

03.08.2009

## Der ökonomische Gastkommentar

### Mikrokredite für Deutschland

von Alexander Kritikos (DIW) und Jan Evers (Evers & Jung)

Kürzlich fand das sechste Jahrestreffen der westeuropäischen Mikrofinanzinstitutionen in Mailand statt. Deutsche Banker waren vor allem als Zuhörer vertreten. Und das aus gutem Grund. Im letzten Jahrzehnt sind in Deutschland zwar rund 30 verschiedene Projekte zur Mikrofinanz entstanden. Aus diesen Projekten wurden im letzten Jahr wahrscheinlich wieder nur etwa 5000 Kredite bewilligt. Dabei gibt es in Deutschland drei Millionen potenzielle Kunden: kleine Unternehmer mit Jahresumsätzen unter 100 000 Euro. Wollen die alle keinen Mikrokredit, bekommen sie keinen, oder wissen sie nur nichts von diesen Angeboten?

Vor mehr als 30 Jahren von Mohammed Junus ins Leben gerufen, verbreitete sich die Mikrofinanzierung zunächst in Asien und Südamerika. Bald darauf kamen Mikrokredite in Osteuropa zum Einsatz, etwa in Polen, der Ukraine, aber auch im Kosovo. Dort vergibt zum Beispiel die Pro-Credit-Bank, eine deutsche Gründung, jährlich über 30 000 Kredite und realisiert dabei ansehnliche Renditen.

Deutsche Banken betreiben das Geschäft jedoch bis heute nicht in Deutschland. Sie argumentieren, in einem hochentwickelten Wirtschaftssystem könne man nicht mit dem Kauf einer Kuh ein Unternehmen gründen und in wenigen Monaten einen Kredit zurückzahlen, dessen hoher Zinssatz aufgrund der kurzen Laufzeit kaum ins Gewicht falle.

Sie irren sich. Mikrofinanz hat bereits in Westeuropa Einzug gehalten. Die spanischen Sparkassen kämpfen seit Jahren um Marktanteile, verbessern die Kreditvergabe und trainieren ihre Mitarbeiter. Die französischen Banken fördern seit zehn Jahren ADIE, eine Organisation mit inzwischen jährlich über 7 000 Mikrokreditkunden. Nach Rückzahlung der Mikrokredite können die jungen Unternehmer Folgekredite bei den Geschäftsbanken aufnehmen. In Finnland wurde das auch in Deutschland hochgehaltene Hausbankensystem durch direkte Kreditvergabe über Finnvera, eine Art finnische KfW, ersetzt. Erst die gewachsenen Kunden werden wieder gemeinsam mit den Geschäftsbanken betreut. Finnvera vergibt jährlich über 3 000 Mikrokredite, mehr als die KfW, obwohl es in Deutschland rund 15-mal so viele Kleinunternehmer gibt wie in Finnland.

Gibt es in Deutschland tatsächlich keinen Bedarf? Oder ist dieses Geschäftsfeld hier nur nicht profitabel? Die Antworten liegen in der Marktstruktur: Deutschland hat das dichteste Bankfilialnetz der Welt. Potenzielle Kunden für Mikrokredite werden zum Teil mit anderen Produkten, wahrscheinlich auch mit Konsumentenkrediten, versorgt. Aber eine Pilotstudie des DIW Berlin zeigt: Nachfrage ist trotzdem vorhanden. Rund jeder sechste Befragte unter den kleinen Unternehmern (mit Jahresumsätzen unter 100 000 Euro) würde bei schneller Bearbeitung, flexibler Rückzahlung und kurzer Laufzeit gerne einen solchen Kredit aufnehmen und dabei auch hohe Zinsen in Kauf nehmen. Das sind die typischen Charakteristika von Mikrokrediten.

Diese Kunden müssten allerdings aktiv gesucht und umworben werden - notfalls zu Fuß, wie es die Kreditbetreuer in Osteuropa machen. Eine gute Mikrokreditbank entscheidet zudem innerhalb von drei Tagen. Deutsche Banker aber warten hinter dem Schalter und treffen dort nur auf Antragsteller, die verzweifelt genug sind, um wochenlange Prozeduren über sich ergehen zu lassen. Und deutsche Banker haben ein veraltetes Unternehmerbild: Nur wer bereits als Gründer einen fünf- bis sechsstelligen Betrag längerfristig beantragt, ist für sie ein kreditwürdiger Unternehmer.

Diese Unternehmer werden aber immer seltener. Inzwischen hat sich ein neuer Unternehmertyp aus wissensbasierten Dienstleistungs- und spezialisierten Einzelunternehmen entwickelt. Diese Unternehmer gründen ihre Betriebe mit eigenen Mitteln und beantragen den ersten Kredit erst dann, wenn ein größerer Auftrag hereinkommt. Für solche Unternehmer haben deutsche Banker nichts übrig. Und von Gründungszentren bekommen sie auch keinen Mikrokredit vermittelt, weil die sich auf die Gründer in der Anfangsphase konzentrieren.

Hoffentlich gelingt es nun dem von mehreren Gründungsinitiativen ins Leben gerufenen Deutschen Mikrofinanz-Institut (DMI), den Fokus auf bestehende Kleinunternehmer zu richten und dafür passende Produkte zu entwickeln. Für diese Aufgabe benötigen die deutschen Mikrofinanzierer institutionelle Förderung in der Anfangsphase, die an das Erreichen bestimmter Meilensteine gekoppelt ist, die Aussicht auf höhere Erträge und die Unterstützung der Banken.

Ein zweiter Weg steht jedem offen, nämlich nach Vorbild der Pro-Credit-Bank eine Mikrokreditfabrik bauen und mit lokal agilen Vertriebseinheiten die richtigen Kunden finden.

---

Link zum Artikel: <http://www.handelsblatt.com/finanzen/handelsblatt-kommentar/mikrokredite-fuer-deutschland;2440254>

---