsspur: Für den Mittelstand und seine Banken zeigt die Qualitätsampel gelb-rot, in: *Finanzbetrieb*, 2003, Heft 7/8, S. 417-512.

Peek, J.; Rosengren, E.S. (1996):

Small business credit availability: How important is size of lender?, in: *Financial System Design: The Case for Universal Banking*, Hrsg.: Saunders, A., Walter, I., Burr Ridge 1996, S. 628-655.

Pepels, W. (1995):

Käuferverhalten und Marktforschung: eine praxisorientierte Einführung, Stuttgart 1995.

Pepels, W. (2004):

Marketing: Lehr- und Handbuch, 2004

Perrien, J.; Richard, L. (1995):

The Meaning of a Marketing Relationship, in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 24 (1995), No. 1, S. 37-43.

Peter, P.J. (1979):

Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices, in: *Journal of Marketing Research*, Vol. 16 (1979), No. 1, S. 6-17.

Petersen, M.A.; Rajan, R.G. (1994):

The benefits of lending relationships: Evidence from small business data, in: *Journal of Finance*, Vol. 49 (1994), No. 1, S. 3-37.

Petersen, M.A.; Rajan, R.G. (1995):

The effect of credit market competition on lending relationships, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 110 (1995), No. 2, S. 407-443.

Petersen, M.A.; Rajan, R.G. (2002):

Does distance still matter? The information revolution in small business lending, in: *Journal of Finance*, Vol. 57 (2002), No. 6, S. 2533-2570.

Pfohl, H.C. (1997):

Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe, Berlin 1997.

Picot, A.; Dietl, H.; Frank, E. (2005):

Organisation, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2005.

Plinke, W. (1989):

Die Geschäftsbeziehung als Investition. in: *Marketing-Schnittstellen: Herausforderungen für das Management*, Hrsg.: Specht, G., Engelhardt, W.H., Stuttgart (1989), S. 305-326.

Pointl, H. (2003):

Ratingkriterien bei Kreditinstituten: "Fast alles wichtig", in: Unternehmermagazin, 51. Jg. (2003), Heft 10, S. 38-39.

Popper, K.R. (1963):

Conjectures and Refutations: The Growth of Scientific Knowledge, New York 1963.

Priewasser, E.; Lippmann, I. (2000):

Die Priewasser-Prognose zum Firmenkundengeschäft. Ergebnisse der Expertenbefragung 2000 zur Zukunft des Firmenkundengeschäfts, Frankfurt 2000.

Priewasser, E. (2002):

Aus dem Blickwinkel der Zukunftsforschung: Umweltbedingungen und Funktionen des Firmenkundengeschäfts, in: Handbuch Firmenkundengeschäft - Technologie, Rating und Risikosteuerung als Kernkompetenz einer Bank, Hrsg.: Juncker, K., Priewasser, E. (Hrsg.), Frankfurt 2002, S. 23-38.

Quitza, H. (2007):

Workout-Management im Wandel, in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, 60. Jg., Heft 13 (2007), S. 15-18.

Rajan, R.G. (1992):

Insiders and Outsiders: The Choice between Informed and Arm's-Length Debt, in: Journal of finance, Vol. 47 (1992), No. 4, S. 1367-400.

Rajan, R.G. (1996):

Is There a Future in Banking? Towards a New Theory of the Commercial Bank, in: Journal of Applied Corporate Finance, Vol. 1996, No. 2, S. 112-132.

Ramakrishnan, R.T.; Thakor A.V. (1984):

Information reliability and a theory of financial intermediation, in: Review of Economic Studies, Vol. 51 (1984), No. 3, S. 415-432.

Reinemann, H. (1999):

Was ist Mittelstand?, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 28. Jg. (1999), Heft 12, S. 661-662.

Rempel, J.K.; Holmes, J.G.; Zanna, M.P. (1985):

Trust in close relationships, in: Journal of Personality & Social Psychology, Vol. 49 (1985), No. 1, S. 95-112.

Richter, R.; Furubotn, E. (1999):

Neue Institutionenökonomik, Tübingen 1999.

Rickes, R. (2006):

Leistungsfähigkeit des deutschen Bankenmarktes durch plurale Bankenstrukturen sichern, in: Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, Vol. 75 (2006), No. 4, S. 151-166.

Riemer, K. (2005):

Sozialkapital und Kooperation – Zur Rolle von Sozialkapital im Management zwischenbetrieblicher Kooperation, Tübingen 2005.

Rinker, A.; Putzer, A.; Käser, B. (2004):

zeb/-Firmenkundenstudie 2004, Münster 2004.

Rössl, D. (1994):

Gestaltung komplexer Austauschbeziehungen - Analyse zwischenbetrieblicher Kooperation; in: Schriftenreihe „neue betriebswirtschaftliche Forschung“, Band 128, Wiesbaden 1994.

Rotering, J. (1993):

Zwischenbetriebliche Kooperation als alternative Organisationsform - Ein transaktionstheoretischer Erklärungsansatz, Stuttgart 1993.

Rotter, J.B. (1967):

A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust, in: Journal of Personality, Vol. 35 (1967), No. 4, S. 651-665.

Rousseau, D.M.; Sitkin, S.B.; Burt, R.S.; Camerer, C. (1998):

Not so different at all: A cross-discipline view of trust, in: Academy of Management Review, Vol. 23 (1998), No. 3, S. 393-404.

Rusbult, C.E. (1983):

A Longitudinal Test of the Investment Model: The Development (and Deterioration) of Satisfaction and Commitment in Heterosexual Involvements, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 45 (1983), No. 1, S. 101-117.

Schade, C.; Schott, E. (1993):

Instrumente des Kontraktgütermarketing, in: Die Betriebswirtschaft, Jg. 53 (1993), S. 491-511.

Schiereck, D. (2005):

Guarantees, Borrower Quality, and Relationship Lending: a Note on the German Mittelstand, Working Paper, European Business School Oestrich-Winkel 2005.

Schmidt, R. H. (1992):

Transaktionskostenorientierte Organisationstheorie, in: Handwörterbuch der Organisation, Hrsg.: Frese, E., Stuttgart 1992, Sp. 1854-1865.

Schmidt-Mohr, U. (1997):

Rationing versus Collateralization in Competitive and Monopolistic Credit Markets with Asymmetric Information, in: European Economic Review, Vol. 41 (1997), No. 7, S. 1321-1342.

Schmitz, G. (1997):

Marketing für professionelle Dienstleistungen, Wiesbaden 1997.

Schoch, R. (1969):

Der Verkaufsvorgang als sozialer Interaktionsprozess, Winterthur 1969.

Schrader, S. (1993):

Kooperation, in: Ergebnisse empirischer betriebswirtschaftlicher Forschung - Zu einer Realtheorie der Unternehmung, Hausschild, J., Grün, O. (Hrsg.), Stuttgart 1993, S. 223-254.

Schramm, B. (1982):

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken, Frankfurt 1982.

Schulte-Mattler, H.; Manns, T. (2004):

Basel II: Falscher Alarm für die Kreditkosten des Mittelstandes, in: Die Bank, 104. Jg. (2004), Heft 6-7, S. 376-380.

Schulte-Mattler, H.; von Kenne, U. (2004):

Basel II Framework - Meilenstein der Bankenaufsicht, in: Die Bank, 104. Jg. (2004), Heft 9, S. 37-40.

Schurr, P. H.; Ozanne, J. L (1985):

Influences on Exchange Processes: Buyers' Preconceptions of a Seller's Trustworthiness and Bargaining Toughness, in: Journal of Consumer Research, Vol. 11 (1985), No. 4, S. 939-953.

Schuster, P. (1991):

Erfolgsorientierte Steuerung kleiner und mittlerer Unternehmen - Funktionale, instrumentale und organisatorische Aspekte eines großengerechten Controlling-Systems, Berlin u.a. 1991.

Scott, J.A.; Smith, T.C. (1986):

The effect of the Bankruptcy Reform Act of 1978 on small business loan pricing, in: Journal of Financial Economic, Vol. 16 (1986), No. 1, S. 119-140.

Scott, J.A.; Dunkelberg, W.C. (2003):

Bank mergers and small firm financing, in: Journal of Money, Credit, and Banking, Vol. 35 (2003), No. 6, S. 999-1018.

Sharpe, S.A. (1990):

Asymmetric information, bank lending, and implicit contracts: A stylized model of customer relationships, in: Journal of Finance, Vol. 45 (1990), No. 4, S. 1069-1087.

Segbers, K. (2005):

Die Auswirkungen von Basel II auf Kreditkonditionen und Kreditverfügbarkeit für mittelständische Unternehmen - Eine Analyse eines Musterkreditportfolios, Arbeitspapier Nr. 9-1 des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insb. Controlling an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster 2005.

Segbers, K. (2007):

Die Geschäftsbeziehung zwischen mittelständischen Unternehmen und ihrer Hausbank - Eine ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Analyse, zugelassene Dissertation, Münster, 2006, Frankfurt, 2007.

Segbers, K.; Siemes, A. (2005a):

Der Dialog zwischen Firmenkunde und Bank kann durch Softwareunterstützung deutlich verbessert werden; in: Kredit & Rating Praxis; o. Jg. (2005), Heft 2; S. 20-22.

Segbers, K.; Siemes, A. (2005b):

Mittelständische Unternehmen und ihr Kommunikationsverhalten gegenüber der Bank - Ergebnisse einer empirischen Studie (II), in: Finanzbetrieb, 2005, Heft 5, S. 311-320.

Seppänen, R.; Blomqvist, K.; Sundqvist, S. (2007):

Measuring inter-organizational trust-a critical review of the empirical research in 1990-2003, in: Industrial Marketing Management, Vol. 36 (2007), No. 2, S. 249-265.

Shockley, R.L.; Thakor, A.V (1997):

Bank Loan Commitment Contracts: Data, Theory, and Tests, in: Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 29 (1997), No. 4, S. 517-534.

Sjögren, H. (1994):

Long-Term Financial Contracts in the Bank-Oriented Financial System, in: Scandinavian Journal of Management, Vol. 10 (1994), No. 3, S. 315-330.

Smith, A. M. (1989):

Service Quality: Relationships Between Banks and their Small Business Clients, in: International Journal of Bank Marketing, Vol. 7 (1989), No. 5, S. 28-35.

Söhlke, T. (2002):

Regulatorische Erfassung des Kreditrisikos. Eine theoretische und empirische Analyse der Auswirkungen von Basel II auf Basis des zweiten Konsultationspapiers, Wiesbaden 2002.

Söllner, A. (1993):

Commitment in Geschäftsbeziehungen, Wiesbaden 1993.

SolvV (2006):

Verordnung über die angemessene Eigenmittelausstattung von Instituten, Institutsgruppen und Finanzholding-Gruppen (Solvabilitätsverordnung - SolvV), 14. Dezember 2006 http://www.bundesbank.de/download/bankenaufsicht/pdf/solvv_070119.pdf, abgerufen am 04.08.2008.

Sparkasse (2004):

URL:<https://sicherheit.sparkasse-leipzig.de/module/static/agb/agb.pdf?IFLBSERVERID=IF@ @...&PHPSESSID=d73ee472959ea0dc23e844aabd9ef5aa>, abgerufen am 04.08.2008.

Sparkassen-Finanzgruppe (2008):

<http://www.sparkassen-finanzgruppe.de>, abgerufen am 04.08.2008.

Spence, M. A. (1973):

Job Market Signaling, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 87 (1973), No. 3, S. 355-374.

Spence, M. A. (1974):

Market Signalling: Informational Transfer in Hiring an Related Screening Processes, Cambridge u.a. 1974.

Spence, M. A. (1976):

Informational Aspects of Market Structure: An Introduction, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 90 (1976), No. 4, S. 591-597.

Speyer, B. (2002):

Verstärkte Kapitalmarktfinanzierung statt klassischem Bankkredit; in: Handbuch Firmenkundengeschäft - Technologie, Rating und Risikosteuerung als Kernkompetenz einer Bank, Hrsg.: Juncker, K.; Priewasser, E., Frankfurt 2002, S. 197-210.

Spremann, K. (1990):

Asymmetrische Information, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 60. Jg. (1990), S. 561-586.

Stahle, W.H (1999):

Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, München 1999.

Statistisches Bundesamt (2007a):

Steuerpflichtige Unternehmen - Umsatzsteuerstatistik 2006: Steuerpflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach wirtschaftlicher Gliederung (Tabelle 2.3 der Jahrespublikation, Fachserie 14 Reihe 8), URL: <https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1021641>, abgerufen am 04.08.2008.

Statistisches Bundesamt (2007b):

Steuerpflichtige Unternehmen - Umsatzsteuerstatistik 2006 Eckdaten der jährlichen Umsatzsteuerstatistik. Zeitreihenergebnisse zu steuerlichen Merkmalen und Strukturdaten zu den Steuerpflichtigen und deren Lieferungen und Leistungen nach Wirtschaftsabschnitten, Größenklassen, Rechtsform und Bundesländern, URL: <https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1021643>, abgerufen am 04.08.2008.

Statistisches Bundesamt (2007c):

Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003 (WZ 2003), URL: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Klassifikationen/GueterWirtschaftsklassifikationen/KlassifikationenWZ2003__xls,property=file.xls, abgerufen am 04.08.2008.

Stauss, B. (1999):

Kundenzufriedenheit, in: Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis, 21. Jg. (1999), S. 5-24.

Stiglitz, J.; Weiss, A. (1981):

Credit rationing in markets with imperfect information, in: American Economic Review, Vol. 71 (1981), No. 3, S. 393-410.

Strahan, P.E.; Weston, J.P. (1998):

Small business lending and the changing structure of the banking industry, in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22 (1998), No. 6, S. 821-845.

Stütze, W. (2006):

Prozess der Weiterentwicklung der Mindestanforderungen (MaH, MaIR, MaK) zu den Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk), in: *Handbuch MaRisk*, Hrsg.: Becker, A.; Gruber, W.; Wohler, D., Frankfurt a. M. 2006, S. 9-28.

Süchting (1978):

Zuwachsraten im verteilten Markt, in: *Perspektiven*, Schriftenreihe der WGZ, II/76/78.

Süchting, J.; Paul, S. (1998):

Bankmanagement, Stuttgart 1998.

Suyter, A. (2006):

Basel II: Internationales Level Playing Field in der Institutsaufsicht? in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, Jg. 59 (2006), Heft 24, S. 1328-1330.

Sydow, J. (1995):

Konstitutionsbedingungen von Vertrauen in Unternehmensnetzwerken - Theoretische und empirische Einsichten, in: *Die Dimensionierung des Unternehmens*, Bühner, R., Haase, K.D., Wilhelm, J. (Hrsg.), Stuttgart 1995.

Swary, I.; Udell, G. F. (1988):

Information Production and the Secured Line of Credit, New York University working paper (March), New York University, New York 1988.

Taylor, M.P. (1987):

The Simple Analytics of Implicit Labour Contracts; in: *Surveys in the Economics of Uncertainty*, Hrsg.: Hey, J.D., Lambert, P.J., Oxford und New York, 1987, S. 124-150.

Theileis, U.; Althoff, F.; Hörlin, S. (2006):

MaRisk - Ein Vergleich mit den MaK, MaH und MaIR, Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München 2006.

Theurl, T. (2005):

Kooperative Governancestrukturen, Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Nr. 48, Juni 2005.

tns infratest (2008):

Firmen FMDS 2007

Tröndle, D. (1987):

Kooperationsmanagement: Steuerung interaktioneller Prozesse bei Unternehmenskooperationen, Bergisch Gladbach 1987.

Turnbull, P.W.; Valla, J.P. (1986):

Strategies for international industrial marketing, London 1986.

Turnbull, P.; Gibbs, M. (1990):

Marketing bank services to corporate customers: the importance of relationships, in: *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks*, Hrsg.: Ford, D., London u.a. 1990, S. 359-364. Wiederabdruck des Artikels aus: *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 5 (1987), No.1, S. 19-26.

Unterreitmeier, A. (2004):

Unternehmenskultur bei Mergers & Acquisitions - Ansätze zur Konzeptionalisierung und Operationalisierung, Deutscher Universitätsverlag Wiesbaden, zugelassene Dissertation München (2004).

Urban, D.; Mayerl, J. (2006):

Regressionsanalyse: Theorie, Technik und Anwendung, Wiesbaden 2006.

Urban, D.; Mayerl, J. (2007):

Mediator-Effekte in der Regressionsanalyse (direkt, indirekte und totale Effekte), Working Paper, Version 1.3; Januar 2007.

Uzzi, B. (1999):

Social relations and networks in the making of financial capital, in: *American Sociological Review*, Vol. 64 (1999), No. 4, S. 481-505.

Uzzi, B.; Gillespie, J.J. (2002):

Knowledge spillover in corporate financing networks: Embeddedness and the firm's debt performance, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 23 (2002), No. 7, S. 595-618.

Uzzi, B.; Lancaster, R. (2003):

Relational Embeddedness and Learning: The Case of Bank Loan Managers and Their Clients, in: *Management Science*, Vol. 49 (2003), No. 4, S. 383-399.

Vogt, J. (1997):

Vertrauen und Kontrolle in Transaktionen: Eine institutionenökonomische Analyse, Wiesbaden 1997.

von Thadden, E.L. (1995):

Long-Term Contracts, Short-Term Investment and Monitoring, in: *Review of Economic Studies*, Vol. 62 (1995), No. 4, S. 557-575.

von Thadden, E.L. (2001):

Asymmetric Information, Bank Lending and Implicit Contracts: The Winner's Curse, Universität de Lausanne Discussion Paper 9808, 2001.

VR Finanzplan Mittelstand (2006):

VR Finanzplan Mittelstand - Projekthandbuch, Wiesbaden 2006.

VR Mittelstandskapital (2008):

<http://www.vr-mittelstandskapital.de/de/vr-mittelstandskapital/start/wir-ueber-uns/index.html>, abgerufen am 04.08.2008.

Wagner, R.; Themme, T.; Decker, R. (1998):

Die Behandlung fehlender Wert in der angewandten Marktforschung, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 44. Jg. (1998), Heft 4, S. 395-417.

Wansley, J.W.; Elayan, F.A.; Collins, M.C. (1992):

Investment opportunities and firm quality - An empirical investigation of the information in bank lines of credit, Working Paper, University of Tennessee, Tennessee 1992.

Welter (2003):

Strategie, KMU und Umfeld - Handlungsmuster und Strategiegeneese in kleinen und mittleren Unternehmen, Berlin 2003.

Werp, R. (1998):

Aufbau von Geschäftsbeziehungen, zugelassene Dissertation Oldenburg 1997, Wiesbaden, 1998.

WGZ (2008):

Geschäftsbericht 2007, Düsseldorf 2008.

WGZ Corporate Finance (2008):

WGZ Corporate Finance Beratung GmbH, <http://www.wgz-cfb.de/de/wgz-corporate-finance-beratung/unternehmen/ueber-uns/index.html>, abgerufen am 04.08.2008.

WGZ Initiativkapital (2008):

<http://www.wgz-initiativkapital.de/de/wgz-initiativkapital/mezzanine-finanzierungen/leistungsangebot/index.html>, abgerufen am 04.08.2008.

Williamson, O.E. (1990):

Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus, Tübingen 1990.

Wilson, D.T. (1995):

An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships, in: Journal of the Academic of Marketing Science, Vol. 23 (1995), No. 4, S. 335-345.

Wirtschaftswoche (2008):

URL: <http://www.wiwo.de/handelsblatt/die-eigenkapitalquote-steigt-299181/>, abgerufen am 09.08.2008.

Zeitel, G. (1979):

Mittelstand und Mittelstandspolitik, Sonderdruck aus Handwörterbuch des Genossenschaftswesens, Wiesbaden 1979.

Beiträge zum Controlling

Herausgegeben von Wolfgang Berens

- Band 1 Wolfgang Berens / Joachim Strauch: Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen – eine empirische Untersuchung. Unter Mitarbeit von Thorsten Behrens und Julia Lescher. 2002.
- Band 2 Andreas Siemes: Marktorientierte Kreditrisikobewertung. Eine empirische Untersuchung mittels Künstlicher Neuronaler Netze. 2002.
- Band 3 Karl Christoph Heinen: Die Berücksichtigung von Kosten in der Konkurrenzanalyse. 2002.
- Band 4 Thomas Mosiek: Interne Kundenorientierung des Controlling. 2002.
- Band 5 Vera Südmeier: Wettbewerbsvorteile durch strategisches Betriebsformenmanagement. Ein dynamischer Bezugsrahmen für Einzelhandelsunternehmen. 2003.
- Band 6 Wolfgang Berens / Walter Schmitting (Hrsg.): Controlling im E-Business. Rückkehr zur Rationalität. 2004.
- Band 7 René Bertelsmann: Entwicklung einer Controlling-Konzeption im verallgemeinerten Neuen Steuerungsmodell für Trägerorganisationen der gesetzlichen Unfallversicherung. 2005.
- Band 8 Mirko Tillmann: Risikokapitalbasierte Steuerung in der Schaden- und Unfallversicherung. Konzeption einer modellgestützten Risikoanalyse. 2005.
- Band 9 Andreas Hoffjan: Risikorechnung bei industrieller Auftragsfertigung. Theoretische Konzeption und Anwendung für die Bauwirtschaft. 2006.
- Band 10 Pascal Nevries: Die Marketingwirkungen von Börsengängen. Eine konzeptionelle Analyse. 2006.
- Band 11 Klaus Segbers: Die Geschäftsbeziehung zwischen mittelständischen Unternehmen und ihrer Hausbank. Eine ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Analyse. 2007.
- Band 12 Andreas Röhrig: Wirkungsorientiertes Controlling im politisch-administrativen System. Unter besonderer Berücksichtigung der Gestaltungsmöglichkeiten von öffentlichen Verwaltungen. 2008.
- Band 13 Nino Raddao: Potenzialorientierte Kundensegmentierung zur Optimierung des Leistungsportfolios in der Firmenkundenbank. Konzeption und Implementierung einer efficient customization am Beispiel von Genossenschaftsbanken. 2009.
- Band 14 Thorsten Pieper: Wirkungsorientiertes Controlling staatlichen Handelns. Systematische Identifikation und Bewertung der gesamtgesellschaftlichen Wirkungen staatlichen Handelns. 2009.
- Band 15 Tina Püthe: Mittelständische Unternehmen und Genossenschaftsbanken. Eine empirische Analyse der Wirkung ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Faktoren. 2009.

Nino Raddao

Potenzialorientierte Kundensegmentierung zur Optimierung des Leistungsportfolios in der Firmenkundenbank

**Konzeption und Implementierung einer efficient
customization am Beispiel von Genossenschaftsbanken**

Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien, 2009.
XVIII, 123 S., zahlr. Abb. und Tab.

Beiträge zum Controlling. Herausgegeben von Wolfgang Berens. Bd. 13
ISBN 978-3-631-58354-8 · br. € 27.50*

Aufgrund der hohen Substituierbarkeit klassischer Bankprodukte kommt dem Management der Kundenbeziehung als Differenzierungsstrategie im Firmenkundengeschäft eine entscheidende Bedeutung zu. Eine wesentliche Herausforderung stellt dabei die Ausgestaltung des Leistungsangebotes der Bank dar. Einerseits ist die Kunde-Bank-Beziehung so zu gestalten, dass ein erlebbarer Mehrwert für den Firmenkunden entsteht. Andererseits muss dabei bankseitig auch eine angemessene Rentabilität der Geschäftsbeziehung und ein effizienter Einsatz der Betreuungsressourcen gewährleistet werden. Dieser Beitrag – der auf der mit dem DZ BANK Karriere-Preis ausgezeichneten Diplomarbeit des Autors basiert – wird ein multidimensionales Segmentierungsmodell entwickelt, das als Ausgangspunkt eines ganzheitlichen Vertriebsmanagements verstanden werden kann. Der Autor verknüpft den entwickelten Ansatz mit einer empirischen Analyse zur Anforderungsstruktur von Firmenkunden und leitet daraus Implikationen zur segmentspezifischen Optimierung des Leistungsportfolios von Banken ab.



Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien
Auslieferung: Verlag Peter Lang AG
Moosstr. 1, CH-2542 Pieterlen
Telefax 0041 (0)32/376 1727

*inklusive der in Deutschland gültigen Mehrwertsteuer
Preisänderungen vorbehalten

Homepage <http://www.peterlang.de>

