

# Wochenbericht

## **Verbessern Internet-Kreditmärkte den Kreditzugang für Unternehmerinnen?**

Seite 2

Kredite für Unternehmerinnen? Im klassischen Bankgeschäft ist es für Unternehmerinnen oft schwieriger, einen Kredit zu bekommen als für ihre männlichen Kollegen. Ganz anders offenbar die Situation bei den boomenden Kreditplattformen im Internet. Eine Fallstudie anhand der größten deutschen Kreditplattform *smava* zeigt: Die Kredit Chancen für Unternehmerinnen sind dort deutlich besser.

**Von Nataliya Barasinska und Dorothea Schäfer**

## **„Die Internet-Plattformen bieten ganz neue Zugangschancen zu Krediten“**

Seite 8

**Acht Fragen an Nataliya Barasinska**

## **Konjunkturbarometer Juli 2010**

Seite 11

## **Totgesagte leben länger: Zu den Perspektiven des Industriestandortes Deutschland**

Seite 12

**Kommentar von Martin Gornig und Alexander Kritikos**

# Verbessern Internet-Kreditmärkte den Kreditzugang für Unternehmerinnen?

Nataliya Barasinska  
nbarasinska@diw.de

Dorothea Schäfer  
dschaefer@diw.de

*Unternehmerinnen und Gründerinnen sind eine Minderheit unter den Geschäftskunden einer Bank. Wissenschaftliche Studien über traditionelle Kreditmärkte zeigen für Unternehmerinnen oft eine im Vergleich zu Unternehmern geringere Wahrscheinlichkeit für eine Kreditzusage oder höhere Kreditkosten. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob Unternehmerinnen auf Internet-Kreditmärkten weniger mit diesem Problem zu kämpfen haben.*

*In der vorliegenden Studie hat das DIW Berlin Geschäftskredite auf der größten deutschen Internet-Plattform smava untersucht. smava führt private Personen zusammen, die einen Ratenkredit zu einem festen Zinssatz aufnehmen oder Geld verleihen möchten. Die Befunde zeigen: Kreditnehmerinnen sind auf smava mindestens so gut gestellt wie Kreditnehmer. Bleiben alle sonstigen kredit- und kreditnehmerspezifischen Merkmale gleich, dann gilt sogar, dass Kreditgesuche von Unternehmerinnen bessere Erfolgsaussichten haben als Kreditgesuche von Männern. Es gibt erste Hinweise, dass dieses Ergebnis nicht plattformspezifisch ist, sondern auch für andere innovative Kreditmärkte gilt.*

Der Begriff der Internet-Kreditmärkte (auch bekannt als Peer-to-Peer- oder P2P-Kreditplattformen) steht für Internet-basierte Netzwerke, die dazu dienen, Kredite zwischen Kreditsuchenden und Anlegern (peers) zu vermitteln, und zwar ohne Intermediation traditioneller Finanzinstitute.<sup>1</sup> Personen, die einen Kredit suchen, können auf den Internetseiten Kreditgesuche veröffentlichen. Dabei nennen sie unter anderem den gewünschten Kreditbetrag und den Zins, den sie zu zahlen bereit sind. Kapitalanleger können im Gegenzug einen Betrag verleihen. Dank Internet-Kreditplattformen erhalten Kreditnehmer die Möglichkeit, einen Kredit aufzunehmen, auch wenn traditionelle Kreditinstitutionen entweder ganz absagen oder den Kredit nur zu schlechteren Konditionen gewähren würden. Die Anleger sind dagegen motiviert, ihr Geld zur Verfügung zu stellen, weil sie darin eine attraktive Investition sehen und außerdem selbst bestimmen können, wofür ihr Kapital verwendet wird.

Der erste kommerzielle Internet-Kreditmarkt Zopa wurde 2005 in Großbritannien gegründet. Seitdem sind weltweit dutzende Plattformen entstanden. Noch ist das Volumen der Internet-Kreditmärkte im Vergleich zum traditionellen Kreditgeschäft recht klein. Trotzdem lässt sich die Bedeutung dieser Kreditmärkte als zukünftiger Wettbewerber für den traditionellen Kreditmarkt nicht mehr übersehen. Genutzt werden solche Plattformen je nach Land von hunderten bis hunderttausenden von Mitgliedern. Das Gesamtvolumen der weltweit vermittelten Internet-Kredite wird auf eine Milliarde Dollar geschätzt.<sup>2</sup> Das Phänomen zieht vermehrt die Aufmerksamkeit der breiten Öffentlichkeit, der Finanzbranche und der Politik auf

<sup>1</sup> Der vorliegende Wochenbericht des DIW Berlin ist nicht als Anleitung zur Geldanlage bei Internet-Kreditmärkten zu sehen.

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

sich.<sup>3</sup> Die bekanntesten Internet-Kreditmärkte in Deutschland sind die Anbieter *auxmoney* und *smava*, deren Gesamtvolumen der vermittelten Kredite im März 2010 knapp 33 Millionen Euro betrug.<sup>4</sup>

Das Spektrum der Geschäftsmodelle der existierenden Plattformen ist sehr breit und reicht von universellen Plattformen, die Kredite mit dem Motiv der Gewinnerzielung vermitteln, über den nicht gewinnorientierten Anbieter von Mikrofinanzierung für Kleinstunternehmer bis zum Spezialfinanzierer zum Beispiel für Studierende.<sup>5</sup> Die Mehrheit der vermittelten Kredite dient Konsumzwecken wie der Anschaffung von Gebrauchsgütern oder Einrichtungsgegenständen. Dennoch werden die Plattformen auch von Unternehmen und Gründern benutzt, um Geschäftskredite aufzunehmen.

### Sind Unternehmerinnen bei Internet-Kreditmärkten im Vorteil?

Unter den Geschäftskunden einer Bank sind Unternehmerinnen und Gründerinnen im Regelfall eine Minderheit. Wissenschaftliche Studien zeigen für Unternehmerinnen oft eine im Vergleich zu männlichen Unternehmern geringere Wahrscheinlichkeit für eine Kreditzusage oder höhere Kreditkosten.<sup>6</sup> Die Untersuchungen belegen, dass Banken von Frauen einen höheren Zins oder mehr Sicherheiten als von Männern verlangen, obwohl keine Unterschiede bei den üblichen Einflussgrößen auf die Kreditkonditionen – wie zum Beispiel beim geschätzten Ausfallrisiko – feststellbar sind. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob Unternehmerinnen, die auf Internet-Kreditmärkten Geldgeber suchen, weniger mit diesem Problem konfrontiert sind. Ist die Chance von Unternehmerinnen an einen Kredit zu gelangen, in diesen innovativen Kreditmärkten besser oder schlechter als die von Unternehmern?

Die Frage lässt sich nicht einfach beantworten: Einerseits könnte der besondere Vergabemechanismus der Märkte für die Gleichstellung der Kreditnehmerinnen und Kreditnehmer förderlich sein. Insbesondere die Tatsache, dass Kreditnehmer die Konditionen selbst gestalten und jedem Kreditgesuch eine Vielzahl von

Kreditgebern gegenübersteht, erhöht die Chancen, dass die Nachfrage auf ein entsprechendes Angebot trifft. Andererseits können Kreditgeber auf Internet-Kreditmärkten nach beliebigen Kriterien entscheiden, wem und zu welchem Preis sie ihr Geld leihen. Dies kann dazu führen, dass bestimmte Gruppen von Kreditnehmern von den Geldgebern diskriminiert werden. Welche der beiden Faktoren dominierenden Einfluss haben, lässt sich schwer abschätzen. Problematisch beim Vergleich ist auch, dass verschiedene Marktplätze unterschiedliche Geschäftsmodelle anwenden. Infolgedessen könnte das Zusammenspiel der beiden Faktoren im Einzelfall unterschiedlich ausfallen.

Bei der Beantwortung der Frage nach den relativen Finanzierungschancen von Männern und Frauen auf innovativen Kreditmärkten bietet es sich an, zunächst eine bestimmte Internet-Kreditplattform zu untersuchen. Die hier vorgestellten Analysen und Befunde beziehen sich auf den nach dem Volumen der vergebenen Kredite größten deutschen Internet-Kreditmarkt *smava*.

### Schnelles Wachstum bei *smava*

Die deutsche Internet-Plattform für Kreditvergabe *smava* vermittelt Kredite seit März 2007. Die Plattform führt Personen zusammen, die einen Ratenkredit zu einem festen Zinssatz aufnehmen, beziehungsweise Geld zur Verfügung stellen möchten. Der maximal zulässige Kreditbetrag ist 50 000 Euro und kann für die Laufzeit von 36 oder 60 Monaten aufgenommen werden.<sup>7</sup>

Seit der Gründung der Plattform wurden insgesamt 3 602 Kredite mit einem Gesamtvolumen von rund 26 Millionen Euro vermittelt. Ende März 2010 belief sich die Zahl der Kreditnehmer und Kreditgeber auf 3 402 und 5 671.

Geschäftskredite stellen einen wesentlichen Teil des Kreditvolumens dar. Zwischen März 2007 und März 2010 wurden insgesamt 777 Kreditgesuche für verschiedene Geschäftszwecke eingereicht.<sup>8</sup> Erhält ein Gesuch nach einer Zeitspanne von 14 Tagen weniger als 25 Prozent der gewünschten Kreditsumme, führt dies automatisch zur Beendigung des Gesuchs und zur Rückgabe der bereits zugesagten Mittel an die Anleger. Vollständig finanziert wurden 675 Kreditgesuche (86,9 Prozent). Weitere 43 Kredite (5,5 Prozent) überschritten die Schwelle von 25 Prozent und

<sup>3</sup> Siehe zum Beispiel Deutsche Bank Research: Innovations in P2P Lending May Put Computers Over People. November 2009; BaFin Journal: „Kreditauktionen“ im Internet und die Bankerlaubnispflicht. Mai 2007.

<sup>4</sup> Vgl. auch Pressemitteilung von *auxmoney* vom 29. März 2010.

<sup>5</sup> Einen guten Überblick der Plattfortmtypen findet sich in Lochmaier, L.: Die Bank sind wir. Hannover 2010.

<sup>6</sup> Siehe zum Beispiel Alesina, A., Lotti, F., Mistrulli, P.E.: Do Women Pay More for Credit? Evidence from Italy. Working Paper, Januar 2009; Muravyev, A., Talavera, O., Schäfer, D.: Entrepreneurs' Gender and Financial Constraints: Evidence from International Data. Journal of Comparative Economics, Vol. 37(2), 2009.

<sup>7</sup> Die Bedingungen änderten sich im Laufe der Zeit: Vor März 2010 betrug die zulässige Obergrenze des Kreditbetrags 25 000 Euro; vor Juni 2008 wurden Kredite nur mit einer Laufzeit von 36 Monaten vermittelt.

<sup>8</sup> Gesuche, die zurückgezogen wurden, sind nicht mitgezählt.

Tabelle 1

**Verteilung der Kreditgesuche nach Erfolg**  
In Prozent

	Alle Kreditgesuche <sup>1</sup>	Von Männern	Von Frauen
Nicht finanziert	7,6	7,9	6,3
Mindestens 25 Prozent aber weniger als 100 Prozent finanziert	5,5	5,7	5,0
Vollständig finanziert	86,9	86,4	88,7

<sup>1</sup> Gesuche auf Geschäftskredite zwischen März 2007 und März 2010.

Quellen: smava; Berechnungen des DIW Berlin. **DIW Berlin 2010**

**Frauen waren um mehr als zwei Prozentpunkte erfolgreicher als Männer.**

wurden teilweise finanziert. Unterhalb der Schwelle von 25 Prozent blieben 59 Gesuche (7,6 Prozent) und waren somit erfolglos. Dabei waren Frauen etwas erfolgreicher als Männer (Tabelle 1).

Der Gesamtwert der zustande gekommenen Geschäftskredite betrug etwa 8,5 Millionen Euro. Die Summe machte 32 Prozent des Gesamtkreditvolumens der Plattform aus. Der durchschnittliche Geschäftskredit belief sich auf 12 000 Euro. Der durchschnittliche nominale Zinssatz betrug 9,4 Prozent pro Jahr.

Die Nachfrage nach Geschäftskrediten variiert über die Zeit (Abbildung 1). In den ersten 20 Monaten der Geschäftstätigkeit der Plattform war die Nachfrage nach Geschäftskrediten im Vergleich zu Konsumentenkrediten eher gering: Es wurden durchschnittlich zwei neue Kreditgesuche pro Monat eingereicht. Seit

November 2008 stieg die Zahl deutlich und betrug im Durchschnitt 44 Gesuche pro Monat. Der rasche Anstieg ist vor allem auf zwei Ereignisse zurückzuführen. Erstens bekam *smava* im Oktober 2008 von der Zeitschrift *Finanztest* die beste Note unter den deutschen Internet-Kreditbörsen, was die Popularität der Plattform wesentlich steigerte.<sup>9</sup> Zweitens zwang die drastische Verschärfung der Situation auf den Kapitalmärkten im Anschluss an die Pleite der US-Investmentbank Lehman Brothers im September 2008 die Unternehmen vermehrt zur Suche nach alternativen Finanzierungsquellen. Außerdem spielte die Einführung der Vergabe von Krediten mit fünfjähriger Laufzeit auf der Plattform im Sommer 2008 eine positive Rolle. Solche mittelfristigen Kredite sind für Unternehmen in der Regel attraktiver als Kredite mit dreijähriger Laufzeit.<sup>10</sup>

Je nach Verwendungszweck lassen sich Geschäftskredite in fünf Gruppen aufteilen.<sup>11</sup> Am häufigsten wurden Kredite zur Überbrückungsfinanzierung und zur Geschäftserweiterung aufgenommen (Abbildung 2). Zusammen machen diese beiden Gruppen die Hälfte aller Geschäftskredite aus. Unternehmerinnen verwenden etwas häufiger die Internet-Kredite zur Sicherung der Liquidität als ihre männlichen Pendanten. Kredite zur Ausweitung des bestehenden Geschäfts werden häufiger von Männern aufgenommen. Die

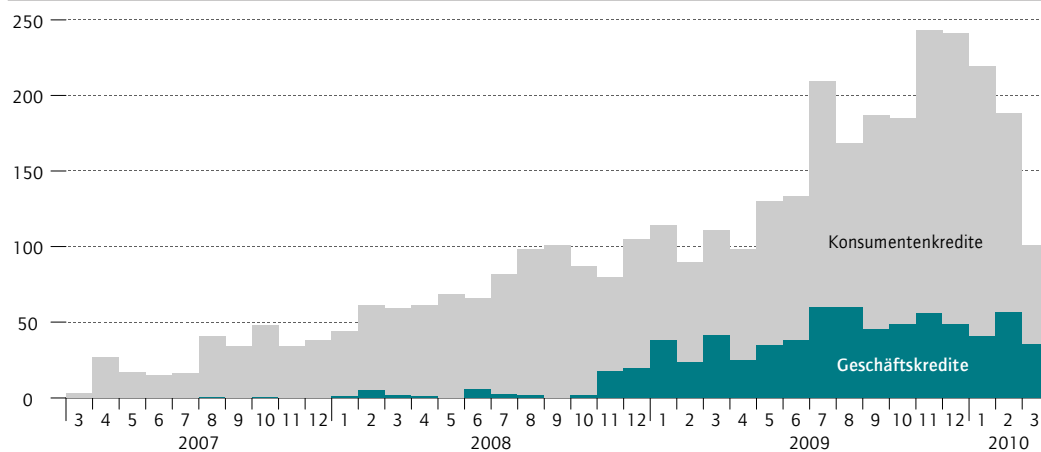
<sup>9</sup> *Finanztest*: Die Bank sind Sie. Heft 11/2008.

<sup>10</sup> 80 Prozent der auf der Plattform aufgenommenen Geschäftskredite haben eine Laufzeit von fünf Jahren. Bei Konsumentenkrediten beträgt der Anteil der fünfjährigen Kredite nur 54 Prozent.

<sup>11</sup> Der Verwendungszweck wird von Kreditnehmern freiwillig angegeben und auf Richtigkeit nicht überprüft.

Abbildung 1

**Zahl der neuen Kreditgesuche pro Monat bei *smava***



Quellen: smava; Berechnungen des DIW Berlin.

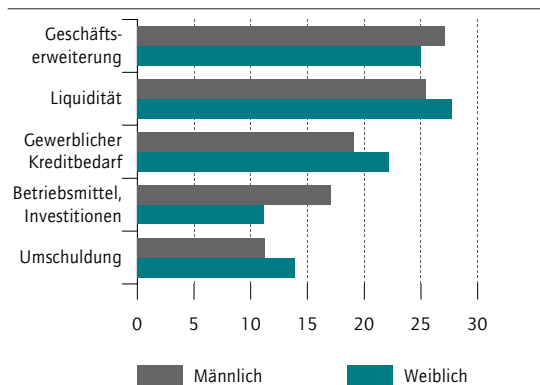
**DIW Berlin 2010**

**Schnelles Wachstum: *smava* ist die größte Kreditplattform in Deutschland. Geschäftskredite spielen erst seit der Finanzkrise eine Rolle.**

Abbildung 2

### Verteilung der Geschäftskredite nach Verwendungszweck und Geschlecht des Kreditnehmers

In Prozent



Quellen: smava; Berechnungen des DIW Berlin. **DIW Berlin 2010**

Die Geschäftskredite bei *smava* werden von Frauen zu anderen Zwecken verwendet als von Männern.

drittgrößte Gruppe (mit etwa 20 Prozent) stellen Kredite zur Deckung des gewerblichen Bedarfs dar. Auch hier ist der Unterschied zwischen Männern und Frauen eher gering und beträgt drei Prozentpunkte zugunsten von Frauen. Investitionskredite werden vor allem von Personen aufgenommen, die Startkapital suchen, um selbständig zu werden. Bei dieser Kreditform ergibt sich ein großer Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern. Kredite dieser Art machen 17 Prozent aller Geschäftskredite an Männer und nur elf Prozent an Frauen aus. Die letzte Gruppe sind Kredite, die zur Umschuldung benutzt werden. Umschuldungskredite erzielen dagegen einen Anteil von elf Prozent an den Geschäftskrediten an Männer und 14 Prozent an Frauen.

### Wer sind die Kreditnehmer von Geschäftskrediten?

Zwischen März 2007 und März 2010 haben sich bei *smava* insgesamt 687 Personen für Geschäftskredite beworben,<sup>12</sup> darunter 545 Männer (79 Prozent) und 142 Frauen (21 Prozent). Das Alter der Antragsteller liegt zwischen 21 und 76 Jahren und beträgt im Durchschnitt 44 Jahre.

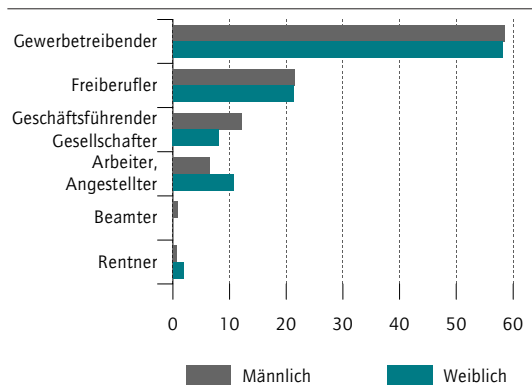
Im Bezug auf den Beschäftigungsstatus machen Gewerbetreibende die mit Abstand größte Gruppe aus (Abbildung 3). Dabei ist deren Anteil an männ-

<sup>12</sup> Jeder Antragsteller kann mehrere Kreditgesuche auf der Plattform veröffentlichen und auch mehrere Kredite aufnehmen. Deswegen kann die Zahl der Kreditgesuche höher sein als die Zahl der Kreditsuchenden..

Abbildung 3

### Verteilung der Kreditgesuche nach Beschäftigungsstatus des Kreditnehmers

In Prozent



Quellen: smava; Berechnungen des DIW Berlin. **DIW Berlin 2010**

Vor allem Gewerbetreibende suchen Kredite bei *smava*.

lichen und weiblichen Bewerbern ähnlich: 59 und 58 Prozent. Die zweitgrößte Gruppe mit jeweils rund 21 Prozent bilden Freiberufler. Die drittgrößte Gruppe stellen geschäftsführende Gesellschafter dar. Der Anteil der Personen mit diesem Beschäftigungsstatus beträgt zwölf Prozent bei den Männern und acht Prozent bei den Frauen. Eine nur wenig kleinere Gruppe bilden Angestellte und Arbeiter, die sich offensichtlich mit den Krediten einen Start in die Selbständigkeit ermöglichen möchten. Der Anteil der angestellten Frauen und Männer unter den Kredit nachfragenden Personen beträgt elf beziehungsweise sechs Prozent. Die kleinste Gruppe der Bewerber mit rund zwei Prozent bilden Rentner und Beamte.

Zwar sind die Angaben über die Höhe des Einkommens oder die Größe des Unternehmens nicht öffentlich zugänglich. Es ist aber zu erwarten, dass überwiegend kleine Unternehmen diese Finanzierungsform in Betracht ziehen, da Kredite bis höchstens 50 000 Euro vergeben werden können.

### Hängen die Kredit Chancen vom Geschlecht ab?

Um die Frage nach den für Frauen und Männer unterschiedlichen Chancen beim Zugang zu Geschäftskrediten zu beantworten, wird die Wahrscheinlichkeit des Erfolgs eines erfolgreichen Kreditgesuchs in Abhängigkeit vom Geschlecht des Kreditnehmers untersucht. Alle verfügbaren und für den Erfolg relevanten kredit- und kreditnehmerspezifischen Faktoren werden hierbei berücksichtigt. Damit wird ausgeschlossen, dass die Ergebnisse durch eventuelle

Tabelle 2

**Merkmale von Kreditgesuchen**

	Beispiel 1	Beispiel 2
Offerierter Zinssatz	10 Prozent	–
Angefragter Kreditbetrag	–	12 000 Euro
Laufzeit	36 Monate	36 Monate
Kreditzweck	Liquidität	Liquidität
Alter des Kreditnehmers	35	35
Beschäftigungsstatus	Gewerbetreibender	Gewerbetreibender
Schufa-Klasse	D	D
Schuldendienstlast	20–40 Prozent	20–40 Prozent

Quelle: Zusammenstellung des DIW Berlin. **DIW Berlin 2010**

Bei sonst gleichen Vorgaben geht Beispiel 1 von einem Zinssatz von zehn Prozent aus, Beispiel 2 dagegen von einem Kredit über 12 000 Euro.

Korrelation zwischen den Faktoren für den Erfolg und dem Geschlecht des Kreditnehmers verzerrt werden. Zum Beispiel muss die Bonität eines jeden Kreditnehmers betrachtet werden, weil die Risiken unter den Kreditnehmern unterschiedlich sind. Gruppen von Kreditnehmern mit tendenziell höherem Risiko werden allein aus diesem Grunde von Kreditgebern entweder gemieden oder müssen mit höheren Kosten rechnen. Die Berücksichtigung der bekannten Faktoren für den Erfolg des Gesuchs wird durch eine multivariate Regressionsanalyse sichergestellt.<sup>13</sup> Neben dem Geschlecht werden zwei Gruppen von Einflussgrößen in die Analyse einbezogen und deren Auswirkung auf die Erfolgswahrscheinlichkeit eines Kreditgesuchs geschätzt:

- Kreditnehmerspezifische Charakteristika wie Alter, Beschäftigung, Wohnsitz, Bonität – basierend auf der Schufa-Klasse – und die Kapitaldienstfähigkeit.<sup>14</sup>
- Kreditspezifische Faktoren wie gewünschter Kreditbetrag, Zinssatz, Laufzeit und Kreditzweck.

Die Daten werden aus den öffentlich zugänglichen Webseiten der Plattform gewonnen.<sup>15</sup> Sie sind für alle Nutzer einsehbar.

Die Ergebnisse der Schätzung zeigen, dass das Geschlecht des Kreditnehmers einen wesentlichen Ein-

fluss auf die Erfolgswahrscheinlichkeit eines Kreditgesuchs hat, auch wenn andere wichtige Einflussgrößen berücksichtigt werden. Insbesondere haben Frauen über alle Schufa-Klassen hinweg eine mindestens so hohe Wahrscheinlichkeit, einen Kredit zu bekommen, wie Männer. Wie hoch diese Wahrscheinlichkeit im Einzelfall ausfällt, hängt von konkreten Eigenschaften des Kredits und des Kreditnehmers ab. Die Höhe des Zinses und des angefragten Kreditbetrags spielen dabei eine wichtige Rolle. Dies wird anhand von zwei Beispielen demonstriert. Die Wahrscheinlichkeit wurde jeweils für ein Kreditgesuch errechnet, das die in Tabelle 2 genannten Merkmale hat.

Wie erwartet steigt die Erfolgswahrscheinlichkeit, wenn Kreditnehmer einen höheren Zins anbieten (Abbildung 4). Dabei ist für alle Zinssätze zwischen vier und 15 Prozent die Erfolgswahrscheinlichkeit des Gesuchs einer Frau höher als die des Gesuchs eines Mannes. Der Abstand zwischen den Kurven nimmt zwischen vier und neun Prozent zu und danach wieder ab. Das bedeutet, dass bei sehr niedrigen und sehr hohen Zinssätzen beide Geschlechter gleich wenig beziehungsweise gleich hohe Chancen haben, einen Kredit zu erhalten. Bei Zinssätzen nahe neun Prozent – also bei Zinsen zu denen etwa die Hälfte der Kredite vergeben wurde – ist die Kluft am größten.

Das zweite Beispiel bezieht sich auf den Einfluss des nachgefragten Kreditbetrags. Untersucht wird die geschätzte Wahrscheinlichkeit, dass der gesuchte Betrag zu 100 Prozent finanziert wird, je nach Betrag und Geschlecht des Kreditnehmers. Die Schätzung bezieht sich auf Beträge zwischen 2 000 und 25 000 Euro. Zum Zeitpunkt der Analyse wurden noch keine Kredite über 25 000 Euro vergeben.

Offenbar besteht ein negativer Zusammenhang zwischen dem Betrag und der Finanzierungswahrscheinlichkeit.<sup>16</sup> Dabei fällt der Rückgang der Erfolgswahrscheinlichkeit als Reaktion auf den steigenden Kreditbetrag für Männer stärker aus als für Frauen. Bei kleineren Kreditbeträgen haben beide Geschlechter eine gleich hohe Erfolgswahrscheinlichkeit. Für höhere Kreditbeträge haben Frauen dagegen bessere Erfolgswahrscheinlichkeiten als Männer. Der Unterschied in der Finanzierungschance des Kreditgesuchs ist umso höher, je größer der erwünschte Kreditbetrag ist.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass auf der Plattform Unternehmerinnen gleiche oder sogar bessere Chancen als Unternehmer haben, den gewünschten

**13** Die Grundlage der Regressionsanalyse bildet ein multivariates Probitmodell. Die zu erklärende Variable ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kreditgesuch vollständig finanziert wird.

**14** Der Kapitaldienstfähigkeit wird bei der Plattform für jeden Kreditsuchenden anhand von Einkommensnachweisen ermittelt. Die Höhe des Kapitaldienstes drückt sich in einem Indikator aus. Dieser Indikator zeigt Kreditgebern den Anteil des verfügbaren Nettoeinkommens, den ein Kreditnehmer zur Bedienung aller ausstehenden Kredit- und Leasingraten einschließlich der hinzukommenden Rate des *smava*-Kredits benötigt.

**15** In der Analyse wurden alle Kreditgesuche miteinbezogen, die im Kreditprojektarchiv auf der Plattform *smava* ausgewiesen sind.

**16** Der negative Zusammenhang ergibt sich aus zwei Gründen. Erstens steigt mit dem Betrag das Risiko für Geldgeber: Da Kredite nicht besichert sind, erbringen Ausfälle von großen Krediten höhere Verluste. Zweitens, da einzelne Kreditgeber nur kleine Beträge pro Kredit investieren, brauchen große Kredite in der Regel mehr Geldgeber als kleine Kredite.

Kredit zu erhalten. Es scheint also eine positive Diskriminierung für Frauen auf diesem Internet-Kreditmarkt zu geben. Hierfür sind verschiedene Erklärungen denkbar: Zum Beispiel könnte der besondere Kreditvergabemechanismus eine Rolle spielen; weiterhin wird in der Mikrofinanzierung Frauen generell mehr Vertrauen geschenkt; schließlich könnten Frauen von Anlegerinnen bei der Kreditvergabe bevorzugt werden. Die letztgenannte Möglichkeit wurde überprüft. Jedoch ist eine aussagekräftige Bewertung aufgrund zu geringer Fallzahlen bei den Anlegerinnen nicht möglich. Anlegerinnen machen nur zehn Prozent aller Investoren aus, und es gibt keine Kredite, die ausschließlich durch Frauen finanziert wurden.

### Lassen sich die Ergebnisse zu *smava* verallgemeinern?

Da die Analyse auf Daten nur einer der vielen Plattformen basiert, stellt sich die Frage, ob die Ergebnisse verallgemeinert werden können. Direkt lässt sich das derzeit nicht überprüfen. Zudem erschweren die Unterschiede in den Kundenstrukturen und den Geschäftsmodellen den Vergleich zwischen einzelnen Plattformen. Dennoch gibt es erste Hinweise darauf, dass auch bei anderen Plattformen Kreditnehmerinnen zumindest nicht schlechter gestellt werden als Kreditnehmer. So wurde in einer US-amerikanischen Studie ermittelt, dass weibliche Kreditnehmer tendenziell begünstigt werden.<sup>17</sup> Dieses Ergebnis bezieht sich allerdings auf Kreditnehmerinnen allgemein und nicht speziell auf Unternehmerinnen.

### Fazit

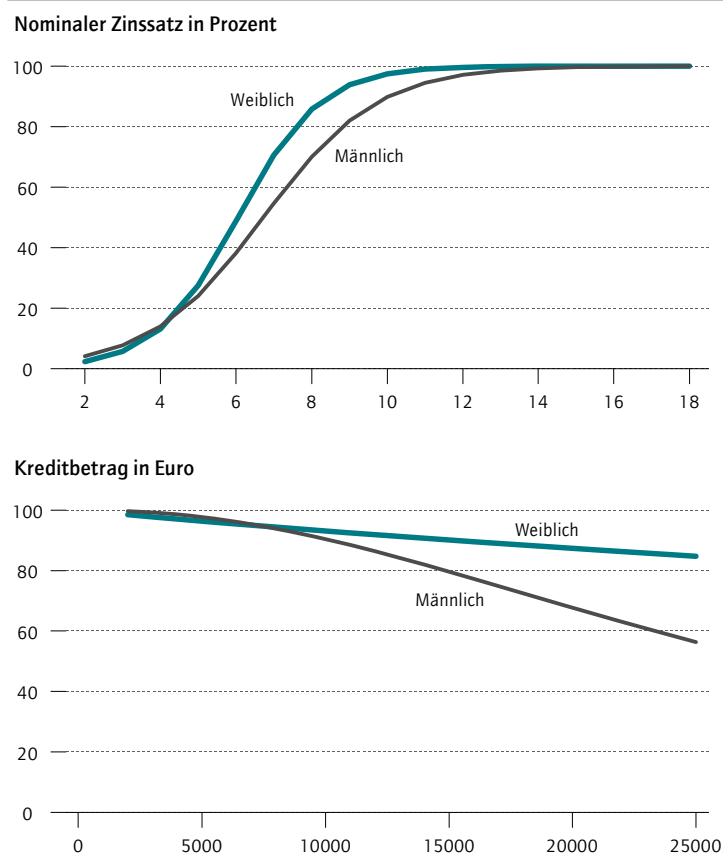
Internet-Kreditmärkte erfreuen sich einer wachsenden Beliebtheit. In traditionellen Kreditmärkten ist es für Unternehmerinnen oft schwieriger, einen Kredit zu erhalten als für Unternehmer. Das Gegenteil ist der Fall auf dem hier untersuchten größten deutschen Internet-Kreditmarkt *smava*. Die Wahrscheinlichkeit, dort einen Kredit zu erhalten, ist für Unternehme-

<sup>17</sup> Pope, D.G., Syndor, J.R.: What's in a Picture? Evidence of Discrimination from Prosper.com. Erscheint im Journal of Human Resources.

Abbildung 4

### Geschätzte Erfolgswahrscheinlichkeit nach Zinssatz, Kreditbetrag und Geschlecht des Kreditnehmers

In Prozent



Quellen: smava; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2010

Bei sehr hohen oder sehr niedrigen Zinssätzen und bei sehr kleinen Kreditsummen haben Männer und Frauen die gleichen Chancen auf einen Kredit.

rinnen höher als für Unternehmer. Im Bereich der Mikrofinanzierung wird Frauen tendenziell mehr Vertrauen als Männern entgegengebracht, da die Chancen auf Rückzahlung bei Kreditnehmerinnen besser sind. Zum anderen kann aber auch der besondere Vergabemechanismus eine Rolle spielen. Auf Kredit-Plattformen müssen in der Regel mehrere Anleger eine positive Entscheidung treffen, damit es zur Finanzierung kommt, wohingegen bei Banken die Entscheidung oft nur von einem einzigen Kreditsachbearbeiter abhängt.

JEL Classification: G21, J16

Keywords: Peer-to-peer lending, Financial constraints, Gender, Small business loans



## Acht Fragen an Nataliya Barasinska

### „Die Internet-Plattformen bieten ganz neue Zugangschancen zu Krediten“

Nataliya Barasinska,  
Wissenschaftliche  
Mitarbeiterin,  
Abteilung Innovation,  
Industrie,  
Dienstleistung  
am DIW Berlin

***Frau Barasinska, welche Probleme haben Unternehmerinnen, wenn Sie einen Geschäftskredit bei einer Bank aufnehmen wollen?***

Verschiedene Studien zeigen, dass es für Unternehmerinnen schwieriger ist, einen Geschäftskredit zu bekommen, als für Unternehmer. Sie haben eine geringere Wahrscheinlichkeit, eine Kreditzusage zu bekommen als Unternehmer und müssen oft einen höheren Zins zahlen oder höhere Sicherheiten vorweisen.

***Wo liegen die Ursachen dafür?***

Vermutlich liegen die Ursachen in geschlechtsspezifischen Klischees. Zum Beispiel wird geglaubt, dass Frauen schlechtere unternehmerische Fähigkeiten haben. Für Kreditgeber bedeutet das, dass sie von Frauen geführten Firmen schlechtere Erfolgchancen zutrauen und Kredite an solche Firmen für riskanter halten. Die Banken versuchen, sich gegen dieses Risiko mit höheren Aufschlägen abzusichern oder diese Risiken ganz zu vermeiden.

***Eine neue Form der Kreditvergabe sind sogenannte P2P-Plattformen im Internet. Wie funktioniert diese Art der Kreditvergabe?***

Diese sogenannten Peer-to-Peer-Plattformen führen Kreditsuchende mit Personen zusammen, die Geld anlegen möchten. Das hat Vorteile für beide Seiten. Geldgeber erhalten eine attraktive Anlageform, weil Kredite eine gute Rendite bringen, die andere Anlageformen bei vergleichbarem Risiko nicht haben. Außerdem können die Kreditgeber selbst bestimmen, für welche Zecke ihr Geld eingesetzt wird. Auf der anderen Seite haben Kreditsuchende die Chance, einen Kredit zu besseren Konditionen als bei einer Bank zu bekommen. Zudem können sie selbst die Zinskonditionen angeben und einen Geldgeber suchen, der darauf einsteigt.

***Welche Vorteile haben Unternehmerinnen auf P2P-Plattformen?***

Das Interessante ist: Auf diesen Plattformen werden Unternehmerinnen nicht schlechter gestellt als Un-

ternehmer. Bei gleichen Konditionen haben Frauen dort sogar oft bessere Chancen, einen Kredit zu bekommen.

***Spielen Geschlechterklischees bei der Kreditvergabe im Internet keine Rolle?***

Offensichtlich schenken Kreditgeber auf solchen Plattformen Frauen mehr Vertrauen, als das bei den Banken der Fall ist. Sie greifen zurück auf positive Erfahrungen aus der Mikrofinanzierung. Diese Erfahrungen zeigen, dass Frauen generell niedrigere Ausfallquoten aufweisen als Männer.

***Sind denn unter den Geldgebern bei Internetkrediten mehr Frauen?***

Nein. Zu unserer Überraschung haben wir festgestellt, dass bei den Geldgebern der P2P-Plattformen das Verhältnis von Männern zu Frauen neun zu eins beträgt. Es sind also nur zehn Prozent der Geldgeber weiblich.

Offensichtlich schenken  
Kreditgeber auf  
Internet-Plattformen  
Frauen mehr Vertrauen,  
als das bei den Banken  
der Fall ist.

***Wo liegen die Grenzen dieses Modells?***

Im Moment kann man bei solchen P2P-Plattformen keine größeren Summen aufnehmen. Bei der Plattform *smava* zum Beispiel liegt die

Obergrenze derzeit bei 50 000 Euro, was für ein mittleres Unternehmen eine eher kleine Summe ist.

***Wie groß ist die gesamtwirtschaftliche Bedeutung dieser innovativen Kreditmärkte?***

Das Gesamtvolumen der Kredite in der P2P-Branche liegt weltweit zurzeit bei rund einer Milliarde Euro. Die exakten Zahlen sind nicht bekannt. Dennoch darf man die gesamtwirtschaftliche Bedeutung nicht unterschätzen, auch wenn das Volumen im Vergleich zum klassischen Bankgeschäft klein ist. Diese Plattformen können Banken zwar nicht ersetzen, allerdings sind die Wachstumsraten bei den P2P-Krediten sehr stark. Zudem hat sich dieses Geschäftsmodell auch in der Finanzkrise als sehr robust erwiesen.

Das Gespräch führte  
Erich Wittenberg.  
Das vollständige  
Interview zum Anhören  
finden Sie auf  
[www.diw.de/interview](http://www.diw.de/interview)



William Hogan, Juan Rosellón, Ingo Vogelsang

### **Toward a Combined Merchant-Regulatory Mechanism for Electricity Transmission Expansion**

Electricity transmission pricing and transmission grid expansion have received increasing regulatory and analytical attention in recent years. Since electricity transmission is a very special service with unusual characteristics, such as loop flows, the approaches have been largely tailor-made and not simply taken from the general economic literature or from the more specific but still general incentive regulation literature. An exception has been Vogelsang (2001), who postulated transmission cost and demand functions with fairly general properties and then adapted known regulatory adjustment processes to the electricity transmission problem. A concern with this approach has been that the properties of transmission cost and demand functions are little known but are suspected to differ from conventional functional forms. The assumed cost and demand properties in Vogelsang (2001) may actually not hold for transmission companies (Transcos). Loop-flows imply that certain investments in transmission upgrades cause negative network effects on other transmission links, so that capacity is multidimensional. Total network capacity might even decrease due to the addition of new capacity in certain transmission links. The transmission capacity cost function can be discontinuous. There are two disparate approaches to transmission investment: one employs the theory based on long-run financial rights (LTFTR) to transmission (merchant approach), while the other is based on the incentive-regulation hypothesis (regulatory approach). An independent system operator (ISO) could handle the actual dispatch and operational pricing. The transmission firm is regulated through benchmark or price regulation to provide long-term investment incentives while avoiding congestion. In this paper we consider the elements that could combine the merchant and regulatory approaches in a setting with price-taking electricity generators and loads.

#### **Discussion Paper Nr. 1025**

Juni 2010

Juan Rosellón, Zdenka Mysliková, Eric Zenón

### **Incentives for Transmission Investment in the PJM Electricity Market: FTRs or Regulation (or Both?)**

This paper presents an application of a mechanism that provides incentives to promote transmission network expansion in the area of the US electric system known as PJM. The applied mechanism combines the merchant and regulatory approaches to attract investment into transmission grids. It is based on rebalancing a two-part tariff in the framework of a wholesale electricity market with locational pricing. The expansion of the network is carried out through the sale of financial transmission rights for the congested lines. The mechanism is tested for 14-node and 17-node geographical coverage areas of PJM. Under Laspeyres weights, it is shown that prices converge to the marginal cost of generation, the congestion rent decreases, and the total social welfare increases. The mechanism is shown to adjust prices effectively given either non-peak or peak demand.

#### **Discussion Paper Nr. 1026**

Juni 2010

Dagobert L. Brito, Juan Rosellón

**Pricing Natural Gas in Mexico:  
An Application of the Little Mirrlees Rule: The Case of Quasi-Rents**

In 1997, the Comisión Reguladora de Energía of Mexico implemented a netback rule for linking the Mexican natural gas price to the Texas price. At the time, the Texas price reflected a reasonably competitive market. Since that time, there have been dramatic increases in the demand for natural gas and there are various bottlenecks in the supply of natural gas. As a result, the price of natural gas in Texas now reflects the quasi-rents created by these bottlenecks. We address the optimality of the netback rule when the price of gas at the Texas market reflects the quasi-rents created by bottlenecks in the supply of natural gas to the United States pipeline system. In this paper, it is shown that it is optimal for the Mexican government to use the netback rule based on the Texas price of gas to set the price of natural gas in Mexico even though the Texas market cannot be considered a competitive market, and the Texas price for natural gas reflects quasi-rents created by various bottlenecks.

**Discussion Paper Nr. 1027**

Juni 2010

Tarjei Kristiansen, Juan Rosellón

**Merchant Electricity Transmission Expansion: A European Case Study**

We apply a merchant transmission model to the trilateral market coupling (TLC) arrangement among the Netherlands, Belgium and France as a generic example, and note that it can be applied to any general market splitting or coupling of Europe's different national power markets. In this merchant framework; the system operator allocates financial transmission rights (FTRs) to investors in transmission expansion based upon their preferences, and revenue adequacy. The independent system operator (ISO) preserves some proxy FTRs to deal with potential negative externalities due to an expansion project. This scheme proves to be capable in providing incentives for investment in transmission expansion projects within TLC areas.

**Discussion Paper Nr. 1028**

Juli 2010

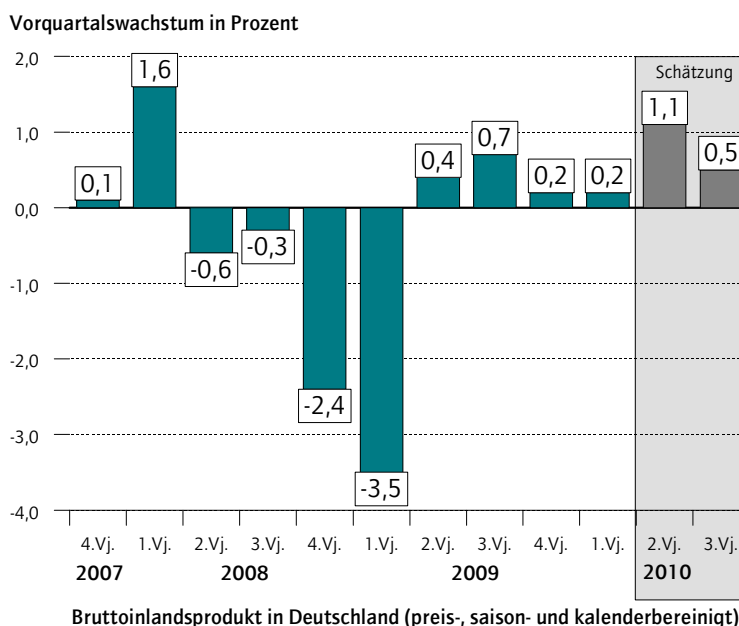
## Konjunktur auf dem Höchststand

Die konjunkturelle Dynamik wird im zweiten Quartal 2010 ihren vorläufigen Höchststand erreichen. Dies geht aus dem DIW-Konjunkturbarometer hervor. Demnach wird die Wirtschaftsleistung im zweiten Quartal um 1,1 Prozent zulegen. Das ist ein Spitzenwert im Euroraum. Wachstumstreiber war insbesondere die Exportwirtschaft.

„Hinter dem hohen Wachstum steht vor allem die positive Entwicklung des Außenhandels“, sagte DIW-Konjunkturrexperte Ferdinand Fichtner. Die exportorientierten Industriezweige seien die Hauptgewinner des Aufschwungs. So liege die Produktion in der Automobilindustrie und in der Chemischen Industrie bereits wieder in der Nähe alter Höchststände von vor Beginn der Konjunkturkrise 2008. Auch der Maschinenbau konnte im Vergleich zum Vorjahr einen Gutteil des Einbruchs wieder wettmachen.

Dagegen entwickle sich die inländische Nachfrage trotz der günstigen Situation auf dem Arbeitsmarkt bisher zurückhaltend. „Der heftige Produktionseinbruch in Deutschland nach dem Ausbruch der Finanzkrise hatte zwar mit dem deutschen Exportmodell zu tun. Er ermöglichte aber auch die starke Erholung im Anschluss daran“, sagte DIW-Konjunkturrexperte Vladimir Kuzin.

Die Konjunkturrexperten warnen vor vorschneller Euphorie. „Die große Dynamik bleibt voraussichtlich nicht erhalten“, so Ferdinand Fichtner. Für das dritte Quartal signalisiert das DIW-Konjunkturbarometer eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums auf 0,5 Prozent. „Zum einen dürfte die boomende Nachfrage nach deutschen Exportgütern etwas nachlassen – ein wesentlicher Teil davon ist nämlich auf Nachholeffekte zurückzuführen“, so Fichtner. „Zum anderen laufen die Konjunkturpakete allmählich aus – das belastet das Wachstum auf kurze Sicht.“



© DIW Berlin 2010

### Impressum

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

### Herausgeber

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

### Chefredaktion

Dr. Kurt Geppert  
Carel Mohn

### Redaktion

Tobias Hanraths  
PD Dr. Elke Holst  
Susanne Marcus  
Manfred Schmidt

### Lektorat

Dr. Nicola Jentzsch

### Pressestelle

Renate Bogdanovic  
Tel. +49-30-897 89-249  
presse@diw.de

### Vertrieb

DIW Berlin Leserservice  
Postfach 7477649  
Offenburg  
leserservice@diw.de  
Tel. 01 805-19 88 88, 14 Cent/min.  
Reklamationen können nur innerhalb  
von vier Wochen nach Erscheinen des  
Wochenberichts angenommen werden;  
danach wird der Heftpreis berechnet.

### Bezugspreis

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

### Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

### Druck

USE gGmbH, Berlin

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

Gedruckt auf  
100 Prozent Recyclingpapier



## Totgesagte leben länger: Zu den Perspektiven des Industriestandortes Deutschland

von Martin Gornig\* und Alexander Kritikos

Regelmäßig wird von Ökonomen das Ende des Industriestandortes Deutschland als Schreckgespenst an die Wand gemalt. Ein griffiges Bild für diese Prophezeiung war mit dem Schlagwort der Basarökonomie gefunden, wonach deutsche Industrieunternehmen zu Handelsvertretungen verkämen. Der in Deutschland erstellte Mehrwert würde sich auf das Aufkleben der Markenschilder beschränken, während die eigentliche Produktion außerhalb der Landesgrenzen stattfände. Die Exporte blieben zwar hoch, die Importe aber würden steigen.

Hinter der These der Basarökonomie stehen Überlegungen zum industriellen Strukturwandel, wonach sich die internationale Arbeitsteilung entlang der Wertschöpfungskette industrieller Produktion organisieren ließe. Für jeden einzelnen Produktionsschritt in der Wertschöpfungskette würde der Wettbewerb die kostenoptimale Standortentscheidung erzwingen. Einfache Produktion würde in Länder mit niedrigen Löhnen abwandern. Für Hochlohnländer wie Deutschland bliebe nur noch die Erstellung hochwertiger humankapitalintensiver Arbeitsschritte im Produktionsprozess übrig. Gedacht wurde hier insbesondere an die Produktvermarktung und Markenpflege oder die Blaupausenproduktion – also die Erstellung der Produktideen und neuer Produktionskonzepte.

Schaut man nach Deutschland, hat aber die Mehrzahl der Industrieunternehmen

eine andere Strategie verfolgt. Nicht die komplette Zerlegung der Wertschöpfungsketten innerhalb jedes Wirtschaftszweigs wurde angestrebt. Vielmehr war die Entscheidung gefragt, entweder die Produktion in einem Industriezweig in Deutschland ganz aufzugeben oder sie hier mit allen wesentlichen Komponenten fortzuführen. Die Folge war ein intensiver sektoraler Strukturwandel. Viele ehemals bedeutende Branchen wie die Bekleidungs-, Textil- oder Spielwarenindustrie gibt es in Deutschland kaum mehr. Andere forschungsintensive Industrien wie die Elektrotechnik, der Fahrzeugbau, der Maschinenbau und die Chemie sind nicht nur geblieben, sondern am Produktionsstandort sogar weiter gewachsen.

Das wesentliche Element des deutschen Produktionsmodells ist dabei, dass nicht nur Forschung, Entwicklung und Marketing, sondern auch die Produktion überwiegend im Inland erfolgen. Die im internationalen Vergleich immer noch hohen deutschen Industrielöhne haben die Kunden auf den Weltmärkten dabei als Qualitätsprämie offensichtlich akzeptiert. Entsprechend hat sich die Wertschöpfungstiefe der Industrie in Deutschland im Vergleich zu den USA und vielen Ländern Westeuropas im längerfristigen Vergleich sogar erhöht. Und so steigt auch derzeit die Industrieproduktion in Deutschland wieder kräftig an. Die Prophezeiung von der Basarökonomie hat sich eher als Fata Morgana erwiesen.

\* Prof. Dr. Martin Gornig ist stellvertretender Leiter der Abteilung Innovation, Industrie, Dienstleistung. Prof. Dr. Alexander Kritikos ist Vizepräsident des DIW Berlin und leitet die Abteilung Innovation, Industrie, Dienstleistung.