

Die Bedeutung von Online-Kreditplattformen im Mittelstand: digitale Fremdfinanzierung noch Nischenprodukt

Nr. 340, 29. Juli 2021

Autoren: Dr. Michael Schwartz, Telefon 069 7431-8695, Michael.Schwartz@kfw.de
Dr. Juliane Gerstenberger, Telefon 069 7431-4420, Juliane.Gerstenberger@kfw.de

Die Digitalisierung macht auch vor der Unternehmensfinanzierung nicht Halt. So besteht mittlerweile die Möglichkeit, Finanzierungen über Online-Kreditplattformen digitaler Anbieter im Internet abzuwickeln. Allerdings ist wenig über die Bedeutung dieser digitalen Form der Fremdfinanzierung für den Mittelstand in Deutschland bekannt. Das KfW-Mittelstandspanel legt nun erstmals repräsentative Ergebnisse vor.

Demnach ist die digitale Fremdfinanzierung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) über Online-Kreditplattformen noch eine große Ausnahme: 2018/2019 nutzen rund 77.000 KMU diese Finanzierungsalternative mit einem Gesamtvolumen im besagten Zweijahreszeitraum von 3,4 Mrd. EUR. Überwiegend wurden dabei zwar kleinvolumige Finanzierungen getätigt, die aber für die betreffenden Unternehmen eine tragende Rolle bei ihrer externen Finanzierung einnehmen. In den Jahren 2020/2021 vollzieht sich lediglich eine kleine Bewegung. Das spricht kurzfristig für eine eher geringe Bedeutungszunahme von Online-Kreditplattformen. Vor allem Unternehmen mit höherem Finanzbedarf (durch z. B. Investitionen, Innovationen, Digitalisierung), aber auch online- und auslandsaktive Unternehmen planen eine überdurchschnittliche Nutzung von Online-Kreditplattformen.

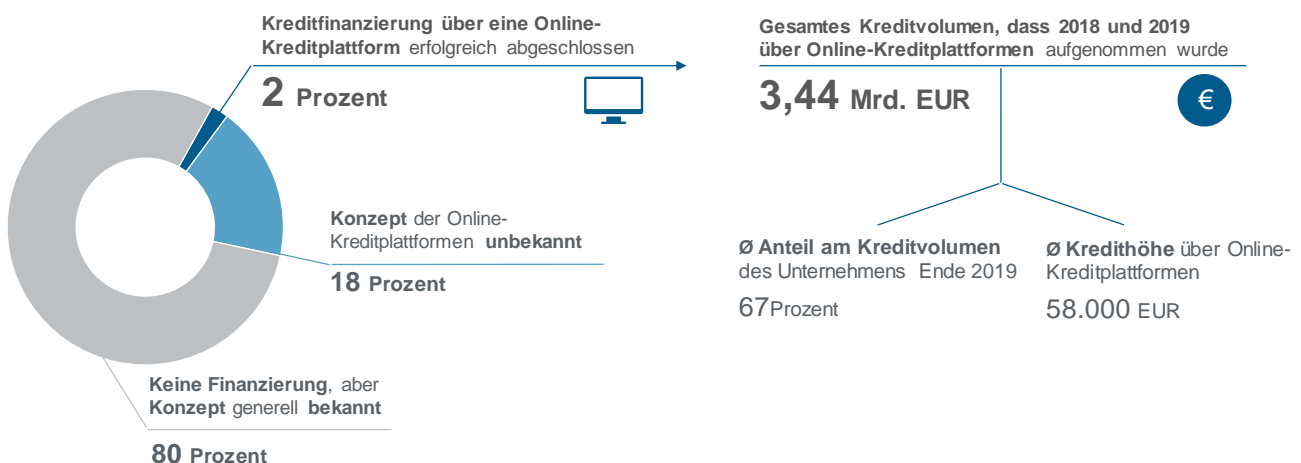
Die Vor- und Nachteile der digitalen Anbieter gegenüber einer klassischen (Hausbank-)Finanzierung sind den Unternehmen nach klar verteilt: Geschwindigkeit bis zur

Finanzierungszusage und geringer Antragsaufwand sind klare Pluspunkte der Kreditplattformen. Dagegen sind der Mangel an persönlicher Erreichbarkeit sowie Vertrauen zum Finanzierungspartner klare Wettbewerbsnachteile. Hier kommt die enorme Verbundenheit des Mittelstands zu oftmals langfristig bestehenden Bankbeziehungen – gepaart mit persönlichen Beziehungen – zum Tragen.

Die Corona-Krise könnte sich hier aber möglicherweise als Wegbereiter herausstellen. Die pandemiebedingte Schließung von Bankfilialen hat der Nutzung digitaler Kommunikationskanäle Auftrieb gegeben. Anbieter digitaler Finanzdienstleistungen wie Online-Kreditplattformen könnten von dieser Entwicklung zukünftig profitieren.

Schon seit Langem wird der Markt für Unternehmensfinanzierung nicht nur vielfältiger, sondern auch digitaler. Insbesondere FinTechs – junge Unternehmen mit innovativen, digitalen Technologien im Bereich der Finanzdienstleistungen – drängen dabei immer stärker in die Schnittstelle zwischen Unternehmen und Banken. In Form von Online-Kreditplattformen wollen sie auch im Mittelstand der klassischen (Haus-) Bankfinanzierung Konkurrenz machen. Zahlreiche dieser digitalen Kreditplattformen sind in den vergangenen Jahren auf den Markt gedrängt und werben mit schneller und unkomplizierter Antragsstellung und maßgeschneiderten Finanzierungsangeboten um die Gunst der kleinen und mittleren Unternehmen.

Grafik 1: Kennzahlen zur Nutzung von Kreditplattformen im Mittelstand in den Jahren 2018 und 2019



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

Hinweis: Dieses Papier gibt die Meinung der Autoren wieder und repräsentiert nicht notwendigerweise die Position der KfW.

Der Begriff „Online-Kreditplattform“ versteht sich hierbei als Sammelbegriff für digitale Plattformen zur Beschaffung von externen Finanzierungsmitteln. Je nachdem, wie tief sie in die Kreditwertschöpfungskette vordringen, lassen sich drei Arten von Kreditplattformen unterscheiden: 1. reine Vergleichsportale, auf denen den KMU nach einer Anfrage spezifische Kreditangebote zahlreicher Finanzierungspartner unterbreitet werden; 2. Vertriebsportale, auf denen die Finanzierungsprodukte von nur einer oder wenigen Partnerbanken angeboten werden; sowie 3. Kreditmarktplätze, die in einem Crowdlending-Ansatz private Kreditnehmer mit privaten und institutionellen Investoren zusammenbringen (siehe Infobox).

Online-Kreditplattformen haben in den letzten Jahren ohne Frage vielfach an Aufmerksamkeit gewonnen. Aber stellen sie tatsächlich bereits eine ernste Konkurrenz für traditionelle Kreditgeber wie Banken und Sparkassen dar? Im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels¹ wurde erstmalig eine datengestützte repräsentative Abschätzung der Bedeutung von Online-Kreditplattformen für die Finanzierung des Mittelstands in Deutschland vorgenommen. Der Fokus lag dabei auf Vertriebsplattformen sowie Kreditmarktplätzen, reine Vergleichsportale blieben unberücksichtigt.

Kreditfinanzierung über Online-Kreditplattformen für Mittelstand noch große Ausnahme

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen: Für die mittelständischen Unternehmen spielt die Kreditvergabe über eine Online-Kreditplattform noch keine gewichtige Rolle (Grafik 1, linke Seite). In den Jahren 2018 und 2019 haben rund 2 % aller Unternehmen eine Finanzierung über eine solche Plattform erfolgreich abgeschlossen. Darunter fallen kurz- und langfristige Bankkredite, einschließlich Kontokorrentkredite, wie auch Betriebsmitteldarlehen.

Nahezu jedem fünften KMU ist das Konzept einer Online-Kreditplattform bislang überhaupt nicht bekannt (18 %). Mit anderen Worten: 82 % aller Unternehmen sind die

Möglichkeiten dieser Finanzierungsalternativen zumindest geläufig. Der allergrößte Anteil mittelständischer Unternehmen kennt somit zwar die entsprechenden Konzepte, hat aber 2018 und 2019 keine Plattform für eine Finanzierung bzw. einen Kredit genutzt (80 %). Online-Kreditplattformen sind folglich aktuell noch weit davon entfernt, in der Breite des Mittelstands Verwendung zu finden.

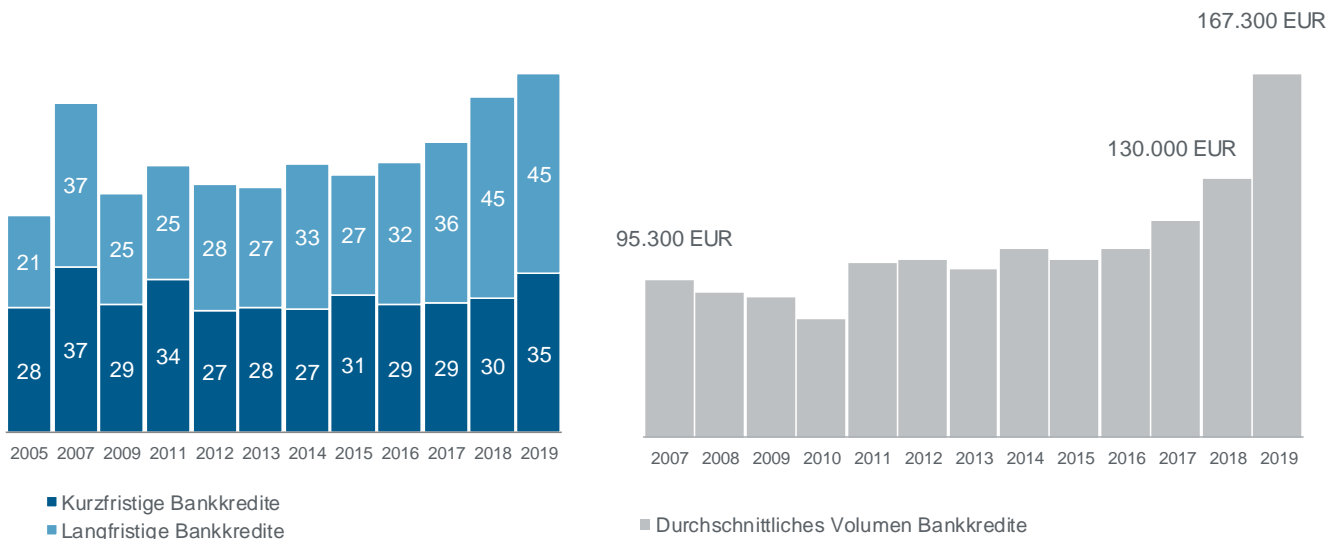
Durchschnittliches Finanzierungsvolumen noch gering

In den Jahren 2018 und 2019 wurde ein aggregiertes Kreditvolumen von ca. 3,44 Mrd. EUR von KMU bei Online-Kreditplattformen aufgenommen (Grafik 1, rechte Seite). Die durchschnittliche Finanzierungssumme in diesem Zeitraum betrug 58.000 EUR, wobei die Hälfte aller Finanzierungen bis zu einem Betrag von maximal 30.000 EUR anfielen (Medianwert). Unter der Annahme einer Gleichverteilung auf beide Jahre stünden aggregiert pro Jahr durchschnittlich rund 1,7 Mrd. EUR zu Buche.

Vor allem die mittlere Größe der über die Plattformen aufgenommenen Kredite ist damit überschaubar hoch und deutlich geringer gegenüber einem durchschnittlichen Investitionskredit von KMU. Gemäß KfW-Mittelstandspanel betrug das mittlere Volumen der neu zur Investitionsfinanzierung aufgenommenen Bankkredite zuletzt 167.000 EUR² – und war damit gegenüber einer Finanzierung über eine Online-Kreditplattform fast 3-mal so hoch. Über Online-Kreditplattformen werden folglich eher kleinvolumige Finanzierungen durchgeführt. Dies kann als Indiz verstanden werden, dass Online-Kreditplattformen verstärkt für Betriebsmittelfinanzierungen genutzt werden. Betriebsmittelkredite sind vielfach von geringem Volumen und werden in der Regel kurzfristig benötigt. Vermutlich spielt hier die vergleichsweise hohe Zusagegeschwindigkeit der digitalen Anbieter eine dominante Rolle (siehe auch Grafik 8 und den zugehörigen Abschnitt).

Grafik 2: Kreditfinanzierung von Investitionen im Mittelstand

Linke Seite: Aggregiertes Kreditvolumen für Investitionsfinanzierung in Mrd. EUR nach Fristigkeiten



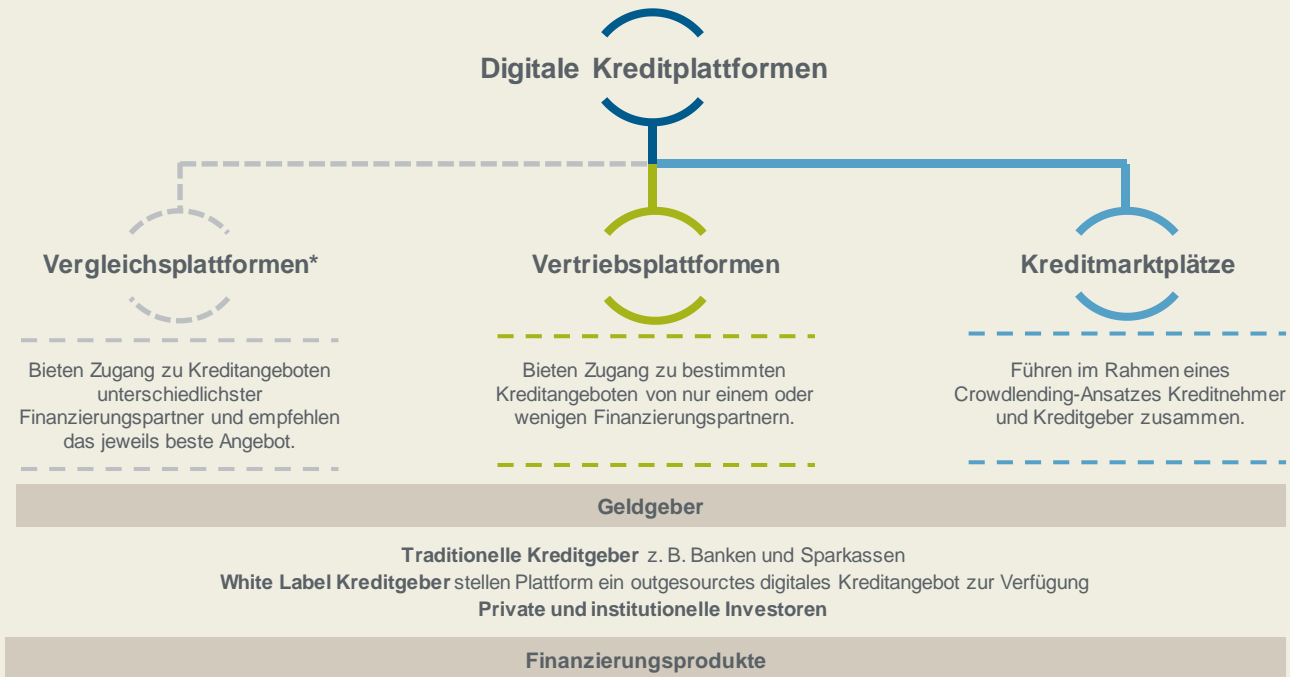
Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2006–2020.

Infobox: Online-Kreditplattformen

Online-Kreditplattformen sind digitale Plattformen zur Beschaffung von externen Finanzierungsmitteln. Hinter diesen Plattformen stecken i. d. R. sogenannte FinTechs – vor allem junge Unternehmen, die für ihre Kunden passgenaue Finanzdienstleistungen einfacher, schneller und günstiger anbieten möchten. Sie setzen dabei insbesondere auf innovative, digitale Technologien. Zunächst vor allem auf den Privatkundenbereich fokussiert, haben sie sich in den letzten Jahren auch verstärkt dem Firmenkundengeschäft zugewandt. Das Aufkommen von Online-Kreditplattformen ist somit Teil eines globalen Trends hin zu einer stärkeren Digitalisierung von Finanzdienstleistungen.

Da FinTechs i. d. R. keine eigene Banklizenz besitzen, müssen sie mit einer Partnerbank zusammenarbeiten, um Darlehen anbieten zu dürfen. In der Folge haben sich am Markt unterschiedlichste Formen der Zusammenarbeit zwischen FinTechs und Banken / Sparkassen herausgebildet. Grundsätzlich lassen sich daher drei Arten von Kreditplattformen differenzieren, die sich darin unterscheiden, wie tief sie in die Wertschöpfung des Kreditprozesses vordringen – Überschneidungen sind hierbei möglich (Grafik 3).³ Allen drei Formen ist jedoch gemein, dass der Prozess der Kreditantragsstellung digitalisiert und automatisiert abläuft. Zur Ermittlung der Kreditwürdigkeit werden i. d. R. nur die wichtigsten finanziellen Informationen des Unternehmens benötigt (z. B. Jahresabschlüsse, betriebswirtschaftliche Auswertung, Kontoauszüge). Die Antragssteller erhalten bereits innerhalb kürzester Zeit eine Rückmeldung, ob eine Finanzierung möglich ist. Angeboten wird eine breite Palette an Finanzierungsprodukten: z. B. Betriebsmittelkredite, Investitionskredite, Wachstumskredite, aber auch Leasing, Factoring, Einkaufsfinanzierung sowie Nachrangdarlehen.

Grafik 3: Übersicht Arten von Online-Kreditplattform



Betriebsmittelkredite, Investitionskredite, Einkaufsfinanzierung, Lagerfinanzierung, Projektfinanzierung, Wachstumsfinanzierung, Factoring, Leasing

Anmerkungen: *Aufgrund des reinen Intermediär-Charakters von Vergleichsplattformen wurden diese nicht in die quantitative Analyse dieser Studie mit einbezogen.

Quellen: Barkow Consulting / solarisBank, eigene Recherchen.

Vergleichsplattformen

Digitale Vergleichsplattformen fungieren als Intermediär zwischen Kreditnehmern und zahlreichen Finanzierungspartnern. Unternehmensrelevante Unterlagen werden mithilfe von digitalen Prozessen schnell aufbereitet und den Unternehmen anschließend die passendsten Finanzierungsangebote empfohlen. Vergleichsplattformen sorgen somit für mehr Transparenz und Vergleichbarkeit von Konditionen und Preisen. Für Banken und Sparkassen bieten sie eine weitere – insbesondere überregionale – Vertriebsmöglichkeit.

Vertriebsplattformen

Im Unterschied zu Vergleichsplattformen stehen hinter Vertriebsplattformen nur ein oder wenige Finanzierungspartner. Dabei kann es sich um traditionelle Kreditgeber handeln (z. B. ING Diba für Lendico), als auch um sogenannte White Label Kreditgeber (z. B. solarisBank).

Kreditmarktplätze

Digitale Kreditmarktplätze dringen am weitesten in die Bankwertschöpfungskette vor. Sie verfolgen dabei im Grunde einen Crowdfunding-Ansatz. Interessierte Unternehmen stellen zunächst über die Plattform eine Finanzierungsanfrage. Basierend auf den von den Unternehmen bereitgestellten Finanzinformationen erfolgt eine datengestützte Risikoanalyse, durch welche individuelle Finanzierungsbedingungen ermittelt werden. Hat das Unternehmen ein Kreditangebot erhalten und angenommen, wird dieser Kredit anschließend Investoren zum Kauf angeboten. Da i. d. R. keine Sicherheiten geleistet werden müssen, haben grundsätzlich auch kleinere Unternehmen mit fehlenden Vermögenswerten auf digitalen Kreditmarktplätzen gute Chancen auf einen Kredit. Im Vergleich zu besicherten Krediten fallen die Zinssätze jedoch entsprechend höher aus. Da zur Gewährung von Darlehen gemäß den regulatorischen Vorgaben eine Banklizenz erforderlich ist, werden die Kredite nicht von der Kreditplattform selbst, sondern von einer sogenannten Fronting Bank vergeben. Diese verkauft die Darlehensforderung bzw. überträgt das Darlehensengagement anschließend an eine mit der Kreditplattform assoziierte Gesellschaft. Diese wiederum verkauft und überträgt die Kreditanforderungen in Tranchen an die Investoren, die zuvor eine Finanzierungszusage über die Plattform gegeben haben.

Kreditplattformen trotzdem im Einzelfall von großer Bedeutung

Bei denjenigen Unternehmen allerdings, die Online-Kreditplattformen für ihre Finanzierungsvorhaben genutzt haben, nimmt diese Finanzierungsalternative eine hohe Bedeutung ein: Der Anteil der über Online-Kreditplattformen aufgenommenen Finanzierungen am gesamten Kreditvolumen der Unternehmen – inklusive kurz- sowie langfristiger Bankkredite, einschließlich Kontokorrentkredite und Betriebsmitteldarlehen – betrug zum Ende des Jahres 2019 im Durchschnitt hohe 67 %. Bei jedem zweiten Unternehmen beträgt der entsprechende Anteil sogar volle 100 %. Diese KMU haben demnach ihre externe Finanzierung vollständig über Online-Kreditplattformen abgewickelt. Das legt nahe, dass für dieses (wenn auch kleine) Segment eine vollständige Substitution und keine Ergänzung klassischer Bankkreditfinanzierung stattgefunden hat.

Traditionelle Kreditfinanzierung über Banken und Sparkassen dominiert im Mittelstand

Für Anbieter digitaler Fremdfinanzierung ist es vermutlich dennoch ein steiniger Weg, einen signifikanten Anteil der gesamten externen Finanzierung des Mittelstands in Deutschland abzuwickeln. Dies liegt vor allem in der traditionell enorm starken Verbindung des Mittelstands zum Bankensektor hier zu Lande. In den meisten Fällen existieren langjährig gewachsene und stabile Geschäftsbeziehungen der Unternehmen zu einer Hausbank: Rund 90 % aller KMU haben eine solche Hausbank, im Durchschnitt besteht die Geschäftsbeziehung seit 20 Jahren.⁴ Einen Platz innerhalb dieser tradierten Muster zu erreichen, kann schwierig und langwierig sein.

Entsprechend hoch ist die Bedeutung der klassischen Bankfinanzierung für die Kreditversorgung der Mittelständler: Allein im Jahr 2019 war das bei Banken und Sparkassen aufgenommene Kreditvolumen zur Investitionsfinanzierung mit 81 Mrd. EUR so hoch wie niemals zuvor (Grafik 2, linke Seite). Damit wird über ein Drittel des jährlichen Investitionsvolumens der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)

über Bankkredite gestemmt (36 %, etwa die Hälfte entfällt auf Eigenmittel). Davon wurden etwa 35 Mrd. EUR als kurzfristiger Bankkredit aufgenommen bzw. Kontokorrent- oder Dispokredite genutzt, und 45 Mrd. EUR entfielen auf Kredite mit langfristiger Laufzeit.

Eine exakte Bezifferung des Finanzierungsanteils der Kreditplattformen an der gesamten mittelständischen Kreditfinanzierung ist gegenwärtig nicht möglich. Allerdings kann eine grobe Abschätzung vorgenommen werden. Annahme hierbei ist, dass das jährliche Finanzierungsvolumen über Online-Kreditplattformen von rund 1,7 Mrd. EUR vollständig im mittelständischen Kreditvolumen zu Investitionszwecken abgebildet wird. Dann ergäbe sich ein Anteil am mittelständischen Kreditvolumen von 2,1 % für Online-Kreditplattformen im Jahr 2019. Dies allerdings ließe beispielsweise Betriebsmittelkredite außen vor, die im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels nicht erhoben werden. Würden sämtliche weiteren Finanzierungsanlässe berücksichtigt (und den genannten 81 Mrd. EUR zugeschlagen), dann reduziert sich der Anteil der Online-Kreditplattformen entsprechend. Die oben angegebenen 2,1 % sind daher eher als Obergrenze einzuwerten.

Jährlich etwa 35.000–40.000 Finanzierungen für Mittelständler

Auch der Blick auf die Anzahl der Kreditnehmer verdeutlicht den noch im Wachsen begriffenen Markt der Online-Kreditplattformen. In den Jahren 2018 und 2019 zusammen haben insgesamt 77.000 mittelständische Unternehmen bei den Plattformen eine Finanzierung erfolgreich abgeschlossen (2 % aller Unternehmen, siehe oben).

Zwar ist die Verteilung dieser Gesamtzahl auf die einzelnen Jahre des untersuchten Zweijahreszeitraumes unklar. Allerdings wurde bei 86 % der Kreditnehmer einer Online-Kreditplattform nur eine einzige Finanzierung abgewickelt. In 8 % der Fälle wurden zwei Finanzierungen abgewickelt und bei 6 % wurden drei oder mehr Finanzierungen durchgeführt. Eine hälftige Aufteilung auf die beiden Jahre mit etwa 35.000

bis 40.000 Kreditnehmern jährlich scheint folglich eine plausible Annahme.

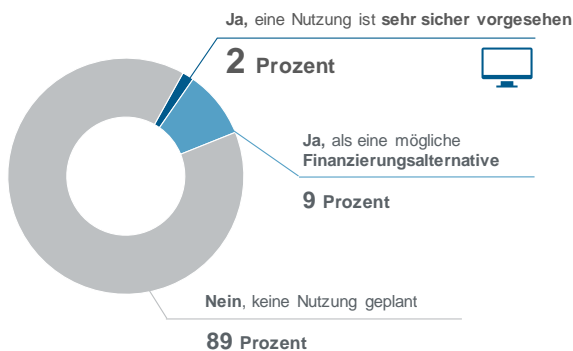
Für ein noch vergleichsweise junges Geschäftsfeld, das der digitale Kreditmarkt darstellt, sind diese Zahlen positiv. Allerdings zeigt der Vergleich zu einigen Kennzahlen des KfW-Mittelstandspanels, dass es noch viel Luft nach oben gibt:

- Im Jahr 2019 nutzten rund 485.000 KMU Bankkredite, um ihre Investitionsvorhaben zu finanzieren.⁵ Im zurückliegenden Fünfjahreszeitraum liegt der durchschnittliche Jahreswert bei fast 580.000 Unternehmen. Hierbei sind lediglich Kreditnehmer für Investitionszwecke berücksichtigt.
- Rund 2,2 Mio. Unternehmen haben im Jahr 2019 zu mindestens einem Anlass einen Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale wahrgenommen (beispielsweise Beratungen im Zusammenhang mit einem Geschäftskonto, Verhandlungen über Investitionskredite, Betriebsmittelfinanzierungen etc.). Das entspricht 57 % aller Mittelständler in Deutschland.

Zwischenfazit: Digitale Kreditplattformen bisher Nischenanbieter

Bis zum Ausbruch der Corona-Krise hat sich die digitale Fremdfinanzierung über Online-Kreditplattformen noch nicht in der Breite des Mittelstands durchsetzen können. Die Kreditvergabe über Plattformen blieb bis Ende 2019 vor allem ein Nischenprodukt – dem jedoch ein gewisses Wachstumspotenzial nachgesagt wurde. In der Gesamtschau lässt sich festhalten: In aller Regel handelte es sich um vergleichsweise niedrige Finanzierungsvolumen, die aber für einen großen Teil der betreffenden Unternehmen eine tragende Rolle bei ihrer externen Finanzierung einnehmen.

Grafik 4: Geplante Nutzung von Online-Kreditplattformen für die Jahre 2020 und 2021



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

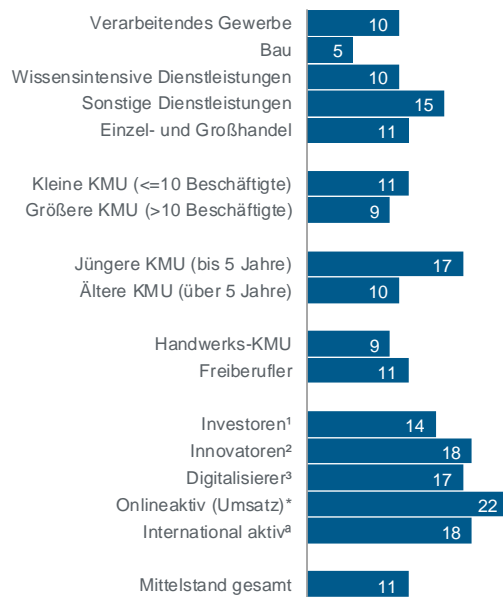
2020 und 2021 nur geringe Bedeutungszunahme von Online-Kreditplattformen

Auch die im Frühjahr 2020 geäußerten Erwartungen zur Nutzung von Kreditplattformen für die Jahre 2020 und 2021 zeigen, dass sich an der Bedeutung von Kreditplattformen kurzfristig zunächst wenig ändert. Von denjenigen mittelständischen Unternehmen, denen das Konzept von Online-Kreditplattformen grundsätzlich bekannt ist, planen etwa 2 % sehr

sicher in den Jahren 2020 und 2021 dort eine Kreditfinanzierung abzuwickeln (Grafik 4). Weitere 9 % dieser Unternehmen zogen Online-Kreditplattformen zumindest als eine mögliche Finanzierungsalternative in Betracht. Zumindest eine Absicht zur Nutzung der Plattformen kommunizierten damit rund 11 % der mittelständischen Unternehmen, wobei die tatsächliche Umsetzung der Vorhaben natürlich unklar bleibt. Dagegen schlossen 89 % der KMU eine Nutzung in diesen beiden Jahren für sich aus – trotz einer generellen Bekanntheit.

Grafik 5: Anteil Unternehmen mit beabsichtigter Nutzung von Online-Kreditplattformen 2020 und 2021

Anteile je Segment in Prozent



Anmerkungen: ¹Unternehmen hat im Jahr 2019 Investitionsvorhaben durchgeführt. ²Unternehmen hat im Zeitraum 2017–2019 erfolgreich Innovationen hervorgebracht. ³Unternehmen hat im Zeitraum 2017–2019 Digitalisierungsvorhaben abgeschlossen. *Unternehmen hat im Jahr 2019 Umsatz über Online-Vertriebswege erzielt. ^aUnternehmen hat im Jahr 2019 Umsatz im Ausland erzielt.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

KMU mit erhöhtem Finanzierungbedarf haben größeres Interesse an Kreditplattformen

Die Unterschiede zwischen KMU mit Nutzungsabsichten (sicher sowie eventuell zusammengefasst) und Unternehmen, die keine Nutzungsabsichten per Online-Kreditplattform haben, sind dabei eher gering. In der Branchensicht⁶ weisen KMU der Sonstigen Dienstleistungen etwas häufiger eine geplante Nutzung auf (Grafik 5), wohingegen der Bau unterdurchschnittlich vertreten ist. Nach Unternehmensgröße gibt es kaum Unterschiede. Auch die durchschnittliche Beschäftigtenzahl gibt wenig Anhaltspunkte für signifikante strukturelle Unterschiede (6,3 bei Nutzern vs. 7,8 Vollzeit-äquivalent-Beschäftigte⁷ bei Nicht-Nutzern). Dagegen planen jüngere Unternehmen im Vergleich zu älteren weitaus häufiger die Nutzung von Online-Kreditplattformen (17 versus 10 %).

Auffallend höher sind die Anteile allerdings für Unternehmen, die aufgrund unternehmerischer Aktivitäten einen höheren Finanzierungsbedarf aufweisen: Investoren (14 %), Innovatoren (18 %), international aktive Unternehmen (18 %) und

KMU mit Digitalisierungsanstrengungen (18 %) zählen deutlich häufiger zur Gruppe der Unternehmen, die Online-Kreditplattformen zur Finanzierung nutzen wollen. Vor allem für Unternehmen mit Onlineumsätzen ergibt sich eine gegenüber dem Durchschnitt des Mittelstands doppelt so hohe Nutzungsabsicht (22 %).

Geplante Volumen nehmen leicht zu – etwas mehr größere Tickets vorgesehen

In den geplanten Finanzierungsvolumen lässt sich gegenüber den Jahren 2018 und 2019 eine leichte Steigerung erkennen. Unternehmen der Gruppe, die sehr sicher eine Kreditfinanzierung mittels Online-Kreditplattformen vorgesehen haben, streben ein gesamtes Finanzierungsvolumen von ca. 3,8 Mrd. EUR für die beiden Jahre 2020 und 2021 an.

Dabei sind die durchschnittlichen Finanzierungssummen auf geplante 111.000 EUR angewachsen und steigen folglich auf etwa das Doppelte gegenüber dem Vergleichszeitraum an. Zwar nimmt auch der Medianwert auf 50.000 EUR zu, die Durchschnittswerte für 2020 und 2021 sind dennoch stärker durch einen höheren Anteil großvolumiger Finanzierungsplanungen getrieben. Wird wiederum die Annahme einer Gleichverteilung der Planungen auf beide Jahre zugrunde gelegt, stünden pro Jahr durchschnittlich rund 1,9 Mrd. EUR zu Buche. Es ist jedoch möglich, dass sich aufgrund der Auswirkungen der Corona-Krise auf den Finanzierungsbedarf der Unternehmen Abweichungen von dem im Frühjahr 2020 geäußerten Erwartungen ergeben.

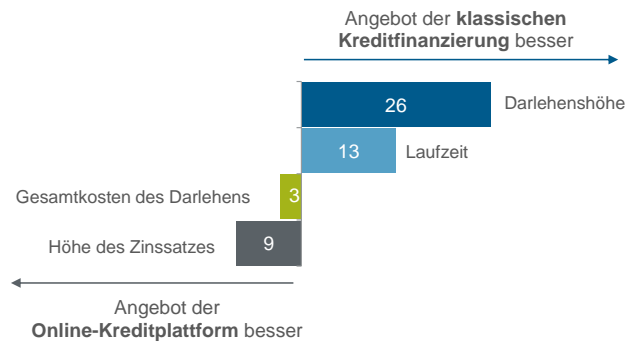
Kreditnehmer bewerten: Beim Zins sind Plattformen vorn, bei Darlehenshöhen im Hintertreffen

Online-Kreditplattformen stehen im Wettbewerb zu klassischen Kreditfinanzierungen von Banken und Sparkassen. Kreditplattformen gehen hier vor allem mit den Punkten Geschwindigkeit, geringem Aufwand und vergleichsweise niedrigen Finanzierungskosten ins Rennen. Diejenigen Unternehmen, die 2018/2019 bereits erfolgreich eine Finanzierung über Online-Kreditplattformen durchgeführt haben, wurden gebeten, die verschiedenen Bestandteile des ihnen vorgelegten Kreditangebots mit einem Angebot der klassischen Kreditfinanzierung zu vergleichen. In den Bewertungen des Kreditangebotes von Online-Kreditplattformen zeigt sich dabei, dass für die tatsächlichen Kreditnehmer überwiegend doch die klassische Kreditfinanzierung von Banken und Sparkassen von Vorteil ist (Grafik 6).

Besonders ausgeprägt scheint die Überlegenheit bei der Höhe des Darlehens: Hier ist der Saldo aus Vorteilspunkten einer klassischen Bankfinanzierung gegenüber Vorteilspunkten einer Online-Kreditplattform mit +26 am höchsten. Diese Bewertung deckt sich mit der grundsätzlichen Erkenntnis durchschnittlich weitaus niedrigerer Finanzierungssummen bei Online-Kreditplattformen (siehe oben). Aber auch mit Blick auf die Laufzeit des Darlehens – speziell hier Flexibilität und Passgenauigkeit – schneiden klassische Finanzierungspartner aus Unternehmenssicht besser ab. Der Saldo beträgt +13 Vorteilspunkte.

Grafik 6: Ex-post Angebotsvergleiche tatsächlicher Nutzer von Online-Kreditplattformen

Angaben als Saldo in Prozentpunkten



Anmerkung: Die Bewertung erfolgte auf einer 5-Punkteskala, wobei die mittlere Kategorie eine neutrale Bewertung erfasst. Abgebildet sind die Salden aus den Antwortanteilen für „Vorteilhaftigkeit klassischer Finanzierung“ abzüglich der Antwortanteile „Vorteilhaftigkeit Kreditplattform“. Einbezogen sind ausschließlich Unternehmen, die in den Jahren 2018 und 2019 bereits eine Kreditfinanzierung über eine Online-Kreditplattform abgeschlossen haben.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

Von keiner klaren Überlegenheit einer Finanzierungspartnervariante lässt sich bei den Darlehensgesamtkosten (+3 zu Gunsten Online-Kreditplattformen) sprechen. Demgegenüber haben die Online-Kreditplattformen bei der Höhe des Zinssatzes dies Nase vorn: Aus Unternehmenssicht werden Online-Kreditplattformen hier mit einem Saldo von +9 deutlich vorteilhafter gegenüber der klassischen Bankfinanzierung eingestuft.

Plattform-Nutzer mit schlechterer Eigenkapitalausstattung

Warum haben sich die Unternehmen dennoch für eine Finanzierung über eine Kreditplattform entschieden – trotz der Tatsache, dass eine klassische Kreditfinanzierung in wichtigen Punkten deutlich besser bewertet wurde? Neben Zeit- und Kostenaspekten könnte eine mögliche Ursache im fehlenden Zugang zur klassischen Kreditfinanzierung liegen. Dies mag auch erklären, warum bei einem hohen Anteil der Plattform-Nutzer der digitale Kredit einen so beträchtlichen Anteil am gesamten Kreditvolumen hat (siehe Abschnitt oben) – es fehlte möglicherweise an Alternativen.

Spätestens seit der Implementierung von Basel II im Jahr 2007 müssen Banken und Sparkassen ihre Kreditvergabe stärker als zuvor an der jeweiligen Kreditwürdigkeit (Bonität) des potenziellen Kreditnehmers ausrichten. Je risikoreicher dieser ist, umso mehr Eigenkapital muss das Kreditinstitut für den vergebenen Kredit vorhalten. Der Kredit wird dadurch teurer oder in einigen Fällen auch verwehrt. Durch diese regulatorischen Rahmenbedingungen hat die Bonität eines Unternehmens somit einen signifikanten Einfluss auf die Erfolgswahrscheinlichkeit seiner Kreditverhandlungen.

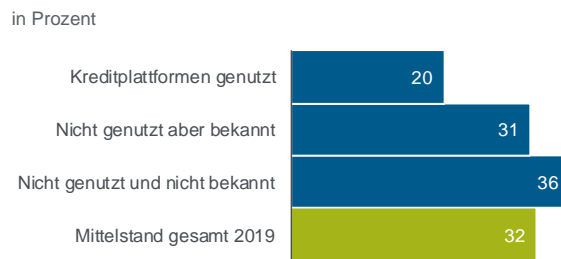
Viele Mittelständler haben dieser Entwicklung Rechnung getragen und ihre Eigenkapitalbasis – ein wichtiger Indikator für die finanzielle Stabilität eines Unternehmens – gestärkt. Die durchschnittliche Eigenkapitalquote deutscher KMU ist seit der Jahrtausendwende deutlich gestiegen und erreichte vor

dem Ausbruch der Corona-Krise mit rund 32 % einen neuen Rekordwert. Aber nicht alle konnten mithalten. Rund 28 % Prozent der mittelständischen Unternehmen wiesen Ende 2019 eine vergleichsweise dünne Kapitaldecke auf (Eigenkapitalquote unter 10 %). Dies betrifft vor allem kleine und junge Unternehmen. Diesen Unternehmen mangelt es vielfach auch an der Kredithistorie bzw. an einer gewachsenen Beziehung zum Kreditgeber. Dadurch haben sie weniger Möglichkeiten, glaubhaft zu signalisieren, dass sie ein geringes Risiko darstellen. Dementsprechend sind ihre Erfolgsquoten bei Kreditverhandlungen merklich niedriger als z. B. die von größeren Unternehmen.⁸

Anders als Banken können Kreditplattformen – insbesondere Kreditmarktplätze – das Kreditausfallrisiko i. d. R. auf Investoren verlagern (welche dafür einen höheren Zins als Risikoprämie erhalten). Sie können daher Segmente des Unternehmenssektors abdecken, welche aufgrund ihres Risikoprofils von traditionellen Kreditinstituten z. T. nicht oder nur zu unvorteilhaften Konditionen bedient werden können. Dies erklärt auch, warum viele Online-Kreditplattformnutzer die Zinshöhe des digitalen Kredits im Vergleich zur klassischen Kreditfinanzierung als vorteilhafter bewerten.

Ein Vergleich der Eigenkapitalquoten von Nutzern und Nicht-Nutzern von Online-Kreditplattformen bestätigt das unterschiedliche Risikoprofil (Grafik 7). Mit einer durchschnittlichen Eigenkapitalquote von nur rund 20 % ist das Eigenmittelpolster der Plattform-Nutzer merklich dünner als das der Unternehmen, die Kreditplattformen bisher nicht nutzen (31 %) oder nicht kennen (36 %). Kreditplattformen haben somit bisher insbesondere Unternehmen mit einem höheren Risikoprofil angesprochen.

Grafik 7: Durchschnittliche Eigenkapitalquote in Abhängigkeit von Nutzung/Nicht-Nutzung von Kreditplattformen 2018/2019



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

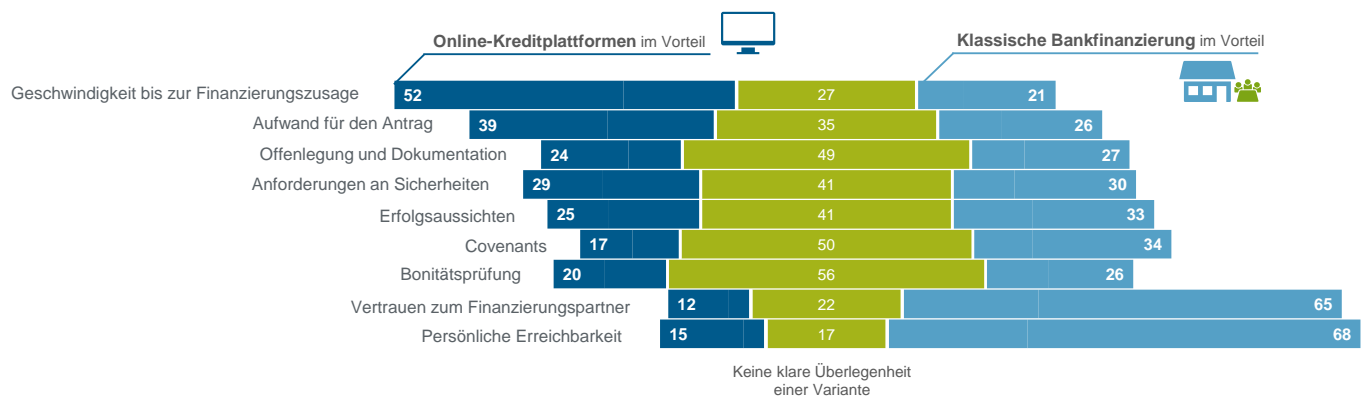
Vor- und Nachteile der Finanzierungsalternativen miteinander klar verteilt

Zusätzlich zu den Unternehmen, die Online-Kreditplattformen 2018/2019 genutzt haben, wurden auch alle KMU, denen das Konzept grundsätzlich bekannt ist oder die für 2020/2021 eine Nutzung geplant haben, gebeten verschiedene Rahmenbedingungen zu beurteilen, welche aus ihrer Sicht eher für eine Kreditaufnahme über Online-Kreditplattformen bzw. für eine klassische Kreditfinanzierung (beispielsweise in einer Hausbankfiliale) sprechen (Grafik 8). Dabei sehen 52 % der KMU Online-Kreditplattformen bei der Geschwindigkeit bis zur Finanzierungszusage im Vorteil. Nur 21 % der Unternehmen sieht einen solchen Vorteil eher aufseiten der klassischen Bankfinanzierung. Ebenso überwiegen beim Antragsaufwand sichtbar die Vorteile der Online-Kreditplattformen (39 vs. 26 %).

Für eine ganze Reihe an Kriterien steht ein Unentschieden in den Bewertungen zu Buche. Keine klare Überlegenheit attestieren die Unternehmen einer der beiden Varianten bei den Aspekten Offenlegung und Dokumentation, Anforderungen an Sicherheiten und bei Bonitätsprüfungen.

Grafik 8: Vor- oder Nachteile von Online-Kreditplattformen und klassischer Kreditfinanzierung aus Mittelstandssicht

Antwortverteilung in Prozent



Anmerkung: Einbezogen sind Unternehmen, die bereits eine Kreditfinanzierung über eine Online-Kreditplattform abgeschlossen haben, sowie Unternehmen, die dies in den Jahren 2020 und 2021 geplant haben oder dies mindestens als eine mögliche Finanzierungsalternative betrachten. Die konkrete Frage lautete „Online-Kreditplattformen stehen im Wettbewerb zu klassischen Kreditfinanzierungen von Banken und Sparkassen. Wenn Sie beides hinsichtlich der nachfolgenden Aspekte vergleichen: Was sprach bzw. spräche aus Ihrer Sicht eher für eine Kreditaufnahme über Online-Kreditplattformen oder für eine klassische Kreditfinanzierung (beispielsweise in einer Hausbankfiliale)?“.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

Persönliche Interaktion ist klarer Wettbewerbsnachteil für Plattformen, vor allem da der Mittelstand sehr treu zur Hausbank steht

Demgegenüber zeigt sich deutlich, worin aus Unternehmenssicht die Vorteile der klassischen Bankfinanzierung liegen: Sofern Aspekte der persönlichen Interaktion eine Rolle spielen, spricht für die KMU vieles für die klassische Bankfinanzierung. Sowohl hinsichtlich persönlicher Erreichbarkeit (68 %) als auch beim Vertrauen zum Finanzierungspartner (65 %) liegt die klassische Bankfinanzierung weit in Front.

Hier kommt die enorme Verbundenheit sehr vieler Unternehmen im Mittelstand zu ihren oftmals langfristig bestehenden Bankbeziehungen zum Tragen (siehe oben). Dies dürfte ein Hemmnis stärkeren Wachstums digitaler Anbieter sein. Wieso? Mit einer solchen „Hausbankbeziehung“ wird in der Regel eine Reihe von Vorteilen assoziiert: Aufgrund asymmetrischer Informationsverteilung können Kapitalgeber die Kreditwürdigkeit allgemein bzw. die Erfolgchancen zu finanzierender Investitionsprojekte oftmals nur sehr schwer oder nur zu besonders hohen Kosten einschätzen. Vielfach mangelt es an einer Kredithistorie und an den Möglichkeiten für Unternehmen glaubhaft zu signalisieren, dass sie ein geringes Risiko darstellen. Die Kosten aufseiten der Kreditinstitute, diese Informationsdifferenzen abzubauen, sind hoch. Das Resultat können Risikoaufschläge beim Zins sein, erhöhte Anforderungen an Sicherheiten oder Dokumentation bzw. ganz allgemein ein geringeres oder teureres Kapitalangebot.

Über die Zeit und durch wiederholte Transaktionen gewachsene Beziehungen zwischen Unternehmen und Kapitalgeber können diese Informationsasymmetrien reduzieren. Auch so genannte „weiche Informationen“ fließen besser. Sie finden sich nicht im Zahlenwerk eines Unternehmens, fließen aber in Risikobewertungen ein und können für die Kreditentscheidung eine wesentliche Rolle spielen. Beispiele hierfür sind die Managementqualitäten, Verlässlichkeit oder Lebenssituation des Inhabers, langfristige strategische Ziele des Unternehmens, eventuelle Nachfolgeüberlegungen oder inwiefern der Unternehmer eher risikoscheu oder risikofreudig agiert.

Dazu kommt: Vielfach kennen sich Unternehmensinhaber bzw. Geschäftsführung und die Berater der Kreditinstitute bereits länger persönlich – derartige Vorteile fehlen natürlich neuen Marktakteuren wie Online-Kreditplattformen. Für neue Wettbewerber dürfte es in diesem Umfeld daher auch anfänglich überaus fordernd sein, die bestehenden Muster aufzubrechen, sich Marktanteile zu sichern und in der Breite des Mittelstands Fuß zu fassen.

Fast drei Viertel der Mittelständler sehen aktuell (noch) keine Notwendigkeit für die Verwendung von Online-Kreditplattformen

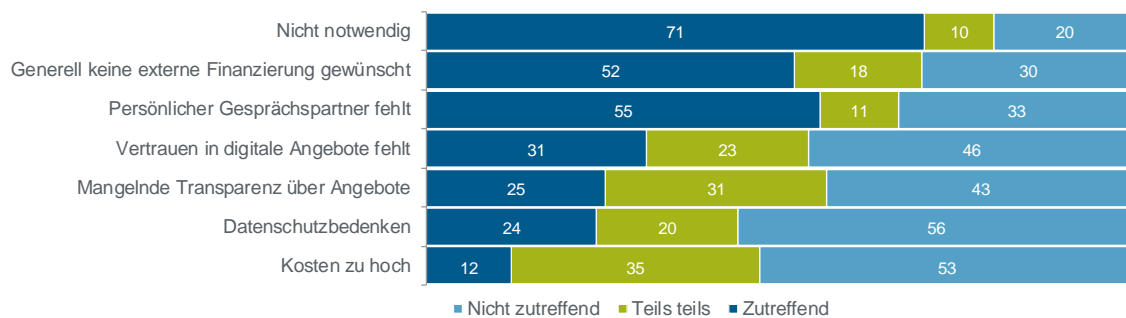
Dass die mittelständischen Unternehmen – bislang jedenfalls – ausreichend Fremdfinanzierung über andere Wege erhalten, kommt auch darin zum Ausdruck, dass 71 % derzeit keine Notwendigkeit sehen, Online-Kreditplattformen zu nutzen (Grafik 9). Unter denjenigen Unternehmen, denen das Konzept bekannt ist, rangiert dieses Argument auf Platz 1 der Ablehnungsgründe. Allerdings ist dies für 20 % der Unternehmen kein zutreffender Grund. Hier liegt also grundsätzliches Potenzial für die Kreditplattformen.

Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen (52 %) lehnen die Möglichkeiten der digitalen Fremdfinanzierung ab, weil sie generell keine externe Finanzierung in Anspruch nehmen. Diese KMU werden auch künftig eher schwierig zu mobilisieren sein. Darin zeigt sich zugleich die ausgeprägte Eigenfinanzierungskraft mittelständischer Unternehmen – nicht zuletzt basierend auf einer äußerst positiven Eigenkapitalentwicklung seit der Jahrtausendwende.⁹ Ebenso haben frühere Studien gezeigt, dass viele KMU ihre (finanzielle) Unabhängigkeit schätzen und daher wenn möglich auf Fremdfinanzierung verzichten.¹⁰ Zugleich zeigt sich wiederum der Aspekt fehlender persönlicher Gesprächspartner als Hemmnis: 55 % der KMU geben dies als Ursache der Nicht-Nutzung von Online-Kreditplattformen an.

Eine deutlich geringere Rolle spielen hingegen fehlendes Vertrauen in digitale Angebote (31 %), mangelnde Transparenz (25 %) sowie Datenschutzbedenken (24 %). Zu hohe Kosten sind nur für wenige Unternehmen ein Argument. Nur etwa jedes zehnte Unternehmen sieht hierin einen Grund,

Grafik 9: Gründe für die Nicht-Nutzung von Online-Kreditplattformen

Antwortverteilung in Prozent



Anmerkung: Einbezogen sind nur diejenigen Unternehmen, die bislang keine Kreditfinanzierung über eine Online-Kreditplattform abgeschlossen haben, und denen das Konzept von Online-Kreditplattformen prinzipiell bekannt ist. Die konkrete Frage lautete „Wieso kommt bzw. kam bislang für Ihr Unternehmen eine Finanzierung über eine Online-Kreditplattform nicht in Betracht?“.

den Plattformen fernzubleiben.

Corona-Pandemie als Wegbereiter digitaler Kreditplattformen?

Die Corona-Krise hat im Frühjahr 2020 auch den Mittelstand mit voller Wucht getroffen.¹¹ Zahlreichen KMU sind aufgrund der Pandemie-Eindämmungsmaßnahmen die Umsätze teilweise oder fast vollständig weggebrochen. Ein erhöhter Liquiditätsbedarf war die Folge, der von vielen Unternehmen insbesondere mithilfe von Krediten gedeckt wurde. Im ersten Halbjahr 2020 war daher ein deutlicher Anstieg bei der Kreditnachfrage zu beobachten. Aufgrund der leichten wirtschaftlichen Erholung, des breiten Angebots an staatlichen Finanzhilfen sowie der insgesamt gedämpften Investitionstätigkeit ging die Nachfrage nach Bankkrediten im zweiten Halbjahr 2020 jedoch wieder merklich zurück. Dieser Abwärtstrend setzte sich auch im ersten Quartal 2021 fort. Mit einer Aufhellung des Kreditneugeschäfts wird erst im Laufe dieses Sommers oder Herbstes gerechnet.¹²

Auch wenn die erwarteten Zahlen für 2020/2021 weiterhin keinen deutlichen Anstieg in der Nutzung von Online-Kreditplattformen erkennen lassen – die Corona-Pandemie hat dennoch das Potenzial, sich als Wegbereiter für eine breitere Akzeptanz von digitalen Finanzdienstleistungen herauszustellen. Zum einen, weil vielfach Niederlassungen von Banken und Sparkassen aufgrund von Kontaktbeschränkungen sowie zum Schutz von Kunden und Mitarbeitern temporär geschlossen wurden. Zuletzt häuften sich Meldungen, dass ein Teil dieser Filialstandorte nach der pandemiebedingten Schließung nicht wieder öffnet und dauerhaft geschlossen bleibt. Die Corona-Krise dürfte somit den Rückbau der Bankfilialen beschleunigt haben. Es ist davon auszugehen, dass dies den Wandel hin zu digitalen Kanälen in der Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten beschleunigt und somit digitalen Lösungen im Bereich der Finanzdienstleistungen einen deutlichen Auftrieb geben wird. Davon könnten auch Online-Kreditplattformen profitieren.

Hinzu kommt, dass viele KMU als Reaktion auf die Krise ihre Digitalisierungsaktivitäten grundsätzlich ausgeweitet haben – bis Januar 2021 tat dies etwa jedes dritte mittelständische Unternehmen.¹³ Die zunehmende Digitalisierung dürfte auch vor den Finanzabteilungen der Unternehmen keinen Halt machen. Auch dies könnte die Akzeptanz von alternativen – digitalen – Finanzierungsangeboten stärken.

Zum anderen hat die Krise aber auch deutliche Spuren in den Bilanzen der Unternehmen hinterlassen. Mitte Mai meldete rund jedes vierte mittelständische Unternehmen eine Eigenkapitalquote unter dem Vorkrisenniveau.¹⁴ Nicht wenige Unternehmen dürften sich daher mit einer Verschlechterung ihrer Bonität konfrontiert sehen – was den Kreditzugang zu traditionellen Kapitalgebern möglicherweise erschwert. Ein leichter Anstieg von Kreditrestriktionen war bereits in den vergangenen Monaten zu beobachten.¹⁵ Auf der Suche nach Alternativen könnten Unternehmen ihr Augenmerk auch stärker auf Online-Kreditplattformen richten.

Fazit

Unsere Auswertungen auf Basis des KfW-Mittelstandspanels zeigen: Der digitale Kredit über Online-Kreditplattformen ist noch ein Nischenprodukt und wird dies auch kurz- bis mittelfristig bleiben. Die innovativen, technologischen Lösungen der Kreditplattform-Betreiber haben zwar – gemeinsam mit anderen FinTechs – einen digitalen Schwung in den Markt für Finanzdienstleistungen gebracht. Dennoch wird das Thema Finanzierung für viele Mittelständler auch weiterhin Vertrauenssache bleiben. Der persönliche Kontakt zu erfahrenen Beratern dürfte auch zukünftig nur schwer zu ersetzen sein.

Alternative Finanzierungsprodukte – wie der digitale Kredit – sollten aber nicht lediglich danach beurteilt werden, wie stark sie den traditionellen Finanzierungspartnern Konkurrenz machen. Vielmehr sollte ihr Mehrwert daran gemessen werden, inwiefern sie auch Unternehmen einen Zugang zu Fremdmitteln ermöglichen, die bisher – z.B. aufgrund ihres Risikoprofils – durch das Raster traditioneller Finanzierungspartner gefallen sind. Denn sie leisten dadurch einen wertvollen Beitrag, das Angebot an Finanzierungsmitteln für den Mittelstand zu verbreitern. Mit Blick auf die Finanzierung wichtiger Zukunftsinvestitionen in den Bereichen Digitalisierung und Klimaschutz, die die deutschen KMU in den kommenden Jahren angehen müssen, könnte dies von großer Bedeutung sein.

Gleichzeitig bieten sich auch für traditionelle Kreditgeber wie Banken und Sparkassen viele Möglichkeiten mit Online-Kreditplattformen zu kooperieren und von dieser Entwicklung zu profitieren. So können durch digitale Angebote nicht nur der Kundenstamm erweitert, sondern bestehende Kundenbeziehungen auch gefestigt werden. Einige traditionelle Finanzierungspartner haben bereits begonnen eigene Plattformlösungen zu entwickeln und anzubieten. Andere haben insbesondere ihre Kooperation mit digitalen Vergleichs- und Vertriebsplattformen ausgebaut. Aber auch auf der Investorensseite von Kreditmarktplätzen finden sich mittlerweile mehr Banken wieder.

Die Datenbasis: Das KfW-Mittelstandspanel

Das KfW-Mittelstandspanel wird seit dem Jahr 2003 als Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland durchgeführt. Zur Grundgesamtheit des KfW-Mittelstandspanels gehören alle privaten Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige, deren Umsatz die Grenze von 500 Mio. EUR pro Jahr nicht übersteigt.

Mit einer Datenbasis von bis zu 15.000 Unternehmen pro Jahr stellt das KfW-Mittelstandspanel die einzige repräsentative Erhebung im deutschen Mittelstand und damit die wichtigste Datenquelle für mittelstandsrelevante Fragestellungen dar. Der Befragungszeitraum der Hauptbefragung der 18. Welle des KfW-Mittelstandspanels lief vom 12.02.2020 bis zum 22.06.2020.

Weiterführende Informationen sowie den aktuellen Jahresbericht finden Sie im Internet unter: www.kfw-mittelstandspanel.de.

¹ Zur jüngsten Ausgabe des KfW-Mittelstandspanels mit umfassenden Ergebnissen zur Lage der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland, siehe Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2020), KfW-Mittelstandspanel 2020: Corona-Pandemie trübt Erwartungen für 2020 – Mittelstand vor der Krise auf solidem Fundament, KfW Research.

² Siehe ausführlich zur Investitionsfinanzierung und Kreditaufnahme im Mittelstand: Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2020), KfW-Mittelstandspanel 2020: Corona-Pandemie trübt Erwartungen für 2020 – Mittelstand vor der Krise auf solidem Fundament, KfW Research, hier vor allem ab Seite 21.

³ solarisBank (2019), Der digitale SME Kredit in Deutschland - Eine Studie von Barkow Consulting in Zusammenarbeit mit solarisBank.

⁴ KfW Research begleitet die Veränderungsprozesse in Deutschlands Bankenlandschaft kontinuierlich. Zuletzt wurden dabei im Jahr 2020 belastbare und repräsentative Daten zu den Bankverbindungen der Mittelständler in Deutschland erhoben und 2021 vorgelegt. Für Details siehe, Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2021), Mittelstand fährt Besuche in Bankfilialen zurück – die Corona-Pandemie dürfte digitalen Kommunikationskanälen Auftrieb geben, Fokus Volkswirtschaft Nr. 313, KfW Research.– Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research. Ferner werden regelmäßig strukturelle Veränderungen diskutiert, siehe dazu: Schwartz, M.; Dapp, T.; Beck, G. und A. Khussainova (2017), Deutschlands Banken schalten bei Filialschließungen einen Gang höher – Herkulesaufgabe Digitalisierung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 181, KfW Research. – Bernhardt, K. und M. Schwartz (2014), Filialnetz von Deutschlands Banken lichtet sich, KfW Research, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 49, sowie Bernhardt, K. und M. Schwartz (2015), 25 Jahre freier Bankenmarkt in Ostdeutschland – Deutlicher Rückbau seit Wiedervereinigung, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 99, KfW Research.

⁵ Auch 2019 fokussierte sich ein Großteil der Unternehmen auf kurzfristige Kredite: Etwa 240.000 KMU haben einen kurzfristigen Bankkredit aufgenommen bzw. Kontokorrent- oder Dispokredite genutzt (-11 % im Vergleich zu 2018). Etwa 116.000 KMU haben einen langfristigen Bankkredit aufgenommen (+2 %) und ca. 129.000 KMU haben eine Kreditfinanzierung mit verschiedenen Laufzeiten abgeschlossen (-32 %).

⁶ Bei Dienstleistungen werden die beiden Teilbranchen der Wissensintensiven Dienstleistungen und der Sonstigen Dienstleistungen unterschieden (exklusive Einzel- und Großhandel). Wissensintensive Dienstleistungen umfassen solche Dienstleistungsteilbranchen mit einem überdurchschnittlich hohen Akademikeranteil an der Gesamtbeschäftigung bzw. Dienstleistungen mit einer starken Technologieorientierung. Darunter fallen beispielsweise Architektur- und Ingenieurbüros, Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatungen, Datenverarbeitung oder Fernmeldedienste. Die Abgrenzung basiert auf der so genannten NIW / ISI-Liste wissensintensiver Industrien und Dienstleistungen, die wiederum auf der WZ2008-Systematik des Statistischen Bundesamtes fußt. Unter Sonstige Dienstleistungen fallen unter anderem Unternehmen aus den Bereichen Pflege, Aus- und Weiterbildung sowie Kultur und Sport. Ebenso zählen Unternehmen aus den Branchen Gesundheits- und Sozialwesen oder Gastronomie- und Hotelgewerbe. Das Verarbeitende Gewerbe setzt sich zusammen aus FuE-intensivem Verarbeitenden Gewerbe und Unternehmen des sonstigen Verarbeitenden Gewerbes. Als Forschungs- und Entwicklungsintensives (FuE-intensives) Verarbeitendes Gewerbe werden dabei diejenigen Teilbranchen des Verarbeitenden Gewerbes verstanden, deren durchschnittliche Forschungs- und Entwicklungsintensität (FuE-Intensität: Quotient aus FuE-Aufwendungen und Umsatz) bei über 3,5 % liegt. Die Abgrenzung basiert ebenso auf der so NIW / ISI-Liste wissensintensiver Industrien und Dienstleistungen, die wiederum auf der WZ2008-Systematik des Statistischen Bundesamtes fußt. Quantitativ bedeutend sind vor allem Maschinenbau, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regeltechnik sowie Fahrzeugbau, Pharmazie und Herstellung von Büromaschinen.

⁷ Im Gegensatz zur Erwerbstätigkeit wird bei dem Konzept der Vollzeitäquivalent-Beschäftigten die tatsächliche Arbeitsnachfrage abgebildet. Die VZÄ-Beschäftigten errechnen sich aus der Zahl der Vollzeitbeschäftigten (inklusive Inhaber) zuzüglich der Zahl der Teilzeitbeschäftigten multipliziert mit dem Faktor 0,5. Auszubildende werden nicht berücksichtigt.

⁸ Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2020), KfW-Mittelstandspanel 2020: Corona-Pandemie trübt Erwartungen für 2020 – Mittelstand vor der Krise auf solidem Fundament, KfW Research.

⁹ Ausführlich zur aktuellen Entwicklung der Eigenkapitalquoten im Mittelstand siehe Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2020), KfW-Mittelstandspanel 2020: Corona-Pandemie trübt Erwartungen für 2020 – Mittelstand vor der Krise auf solidem Fundament, KfW Research. --- Gerstenberger, J. (2020), Corona-Krise setzt Eigenkapitalquoten der Mittelständler unter Druck, Volkswirtschaft Kompakt Nr. 199, KfW Research; Gerstenberger, J. (2021), Licht am Ende des Tunnels – die Lage im Mittelstand entspannt sich, Fokus Volkswirtschaft Nr. 333, KfW Research.

¹⁰ Gerstenberger J. (2018), Hohe Eigenkapitalquoten im Mittelstand: KMU schätzen ihre Unabhängigkeit, Fokus Volkswirtschaft Nr. 206, KfW Research. Gerstenberger J. (2018), Kreditverhandlungen – warum so viele KMU darauf verzichten, Fokus Volkswirtschaft Nr. 207, KfW Research.

¹¹ KfW Research hat die Folgen der Corona-Krise auf die mittelständischen Unternehmen in bislang fünf Sondererhebungen im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels beobachtet und ausgewertet. Die Ergebnisse finden sich hier: Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2020), Corona-Krise hat den Mittelstand fest im Griff, aber Widerstandsfähigkeit (noch) hoch, Fokus Volkswirtschaft Nr. 286, KfW Research. Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2020), Corona-Krise im Mittelstand: Rückkehr zu voller Wirtschaftsaktivität in weiter Ferne, aber Lockerungen entspannen Liquidität, Fokus Volkswirtschaft Nr. 294, KfW Research. Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2021), Zwar belastet die Corona-Krise den Mittelstand auch zu Jahresbeginn, allerdings bleibt die Lage trotz Lockdowns stabil, Fokus Volkswirtschaft Nr. 315, KfW Research, Gerstenberger J. (2021), Licht am Ende des Tunnels – die Lage im Mittelstand entspannt sich, Fokus Volkswirtschaft Nr. 333, KfW Research.

¹² Schönwald, S. (2021), KfW-Kreditmarktausblick: Juni 2021: Kreditvergabe mit kräftigem Rückgang – Basiseffekt überzeichnet Schwäche, KfW Research.

¹³ Zimmermann, V. (2021), KfW-Digitalisierungsbericht Mittelstand 2020: Rückgang der Digitalisierungsaktivitäten vor Corona, ambivalente Entwicklung während der Krise, KfW Research.

¹⁴ Gerstenberger J. (2021), Licht am Ende des Tunnels – die Lage im Mittelstand entspannt sich, Fokus Volkswirtschaft Nr. 333, KfW Research.

¹⁵ Herold, J.G. (2021), KfW-ifo-Kredithürde: April 2021: Großunternehmen kommen wieder leichter an Kredite – Banken beim Mittelstand weiter restriktiv, KfW Research.