



Benedikt Tratt

**Der Einfluss der Konsolidierung im
Bankensektor auf die Verwendung digitaler
Finanzierungsalternativen durch kleine
Unternehmen**

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf eine gleichzeitige Verwendung weiblicher, diverser und männlicher Sprachformen verzichtet. Alle Ausführungen bezüglich Personen, Rollen und Funktionen, die in der femininen oder maskulinen Form erfolgen, gelten selbstverständlich für alle Geschlechter gleichermaßen.

2023

Ludwig-Fröhler-Institut

Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



DHKT

sowie die
Wirtschaftsministerien
der Bundesländer

Benedikt Tratt

**Der Einfluss der Konsolidierung im Bankensektor
auf die Verwendung digitaler
Finanzierungsalternativen durch kleine
Unternehmen**

Zusammenfassung

Die Kreditvergabe an kleine Unternehmen ist maßgeblich von der Fähigkeit der Kreditgeber geprägt, mit deren typischer Informationsintransparenz umzugehen. Bisherige Erkenntnisse aus der Wissenschaft besagen, dass kleine, lokale Banken wie Sparkassen und Genossenschaftsbanken in der Lage sind, bessere Kreditvergabeentscheidungen zu treffen, da sie Kredite über kürzere Entfernungen hinweg vergeben und somit Zugang zu weichen, persönlichen Informationen über ihre Kreditnehmer haben. Diese vertiefte persönliche Beziehung verschafft lokalen Banken im Vergleich zu überregionalen Großbanken einen Wettbewerbsvorteil bei der Kreditvergabe an kleine Unternehmen. Die vorliegende Studie untersucht, wie sich der Aufstieg digitaler Finanzdienstleister wie Onlinebanken, P2P-Kreditgeber oder Kreditvermittlungsplattformen und die anhaltende Konsolidierung des konventionellen Bankensektors sowie die damit einhergehende Ausdünnung des Filialnetzes auf die Finanzierungsentscheidungen von kleinen Handwerksbetrieben auswirken. Auf der Grundlage einer Umfrage unter 463 deutschen Handwerksbetrieben werden die Einflussfaktoren für die Nutzung digitaler Finanzdienstleistungen im Hinblick auf die zunehmenden strukturellen Veränderung des konventionellen Bankensektors untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass kleine Unternehmen zwar die theoretischen Vorteile kurzer Distanzen bei der Kreditvergabe anerkennen und enge Beziehungen zu lokalen Kreditgebern schätzen, aber sensibel und ablehnend auf Störungen und Unterbrechungen dieser Beziehungen reagieren. Die Wahrscheinlichkeit, mit digitalen Finanzdienstleistern zusammenzuarbeiten, steigt stark an, wenn Unternehmen mit der Schließung ihrer lokalen Filiale oder einem Wechsel ihres zuständigen Kundenbetreuers konfrontiert werden. Auf struktureller Ebene ist festzustellen, dass die Kooperationsraten mit digitalen Finanzdienstleistern in Gebieten mit geringerer Filialdichte grundsätzlich höher sind. Ebenso steigt die Kooperationswahrscheinlichkeit an, wenn die Entscheidungsgewalt über die Kreditvergabe von der lokalen Filiale zu einem weiter entfernten (Haupt-)Sitz der Bank verlagert wird. Diese Ergebnisse zeigen, dass lokale Banken künftige Konsolidierungsentscheidungen sorgfältig abwägen sollten, wenn sie ihre Dominanz auf dem Kreditmarkt für kleine Unternehmen aufrechterhalten wollen.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	IV
I. Abbildungsverzeichnis	VI
II. Tabellenverzeichnis	VI
III. Anhangsverzeichnis.....	VI
1 Einleitung	1
2 Die Rolle von Entfernung in der Kreditvergabe an kleine Unternehmen	5
3 Die Struktur des Bankensektors und die Nutzung digitaler Finanzdienstleister	9
4 Forschungsdesign und Stichprobe	13
4.1 Datenquellen	13
4.2 Variablen und Methodik	14
5 Demographie der Stichprobe	18
5.1 Vergleich mit der Grundgesamtheit des Handwerks	18
5.2 Konventionelle Bankbeziehungen der befragten Unternehmen	21
5.3 Bankenlandschaft in Deutschland	24
5.4 Einstellung gegenüber digitalen Finanzdienstleistern	27
5.5 Kooperationsraten mit digitalen Finanzdienstleistern	28
5.5.1 Auswertung nach Inhabercharakteristika	29
5.5.2 Auswertung nach Unternehmenscharakteristika	30
6 Ergebnisse der Hypothesentests.....	32
6.1 Robustheitstests	36
6.2 Untersuchung der Kooperation mit konventionellen Großbanken.....	37
7 Diskussion	42
8 Literaturverzeichnis.....	49
9 Anhang	59

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Repräsentativität der Stichprobe nach Unternehmensgröße	19
Abbildung 2: Repräsentativität der Stichprobe nach Gewerbegruppen.....	20
Abbildung 3: Repräsentativität der Stichprobe nach Alter des Inhabers	20
Abbildung 4: Repräsentativität der Stichprobe nach Geschlecht des Inhabers	21
Abbildung 5: Anzahl der unterhaltenen Bankbeziehungen	21
Abbildung 6: Bankbeziehungen nach Bankentyp	22
Abbildung 7: Hausbankbeziehungen der Unternehmen	22
Abbildung 8: Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers.....	23
Abbildung 9: Betroffenheit von Filialschließung	24
Abbildung 10: Flächenbezogene Filialdichte	25
Abbildung 11: Einwohnerbezogene Filialdichte	26
Abbildung 12: Durchschnittliche funktionale Distanz	27
Abbildung 13: Einstellung der Unternehmen gegenüber digitalen Finanzdienstleistern	28
Abbildung 14: Kooperationsraten mit digitalen Finanzdienstleistern	29
Abbildung 15: Kooperationsraten nach Geschlecht des Inhabers	29
Abbildung 16: Kooperationsraten nach Alter des Inhabers	30
Abbildung 17: Kooperationsraten nach privater Nutzung	30
Abbildung 18: Kooperationsraten nach Unternehmensgröße	31
Abbildung 19: Kooperationsraten nach Gewerbegruppe.....	31
Abbildung 20: Kooperationsraten nach Finanzierungssituation.....	32

II. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Definitionen der verwendeten Variablen	16
Tabelle 2: Ergebnisse der logistischen Regressionen.....	35
Tabelle 3: Regressionsergebnisse der Robustheitstests.....	39
Tabelle 4: Kooperation mit überregionalen Großbanken.....	41

III. Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Abdruck des versendeten Fragebogens	59
--	----

1 Einleitung

Die Kreditvergabe an kleine Unternehmen hängt maßgeblich von der Fähigkeit der Kreditgeber ab, die Rückzahlungsfähigkeiten und Bonität dieser Kreditnehmer trotz ihrer charakteristischen informationellen Intransparenz ausreichend sicher beurteilen zu können (Berger, Klapper, & Udell, 2001; Zhao & Jones-Evans, 2017). Der wissenschaftlichen Theorie zufolge sollten kleine, lokale Banken bei der Kreditvergabe an kleine Unternehmen aufgrund einer geringeren Distanz zwischen Schuldner und Gläubiger einen Wettbewerbsvorteil gegenüber großen, überregionalen Kreditinstituten haben (Agarwal & Hauswald, 2010; Flögel, 2018). Ihre typischerweise engen und persönlichen Beziehungen zu den Geschäftskunden ermöglichen es lokalen Banken, qualitative, „weiche“ Informationen von ihren Kreditnehmern zu erheben und diese zu nutzen, um beiderseitig vorteilhafte Kreditentscheidungen zu treffen (De La Torre, Martínez Pería, & Schmukler, 2010; Behr, Norden, & Noth, 2013; Berger, Goulding, & Rice, 2014; Flögel & Beckamp, 2020). Aufgrund dieser Bedeutung der persönlichen Beziehung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber werden lokale Kreditinstitute in der wissenschaftlichen Literatur häufig als „Relationship Lender“ (dt. etwa: Beziehungskreditgeber) bezeichnet (Boot, 2000; Berger & Udell, 2002; Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010; Kysucky & Norden, 2016; Berger, Bouwman, & Kim, 2017; Duqi, Tomaselli, & Torluccio, 2018). Im Gegensatz dazu benötigen die eher unpersönlichen, distanzierteren Screening Ansätze überregionaler Großbanken umfangreiche quantitative Daten, die kleine Betriebe häufig gar nicht oder nur unter großem Aufwand liefern können (Berger, Miller, Petersen, Rajan, & Stein, 2005). Kleine, lokale Kreditinstitute wie Sparkassen und Genossenschaftsbanken sind daher als sogenannte Hausbanken von elementarer Bedeutung für die Kreditfinanzierung kleiner Unternehmen (Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Berger, Bouwman, & Kim, 2017).

Diese traditionellen Hausbanken haben jedoch zunehmend mit hohen Kosten für die Aufrechterhaltung ihrer Infrastruktur zu kämpfen. Hinzu kommen Schwierigkeiten bei der Gewinnung des für den Betrieb eines engmaschigen Filialnetzes nötigen Personals. Dementsprechend hat sich die Anzahl der unabhängigen Kreditinstitute in Deutschland in den vergangenen 20 Jahren nahezu halbiert. Eine identische Entwicklung ist auch in Bezug auf die Anzahl der Bankfilialen zu verzeichnen (Deutsche Bundesbank, 2022). Parallel dazu nimmt die staatliche Regulierung der Kreditvergabe (Basel III) immer weiter zu und führt zu einer starken Fokussierung auf Ratings und Kennzahlen. Lokale Kreditinstitute werden so daran gehindert, persönliche, subjektive Erfahrungen und Eindrücke, die sie aus der langjährigen

Zusammenarbeit mit Betrieben gewonnen haben, in ihren Kreditvergabeentscheidungen zu berücksichtigen (Flögel, 2018; Marek & Stein, 2022). Der eingangs erläuterten wissenschaftlichen Argumentation folgend führen diese Entwicklungen zu einem schrittweisen Abbau des Wettbewerbsvorteils lokaler Banken gegenüber Großbanken und anderen alternativen Finanzierungsgebern.

Gleichzeitig haben Fortschritte in der Informations- und Kommunikationstechnologie die so genannte Fintech-Revolution ausgelöst, die zur Entstehung zahlreicher internetbasierter, digitaler Finanzdienstleister geführt hat. Da diese in der Regel auf jegliche physische Infrastruktur verzichten, arbeiten digitale Finanzierungsanbieter zu wesentlich geringeren Verwaltungskosten und sind daher häufig in der Lage, günstigere Finanzierungsangebote zu machen. Neue Möglichkeiten der Datenanalyse (Big Data) sowie Kreditvergabetechnologien basierend auf der „Weisheit der Vielen“ (Surowiecki, 2014), wie beispielsweise das Crowdfunding, verringern den Informationsvorsprung lokaler Kreditgeber zusätzlich (Petersen & Rajan, 2002). In Zeiten hoher Inflation und zuletzt auch erstmals wieder deutlich steigender Kreditzinsen kann die Wahl des Finanzierungspartners demnach großen Einfluss auf die Profitabilität des gesamten Betriebs haben.

Im Zuge dieser tiefgreifenden Veränderungen des Kreditmarktes widmet sich diese Untersuchung der Frage, welche Faktoren die Entscheidungen (kleiner) Handwerksbetriebe beeinflussen, mit digitalen Finanzierungsanbietern wie Onlinebanken, P2P-Kreditgebern und Kreditvermittlungsplattformen zusammenzuarbeiten. Die strukturellen Veränderungen in der Infrastruktur und Organisation des konventionellen Bankensektors stehen dabei besonders im Fokus. Die vorliegende Studie ist damit die erste empirische Untersuchung zu den Auswirkungen der Konsolidierung des konventionellen Bankensektors auf die Entscheidungen kleiner Unternehmen, mit digitalen Finanzierungsanbietern zu kooperieren. Sie folgt damit den Aufrufen von Flögel und Beckamp (2020) sowie Lu et al. (2022), dieser Forschungsfrage nachzugehen. Ihre Analysen basieren auf einer quantitativen Befragung von 463 kleinen Handwerksbetrieben aus ganz Deutschland sowie eines Standortdatensatzes aller Bankfilialen in Deutschland.

Diese Studie liefert drei wesentliche Beiträge für Wissenschaft und Praxis. Erstens wird die bestehende Literatur, welche sich mit der Entscheidung kleiner Unternehmen für einen Kreditgeber befasst, um die Möglichkeit der Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern erweitert. Bisherige Studien fokussieren sich in der Regel auf die Entscheidung zwischen einem kleinen, lokalen Kreditinstitut und einer überregionalen Großbank und ignorieren dabei

alternative Finanzierungsanbieter (Lam & Burton, 2005; Berger, Goulding, & Rice, 2014; Jackowicz, Kozłowski, & Strucinski, 2021). Durch Berücksichtigung dieser Anbieter wird der Möglichkeit Rechnung getragen, dass die bereits angesprochenen strukturellen Veränderungen des klassischen Kreditmarktes einige Kleinunternehmen dazu veranlassen könnten, sich nach vorteilhafteren Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb des konventionellen Bankensektors umzusehen. Aus praktischer Sicht geben die Ergebnisse somit Aufschluss darüber, ob eine zu starke, von Kostensenkungen getriebene Konsolidierung kontraproduktiv sein kann, weil sie Kreditnehmer dazu veranlasst, dem konventionellen Bankensektor den Rücken zu kehren.

Ferner beteiligt sich die vorliegende Studie an dem laufenden wissenschaftlichen Diskurs bezüglich des Einflusses von Entfernung auf die Kreditvergabe an kleine Unternehmen sowie deren Konditionen (Petersen & Rajan, 2002; Degryse & Ongena, 2005; DeYoung, Glennon, & Nigro, 2008; Agarwal & Hauswald, 2010; Flögel, 2018; Bellucci, Borisov, Giombini, & Zazzaro, 2019; Kärnä, Manduchi, & Stephan, 2021). Die Untersuchung der Kooperationsraten mit digitalen Finanzierungsanbietern ohne physisches Branchennetzwerk liefert Erkenntnisse darüber, ob und wenn ja welche kleinen Unternehmen noch Wert auf persönliche (relationale), geographische und funktionale Nähe zu ihren Kreditgebern legen. Hinzu kommt, dass bisherige Untersuchungen häufig auf sekundäre Kreditvertragsdaten von Banken zurückgreifen, um den Einfluss der Entfernung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber auf verschiedene objektive Finanzierungsparameter zu untersuchen (Carling & Lundberg, 2005; Degryse & Ongena, 2005; Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Bellucci, Borisov, Giombini, & Zazzaro, 2019; Kärnä & Stephan, 2022). Dieser Ansatz ignoriert jedoch die Bedeutung des subjektiven Bauchgefühls des Geschäftsinhabers, dessen besondere Relevanz für jede unternehmerische Entscheidung in der KMU-Forschung jedoch weithin anerkannt ist (Jocumsen, 2004). Die Verwendung primärer Umfragedaten als Grundlage der vorliegenden Analysen ermöglicht hingegen die Berücksichtigung der subjektiven Bewertung des Geschäftsinhabers bezüglich der Bedeutung von Entfernung im Rahmen einer Kreditbeziehung.

Drittens treibt diese Studie den gerade in der Entstehung befindlichen Forschungsstrang zur Fintech-Finanzierung für kleine Unternehmen voran (Flögel & Beckamp, 2020). Während eine Vielzahl wissenschaftlicher Literatur das Internetbanking und Fintech Nutzungsverhalten privater Konsumenten untersucht (Zhou, Lu, & Wang, 2010; Shaikh & Karjaluoto, 2015; Laukkanen, 2016; Chawla & Joshi, 2017; Belanche, Casaló, & Flavián, 2019; Singh, Sahni, &

Kovid, 2020), sind derartige empirische Erkenntnisse im Bereich der Finanzierung kleiner Unternehmen quasi nicht existent.

Die Ergebnisse zeigen, dass ungeachtet einer gewissen Skepsis bezüglich deren Vertrauenswürdigkeit und Datensicherheit bereits nahezu die Hälfte der befragten Betriebe mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeitet oder dies zumindest in der Vergangenheit getan hat. Parallel dazu führen allerdings über 90 Prozent der Betriebe ihre Geschäftsbeziehung zu einer klassischen Hausbank fort. Unternehmen mit einer besonders lange bestehenden und vertieften Beziehung zu dieser Hausbank arbeiten dabei seltener zusätzlich mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammen. Im Gegensatz dazu steigt die Wahrscheinlichkeit einer Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern, wenn Unternehmen von der Schließung einer lokalen Bankfiliale oder einem Wechsel des für sie zuständigen Kundenbetreuers betroffen sind. Diese Ergebnisse zeigen, dass kleine Unternehmen zwar enge und persönliche Beziehungen zu ihren Kreditgebern immer noch schätzen, aber sensibel und ablehnend auf Störungen und Unterbrechungen dieser Beziehungen reagieren. Auf struktureller Ebene zeigen die Analysen eine höhere Kooperationsrate mit digitalen Finanzierungsanbietern in Gebieten mit geringerer physischer Filialdichte. Ebenso konnten mit zunehmendem Abstand zwischen der lokalen, informationserhebenden Filiale und der für die Kreditvergabeentscheidung zuständigen Stelle der Bank steigende Kooperationsraten nachgewiesen werden. Hingegen konnten keine signifikanten Auswirkungen von Filialschließungen, Kundenbetreuerwechsel und den Strukturparametern der lokalen Bankenlandschaft auf die Kooperationsraten mit konventionellen, überregionalen Großbanken festgestellt werden. Die Ergebnisse deuten daher darauf hin, dass digitale Finanzierungsanbieter von kleinen Unternehmen bereits jetzt als Substitute für konventionelle Banken genutzt werden, insbesondere wenn die Entfernungen zwischen Kreditgeber und Kreditnehmer auch in diesen Beziehungen zunehmen. Lokale Kreditinstitute sollten daher die Auswirkungen auf ihre zukünftigen Kreditvergabeentfernungen bei der Entscheidung über Konsolidierungsvorhaben berücksichtigen, wenn sie ihre Dominanz auf dem Kreditmarkt für kleine Unternehmen aufrechterhalten wollen.

Die weitere Studie ist wie folgt aufgebaut: In Abschnitt 2 wird die Rolle der Entfernung für die Kreditvergabe an kleine Unternehmen vor dem Hintergrund der einschlägigen Literatur erörtert. In Abschnitt 3 werden die Forschungshypothesen aufgestellt. In Abschnitt 4 werden daraufhin die verwendeten Daten und die Forschungsmethodik beschrieben. Die Ergebnisse

werden anschließend in Abschnitt 5 vorgestellt und in Abschnitt 6 und 7 diskutiert und zusammengefasst.

2 Die Rolle von Entfernung in der Kreditvergabe an kleine Unternehmen

In Deutschland liegt der Anteil der Bankenfinanzierung an der gesamten externen Finanzierung kleiner Unternehmen bei 65 Prozent (KfW Research, 2022). Ähnliche hohe Werte sind auch für die USA (Wiersch, Misera, Marre, & Wavering Corcoran, 2022) und Großbritannien (British Business Bank, 2021) festgestellt worden. Aufgrund dieser wesentlichen Bedeutung von Banken für die Finanzierung kleiner Unternehmen widmet sich ein großer Forschungsstrang der Bankenauswahl durch kleine Betriebe sowie deren Auswirkungen auf die Verfügbarkeit und Konditionen von Kreditmitteln. Diese Literatur kommt zu dem Schluss, dass kleine, lokale Kreditinstitute durch Bildung enger, persönlicher Beziehungen einen Wettbewerbsvorteil bei der Kreditvergabe an kleine, informationell intransparente Unternehmen erzielen können (Scott, 2004; Udell, 2008; Behr, Norden, & Noth, 2013). Das Ausmaß dieses Wettbewerbsvorteils hängt von drei unterschiedlichen Arten der Entfernung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber ab: relationale, geographische und funktionale Entfernung (Berger & Udell, 2002; Berger, Miller, Petersen, Rajan, & Stein, 2005; Berger & Udell, 2006; Berger, Goulding, & Rice, 2014).

Jede Kreditvergabeentscheidung hängt von der Fähigkeit des Kreditgebers ab, die Rückzahlungsfähigkeit des Kreditnehmers ausreichend sicher einschätzen zu können. Im Falle kleiner Betriebe ist dies besonders kompliziert, da diese häufig informationell intransparent sind (Petersen & Rajan, 2002). Sie unterliegen nur wenigen Offenlegungspflichten und ihre Performance ist häufig abhängig von den individuellen Fähigkeiten und Charaktereigenschaften eines oder mehrerer Geschäftsführer (Flögel & Beckamp, 2020). Die Literatur kommt zu dem Schluss, dass Banken diese Probleme adressieren, indem sie qualitative, weiche Informationen in ihre Kreditvergabeentscheidungen einbeziehen (Berger & Black, 2011). Stein (2002, S. 1892) definiert weiche Informationen als „Informationen, die von niemandem außer demjenigen, der sie erstellt oder gesammelt hat, direkt überprüft werden können“. Dies kann die Einschätzung des persönlichen Charakters des Kreditnehmers (z.B. bezüglich dessen Integrität oder Einsatzbereitschaft) und seiner Managementfähigkeiten ebenso beinhalten wie das Wissen um singuläre unglückliche Ereignisse (z.B. den Wegfall eines wichtigen Auftrags) und eine grundsätzliche Vertrautheit mit den Besonderheiten des lokalen Marktes auf dem das kreditnehmende Unternehmen aktiv ist (Udell, 2009). Weiche Informationen werden typischerweise aus einer langfristigen, engen und persönlichen

Beziehung zwischen dem Kundenbetreuer der Bank und dem Geschäftsführer des Unternehmens gewonnen (Boot, 2000). Da weiche Informationen nicht quantifizierbar sind, ist es schwierig, sie zu speichern und innerhalb oder zwischen Organisationen zu übertragen (Udell, 2008; Knyazeva & Knyazeva, 2012). Daher zeigen einschlägige Forschungsergebnisse, dass die Fähigkeit einer Bank, weiche Informationen zu generieren und zu verarbeiten von ihrer Entfernung zu dem jeweiligen Kreditnehmer abhängt (Agarwal & Hauswald, 2010). Wie bereits erwähnt ist Entfernung dabei als multidimensionales Konstrukt mit drei wesentlichen Ausprägungsformen zu verstehen (Nitani & Legendre, 2021).

Bei der ersten Ausprägungsform handelt es sich um sogenannte relationale Entfernung. Sie misst die Stärke der Beziehung der Bank zu ihren Kreditnehmern. Der wissenschaftlichen Theorie zufolge verbessert sich mit zunehmender Stärke dieser Beziehung der Zugang zu weichen Informationen aufgrund einer beiderseitigen Steigerung des Vertrauens ineinander (Saparito, Chen, & Sapienza, 2004; Moro & Fink, 2013; Kautonen, Fredriksson, Minniti, & Moro, 2020). Gemessen wird die Beziehungsstärke üblicherweise durch die Dauer und Exklusivität der Beziehung zwischen der Bank und dem kreditnehmenden Betrieb (Berger, Goulding, & Rice, 2014). Relationale Entfernung beinhaltet jedoch auch eine wesentliche persönliche Komponente, welche die soziale Beziehung zwischen dem Betriebsinhaber und dem zuständigen Kundenbetreuer der Bank beschreibt (Lehmann & Neuberger, 2001). Gemeinsame Werte und die Verwurzelung in der gleichen lokalen Gemeinschaft führen dazu, dass kleine Unternehmen lokal ausgerichtete Banken als vertrauenswürdiger wahrnehmen, wodurch diese engere Beziehungen aufbauen können und folglich einen besseren Zugang zu weichen Informationen erhalten (Berger & DeYoung, 2001; Kautonen, Fredriksson, Minniti, & Moro, 2020; Nitani & Legendre, 2021). Dies wiederum erhöht die Genauigkeit ihrer Ausfallprognosen für Kredite an kleine Unternehmen (Milani, 2014).

Einige Wissenschaftler warnen davor, dass sehr enge und exklusive Kreditbeziehungen zu lokalen Banken zu ungünstigen Kreditbedingungen für kleine Unternehmen führen können, indem sie einen Locked-In-Effekt erzeugen, der eine monopolistische Extraktion eines Teils der ökonomischen Rente des Unternehmens durch den Kreditgeber ermöglicht (Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010; Ioannidou & Ongena, 2010; Kysucky & Norden, 2016; Angori, Aristei, & Gallo, 2019). Die meisten empirischen Belege deuten aber auf eine für beide Seiten vorteilhafte Wirkung enger Kreditbeziehungen zwischen kleinen Unternehmen und lokalen Banken hin (Petersen & Rajan, 1994; Lehmann & Neuberger, 2001; Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Behr, Norden, & Noth, 2013; Zhao & Jones-Evans, 2017; Kärnä,

Manduchi, & Stephan, 2021; Zhao, Luintel, & Matthews, 2021). So konnte gezeigt werden, dass Beziehungsstärke einen positiven Einfluss auf die Kreditverfügbarkeit für kleine Unternehmen hat (Petersen & Rajan, 1994; Cole, 1998; Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010). Dieser positive Effekt ist in Zeiten mikro- (Elsas & Krahnen, 1998) und makroökonomischer (Cotugno, Monferrà, & Sampagnaro, 2013; Fiordelisi, Monferrà, & Sampagnaro, 2014; Beck, Degryse, Haas, & van Horen, 2018) Krisen besonders ausgeprägt. Aufgrund der verbesserten Informationen der Bank über das Kreditrisiko der Schuldner sinken mit zunehmender Beziehungsdauer außerdem die Anforderungen an die zu hinterlegenden Kreditsicherheiten (Berger & Udell, 1990; Berger & Udell, 1995; Degryse & van Cayseele, 2000). Was die Auswirkungen der Beziehungsstärke auf die Zinssätze betrifft, so sind die empirischen Belege nicht eindeutig. Während manche Untersuchungen zu dem Schluss kommen, dass Banken tatsächlich dazu neigen, ihren monopolistischen Informationsvorsprung auszunutzen und Langzeitkunden höhere Zinssätze zu berechnen (Angelini, Di Salvo, & Ferri, 1998; Degryse & van Cayseele, 2000), argumentieren andere, dass Banken aufgrund genauerer Ausfallwahrscheinlichkeitsprognosen diesen Kunden günstigere Kredite anbieten können (Boot & Thakor, 1994; Berger & Udell, 1995). Hernández-Cánovas und Martínez-Solano (2010) stellen fest, dass Unternehmen, die enge Beziehungen zu zwei verschiedenen Kreditinstituten unterhalten, am wenigsten für ihre Kredite bezahlen.

Geographische Entfernung stellt die zweite Ausprägungsform dar. Erkenntnissen aus der Informationstheorie folgend nimmt die Genauigkeit und Interpretierbarkeit weicher Information mit zunehmender Übertragungsdistanz aufgrund ihrer Abhängigkeit von ihrem Ersteller sehr schnell ab (Liberti & Petersen, 2019). Dementsprechend zeigen DeYoung et al. (2008), dass Kreditausfallraten mit zunehmender geographischer Entfernung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber ansteigen. Sie führen diesen Anstieg auf zunehmende Schwierigkeiten in der Gewinnung und Überwachung weicher Informationen zurück. Lokale Banken vergeben Kredite nicht nur über im Durchschnitt geringere Entfernungen (Brevoort & Hannan, 2006), ihre Vertrautheit mit den lokalen Marktgegebenheiten und Besonderheiten erleichtert außerdem die Interpretation und Kontextualisierung weicher Information (Agarwal & Hauswald, 2010). Empirische Studien belegen außerdem, dass zunehmende Entfernung zu ihren Kreditgebern die Kreditverfügbarkeit für kleine Unternehmen signifikant negativ beeinflusst (Agarwal & Hauswald, 2010; Backman & Wallin, 2018). Entsprechend berichten kleine Unternehmen in Gebieten mit einer geringen Filialdichte (Di Bonaccorsi Patti & Gobbi, 2001; Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009) sowie in allgemein ländlichen Gebieten (Kärnä & Stephan, 2022) von größeren Schwierigkeiten bei der Akquise von Kreditmitteln.

Ferner zeigt eine Untersuchung von Nguyen (2019), dass in der Folge einer Filialschließung die Kreditversorgung kleiner Unternehmen im unmittelbaren Umkreis deutlich erschwert wird. Aufgrund der Schwierigkeiten und Kosten der Übertragung weicher Informationen über längere Distanzen steigen auch die Zinssätze mit zunehmender Entfernung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber an (Knyazeva & Knyazeva, 2012; Kärnä, Manduchi, & Stephan, 2021). Gleiches gilt für die Kreditnebenkosten sowie nicht-finanzielle Rahmenbedingungen wie die geforderten Sicherheiten (Knyazeva & Knyazeva, 2012). Der Zusammenhang von Entfernung und Zinssätzen wird jedoch auch maßgeblich von der Wettbewerbssituation auf dem lokalen Kreditmarkt beeinflusst (Degryse & Ongena, 2005; Bellucci, Borisov, & Zazzaro, 2013; Herpfer, Mjøs, & Schmidt, 2023). Um zu verhindern, dass lokale Banken ihren Vorteil bei der Verarbeitung weicher Informationen nutzen, um Preisdiskriminierung zu betreiben, muss die glaubwürdige Möglichkeit für das kreditnehmende Unternehmen bestehen, zu einem nahegelegenen Wettbewerber zu wechseln (Cerqueiro, Degryse, & Ongena, 2009). Daher scheint nicht die Entfernung zur nächstgelegenen Bankfiliale, sondern die Größe und Vielfalt des örtlichen Filialnetzes entscheidend für die Kreditzinsen zu sein (Rice & Strahan, 2010).

Funktionale Entfernung ist die dritte Ausprägungsform mittels derer Entfernung den Wettbewerbsvorteil einer Bank bei der Kreditvergabe an kleine Unternehmen beeinflusst. Sie bezieht sich auf die Distanz zwischen dem Punkt, an dem die weichen Informationen über den Kreditnehmer gewonnen werden, in der Regel der Kundenbetreuer in der Filiale vor Ort, und dem Punkt, an dem die letztendliche Entscheidung über Ablehnung oder Bewilligung eines Kreditantrages getroffen wird, beispielsweise der zuständige Sachbearbeiter in der Zentrale der Bank. Forschungsergebnisse zeigen, dass zu viele Hierarchieebenen und starre Kommunikationswege innerhalb einer Organisation die Übertragung weicher Informationen behindern (Cole, Goldberg, & White, 2004). Entsprechend zeigen Fiordelisi et al. (2014), dass Kreditausfallraten mit zunehmender funktionaler Entfernung ebenfalls zunehmen. Da die Trennung von Informationsgewinnung und Kreditentscheidung mit zunehmender Größe der Bank ansteigt, ist die Bewertung von Kreditanträgen auf Basis weicher Informationen in Großbanken aufwändiger und dementsprechend weniger verbreitet als in kleinen Kreditinstituten (Berger & DeYoung, 2001; Flögel & Beckamp, 2020). Insgesamt ist festzustellen, dass funktionale Entfernung die Vorteile relationaler und geographischer Nähe zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber untergräbt, indem sie Gewinnung und Verwendung weicher Informationen behindert (Berger, Goulding, & Rice, 2014; Zhao, Luintel, & Matthews, 2021).

Folglich finden sich in der empirischen Literatur zahlreiche Belege für den negativen Einfluss funktionaler Entfernung auf die Kreditvergabe an kleine Unternehmen. Erstens verschlechtert sie den grundsätzlichen Zugang zu Krediten für informationell intransparente Betriebe (Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Cotugno, Monferrà, & Sampagnaro, 2013). In Gebieten, in denen die durchschnittliche funktionale Kreditvergabeentfernung höher liegt, berichten mehr kleine Unternehmen von Schwierigkeiten bei der Akquise von Bankkrediten (Di Bonaccorsi Patti & Gobbi, 2001; Zhao & Jones-Evans, 2017; Zhao, Luintel, & Matthews, 2021). Diese Situation verschlimmert sich in makroökonomischen Krisenzeiten, da überregionale Großbanken dann dazu neigen, ihr Geschäft von weiter entfernten Märkten auf den näheren Umkreis ihres Hauptstandortes zu verlagern (Giannetti & Laeven, 2012; Haas & van Horen, 2013). Einer Studie von Bragoli et al. (2022) zufolge wirkt sich funktionale Entfernung zu Kreditgebern sogar unmittelbar negativ auf die anhand der Gesamtkapitalrendite gemessene Performance kleiner Unternehmen aus.

Die konsolidierungsbedingten strukturellen Veränderungen des konventionellen Bankensektors erhöhen alle drei eben genannten Ausprägungsformen der Entfernung zwischen kleinen Unternehmen und ihren Kreditgebern und verringern so die Vorteile langfristiger, enger Geschäftsbeziehungen zu lokalen Banken. Gleichzeitig entsteht eine Vielzahl neuer, digitaler Finanzierungsalternativen. Diese können in der Regel zu geringen Verwaltungskosten arbeiten, da sie auf den Betrieb einer physischen Filialinfrastruktur verzichten. Neue, auf Big Data Analytics und künstlicher Intelligenz basierende Methoden und Technologien zur Bonitätsprüfung und Kreditantragsbewertung erlauben ihnen außerdem, bewusst informationell intransparente Kunden in den Blick zu nehmen (Flögel & Beckamp, 2020). Aus diesem Grund geht die vorliegende Untersuchung der folgenden Forschungsfrage nach: Beeinflussen strukturelle Veränderungen im konventionellen Bankensektor die Bereitschaft kleiner Unternehmen zur Zusammenarbeit mit digitalen Finanzdienstleistern?

3 Die Struktur des Bankensektors und die Nutzung digitaler Finanzdienstleister

Der Argumentation des vorangegangenen Abschnitts folgend sollte die Struktur des lokalen, konventionellen Bankenmarktes die Finanzierungsentscheidungen kleiner Unternehmen beeinflussen. Unter Berücksichtigung der Vorteile, die relationale, geographische und funktionale Nähe zu potenziellen Geldgebern für die Verfügbarkeit und Konditionen von Krediten an kleine Unternehmen haben, sollte eine Steigerung in jeder dieser Entfernungen Geschäftsführer empfänglicher für die Angebote alternativer (digitaler) Finanzierungsdienstleister machen.

Die Vorteile enger, langfristiger Kreditbeziehungen für informationell intransparente Kleinunternehmen sind in der Literatur breit dokumentiert (Petersen & Rajan, 1994; Harhoff & Körting, 1998). Die Stärkung des gegenseitigen Vertrauens, welche aus relationaler Nähe resultiert, erleichtert den generellen Zugang zu Krediten (Cole, 1998; Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010), senkt die Anforderungen an Sicherheiten (Degryse & van Cayseele, 2000) und führt zu geringeren Finanzierungskosten (Berger & Udell, 1995). Eine Studie von Jackowicz et al. (2021) zeigt, dass sich kleine Unternehmen dieser Vorteile durchaus bewusst sind, da sie ihre Entscheidungen bezüglich eines Finanzierungspartners eher auf vertrauensbezogene Faktoren stützen als auf rein ökonomische. Vertrauen wiederum steigt mit zunehmender Dauer der Geschäftsbeziehung (Saparito, Chen, & Sapienza, 2004) sowie durch eine persönliche, soziale Beziehung zwischen dem Kundenbetreuer der Bank und dem Geschäftsführer des Unternehmens (Lehmann & Neuberger, 2001). Entsprechend zeigt eine Untersuchung von Lam und Burton (2006), dass die Loyalität kleiner Unternehmen gegenüber ihrer Hausbank mit zunehmender Dauer der Geschäftsbeziehung ebenfalls ansteigt. Jegliche Störungen oder Unterbrechungen dieser Beziehung, wie beispielsweise der Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers, können jedoch Wechselüberlegungen erzeugen. Singh und Kaur (2015) stellen ebenfalls fest, dass eine hohe Personalfluktuationsrate auf Seiten der Bank die Wechselwilligkeit kleiner Unternehmen steigert. Diesen Ausführungen folgend stellt die vorliegende Untersuchung folgende Hypothese auf:

H1a: Betriebe mit einer stärkeren, d.h. längeren und persönlicheren, Beziehung zu einer konventionellen Bank arbeiten seltener mit digitalen Finanzdienstleistern zusammen.

Allerdings haben vergangene Forschungsergebnisse auch gezeigt, dass die Kreditbeziehungen kleiner Unternehmen stark filialabhängig sind und im Falle einer Filialschließung zu zerbrechen drohen (Nguyen, 2019; Bonfim, Nogueira, & Ongena, 2021; Duquerroy, Mazet-Sonilhac, Mésonnier, & Paravisini, 2022). Demensprechend führen lokale Filialschließungen zu einer Verschlechterung des Kreditzugangs für kleine Unternehmen vor Ort (Nguyen, 2019). Auch die Finanzierungsbedingungen werden „durch den Verlust vertraulicher Informationen, die von den nun schließenden Filialen gesammelt wurden“ (Bonfim, Nogueira, & Ongena, 2021, S. 1215), negativ beeinflusst. Bisher existiert keine empirische Forschung zum Einfluss von Filialschließungen auf die Wechselabsichten gewerblicher Kunden. Ergebnisse aus dem Bereich des Privatkundengeschäfts legen jedoch nahe, dass es im Zuge einer Filialschließung zu einer signifikanten Erhöhung der Wechselabsichten kommt (Gerrard & Barton Cunningham,

2004; Clemes, Gan, & Zhang, 2010; Zhao, Noman, & Asiaei, 2022). Dementsprechend wird die folgende Hypothese aufgestellt:

H1b: *Betriebe, die von der Schließung einer lokalen Bankfiliale betroffen sind, arbeiten in der Folge häufiger mit digitalen Finanzierungsdienstleistern zusammen.*

In der empirischen Literatur wurde bereits wiederholt ein positiver Einfluss der geografischen Nähe von potenziellen Kreditgebern auf die Verfügbarkeit von Krediten für kleine Unternehmen nachgewiesen (Di Bonaccorsi Patti & Gobbi, 2001; Kärnä & Stephan, 2022). Insbesondere die Dichte des lokalen Filialnetzes beeinflusst sowohl die Kreditverfügbarkeit als auch die Finanzierungsbedingungen positiv (Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Knyazeva & Knyazeva, 2012; Kärnä, Manduchi, & Stephan, 2021). Gleichzeitig konnte festgestellt werden, dass Schwierigkeiten bei der Kreditbeschaffung und Unzufriedenheit mit dem Kreditangebot der derzeitigen Bank die Entscheidung von Kleinunternehmen, die Bank zu wechseln (Howorth, Peel, & Wilson, 2003; Singh & Kaur, 2015) und nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten zu suchen (Walthoff-Born, Schwienbacher, & Vanacker, 2018), maßgeblich beeinflussen. Um das fehlende lokale Angebot auszugleichen, sollten kleine Unternehmen in Gebieten mit einer geringen Filialdichte dementsprechend eher geneigt sein, mit digitalen Finanzierungsanbietern zu kooperieren. Forschung aus dem Bereich des Konsumentenverhaltens bestätigt diese Vermutung. So stellte beispielsweise Blasio (2009, S. 111) fest, dass „je weiter ein Kunde von der nächstgelegenen Offline-Alternative entfernt ist, desto höher ist seine Wahrscheinlichkeit, dass er elektronische Dienste nutzt“. Erste Untersuchungen zu digitalen Bankangeboten deuten darauf hin, dass die Banken ein ähnliches Nutzungsverhalten auch für ihr Kreditgeschäft antizipieren, da sie anfänglich ihre E-Business-Angebote auf diejenigen lokalen Märkte mit der geringsten Filialdichte konzentrierten (Di Bonaccorsi Patti, Gobbi, & Mistrulli, 2004; Corrocher, 2006). Eine Untersuchung von Khan (2004), die sich der Fragestellung von der Nachfrageseite nähert, kommt allerdings zu dem Ergebnis, dass die Entfernung zur nächstgelegenen Bankfiliale keinen Einfluss auf das Online-Banking Nutzungsverhalten von Privatkunden hat. Diese Studie folgt nichtsdestotrotz der theoretischen Argumentationslinie aus Kapitel 2 und formuliert daher folgende Hypothese:

H2: *Betriebe in Regionen mit einer geringeren Bankfilialdichte arbeiten häufiger mit digitalen Finanzdienstleistern zusammen.*

Ähnlich dem Einfluss geographischer Entfernung auf die Kreditvergabe hat die empirische Forschung auch gezeigt, dass sich funktionale Entfernung und die Konzentration von

Kreditentscheidungen in den Hauptgeschäftsstellen der Banken negativ auf die Kreditverfügbarkeit für kleine Unternehmen auswirken (Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Zhao, Luintel, & Matthews, 2021). Singh und Kaur (2015) finden in ihrer Studie heraus, dass sich kleine Unternehmen der negativen Auswirkungen funktionaler Entfernung auf ihre Finanzierungsmöglichkeiten bewusst sind, da eine geringere wahrgenommene Entscheidungsbefugnis der örtlichen Bankfiliale zu erhöhten Wechselabsichten bei den untersuchten Betrieben führt. Sie zeigen damit, dass funktionale Entfernung auch in der Praxis von kleinen Unternehmen im Rahmen ihrer Finanzierungsentscheidungen berücksichtigt wird. Daher testet die vorliegende Untersuchung die folgende Hypothese:

***H2:** Betriebe in Regionen mit einer höheren durchschnittlichen funktionalen Kreditvergabeentfernung arbeiten häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammen.*

Neben relationaler, geographischer und funktionaler Entfernung wurden in der bestehenden Literatur außerdem verschiedene Inhaber- und Betriebscharakteristika identifiziert, die einen Einfluss auf die Wahl des Finanzierungsgebers kleiner Unternehmen haben können. Forschung aus dem Bereich der Informationssysteme hat gezeigt, dass die Absicht von Unternehmen, E-Banking Angebote zu nutzen, von der wahrgenommenen Sicherheit und dem gefühlten Schutz der Privatsphäre innerhalb der gesamten E-Banking Industrie abhängt. Moderiert wird diese Beziehung von der gefühlten Vertrauenswürdigkeit der jeweiligen Bank, deren Bewertung sich wiederum aus verschiedenen Faktoren wie Wohlwollen, Integrität und Kompetenz zusammensetzt (Yousafzai, Pallister, & Foxall, 2003). Yousafzai et al. (2003) definieren dieses Konstrukt verschiedener Faktoren in ihrer Untersuchung als „E-Trust“. Andere Studien konnten daraufhin zeigen, dass E-Trust auch die Mobile Banking Anwendungsraten privater Nutzer beeinflusst (Zhou, 2011; Berraies, Ben Yahia, & Hannachi, 2017). Des Weiteren beeinflusst auch das Geschlecht des Geschäftsführers sowohl die Kreditverfügbarkeit kleiner Unternehmen als auch deren Nutzung alternativer Finanzierungsinstrumente. Weibliche Gründerinnen und Geschäftsführerinnen haben größere Schwierigkeiten bei der Akquise von Kreditmitteln (Bellucci, Borisov, & Zazzaro, 2010) und kooperieren seltener mit Fintech-Anbietern (Chen, Doerr, Frost, Gambacorta, & Shin, 2023). Auch das Alter des Unternehmers steht in einem negativen Zusammenhang mit dem Vertrauen in und der Nutzung von Fintech-Anbietern (Singh, Sahni, & Kovid, 2020) sowie Mobile Banking Diensten (Laukkanen, 2016). Auf betrieblicher Ebene konnte nachgewiesen werden, dass Einschränkungen im Zugang zu konventionellen Bankkrediten kleine Unternehmen dazu veranlassen, nach alternativen externen Finanzierungsquellen zu suchen (Nguyen, Nguyen, Le Dang, & Nguyen, 2022).

Kreditbeschränkte Firmen sind demzufolge eher geneigt, mit digitalen Finanzdienstleistern zusammenzuarbeiten (Xiang, Zhang, & Worthington, 2021). Aufgrund des unterschiedlichen Grades an Informationstransparenz und betrieblicher Komplexität wirkt sich auch die Unternehmensgröße auf die Anzahl und Art der Bankbeziehungen (Berger, Goulding, & Rice, 2014) und die genutzten Finanzierungsquellen kleiner Unternehmen aus (Gallo & Vilaseca, 1996; Romano, Tanewski, & Smyrnios, 2001).

4 Forschungsdesign und Stichprobe

4.1 Datenquellen

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung basieren auf zwei unabhängigen Datenquellen. Zur Gewinnung von Informationen über die Struktur des lokalen Bankenmarktes wurde mittels Web-Scraping ein Datensatz mit den Geolokationsdaten aller Bankfilialen in Deutschland zum Stichtag 31.12.2022 erstellt. Die Daten zur Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern, den Geschäftsbeziehungen zu konventionellen Banken sowie die notwendigen Betriebs- und Inhabercharakteristika wurden über eine Umfrage erhoben. Hierfür wurde zunächst ein vierteiliger Fragebogen entwickelt, der in Anhang 1 dieser Publikation zu finden ist. Der erste Abschnitt befasst sich mit verschiedenen demographischen Informationen des ausfüllenden Unternehmens und seines Inhabers oder Geschäftsführers. Im zweiten Teil werden Anzahl und Art der Geschäftsbeziehungen des Unternehmens zu konventionellen Banken ermittelt. Daraufhin sammelt der dritte Abschnitt Daten zur generellen finanziellen Situation des ausfüllenden Betriebs. Hierbei wird auch eine subjektive Einschätzung der derzeitigen Finanzierungsbedingungen durch den Geschäftsführer erbeten. Im letzten Teil des Fragebogens werden schließlich die Erfahrungen des ausfüllenden Unternehmens mit der Nutzung von verschiedenen digitalen Finanzierungsanbietern abgefragt. Diese beinhalten Onlinebanken¹, Crowdfunding und andere P2P-Lending Plattformen sowie Kreditvermittlungs- und -vergleichsplattformen. Der Fragebogen gibt dabei für jede dieser Kategorien einige prominente Beispielanbieter vor.

Der Fragebogen wurde anschließend per Email an 15.000 zufällig ausgewählte Handwerksbetriebe in ganz Deutschland versendet. Kriterium für die Berücksichtigung in der Stichprobe war lediglich eine Klassifikation als Kleinst- oder Kleinunternehmen, entsprechend der Vorgaben der EU Kommission (Empfehlung 2003/361).² Den Teilnehmern wurde die

¹ Als Online-Bank im Sinne dieser Untersuchung werden Kreditinstitute definiert, die keine physischen Filialen unterhalten.

² Entsprechend der EU-Kommissionsempfehlung 2003/361 gelten alle Unternehmen als Kleinunternehmen, deren Mitarbeiterzahl 50 nicht überschreitet und deren Jahresumsatz oder Bilanzsumme 10 Millionen Euro nicht überschreiten.

Möglichkeit gegeben, den Fragebogen entweder in digitaler oder in analoger Form auszufüllen. Daraufhin gingen 466 digitale und 45 analoge Rückmeldungen beim Ludwig-Fröhler-Institut ein. Davon konnten allerdings 46 Rückmeldungen nicht in die folgende Analyse einbezogen werden, da sie zu viele unbeantwortete Fragenteile enthielten. Zusätzlich wurden zwei Antworten exkludiert, da die ausfüllenden Betriebe nicht mehr die Kriterien zur Qualifikation als Kleinunternehmen erfüllten, da sie inzwischen über 50 Beschäftigte hatten. Demnach basieren die in dieser Studie vorgestellten Analysen auf 463 verwendbaren Antworten, was einer Rücklaufquote von 3,1 Prozent entspricht. Diese Quote liegt im erwartbaren Rahmen für empirische Erhebungen unter Inhabern und Geschäftsführern kleiner Betriebe (Newby, Watson, & Woodliff, 2003; Seshadri & Broekemier, 2022) und ist vergleichbar mit früheren Untersuchungen im Bereich der Finanzierung und des Managements von Kleinunternehmen (Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010; Gnan, Montemerlo, & Huse, 2015; Lardon, Deloof, & Jorissen, 2017).³

Im Vorfeld der eigentlichen Analysen wurden drei verschiedene Tests zum Ausschluss von Non-Response-Bias (dt. Schweigeverzerrung) durchgeführt. In Anlehnung an den Ansatz von Widener (2007) wurden zunächst die Mittelwerte früher (erstes Quartil) und später (letztes Quartil) Rückläufer untersucht. Im Anschluss wurden die Antworten von Teilnehmern, die die gesamte Umfrage ausgefüllt hatten, mit teilweise unvollständigen Antworten verglichen (Jackowicz, Kozłowski, & Strucinski, 2021). Zuletzt wurden außerdem die online erfassten Antworten mit denen, die in analoger Form erfasst wurden, abgeglichen. Keiner der drei Tests ergab signifikante Unterschiede in einer der untersuchten Variablen. Eine Verzerrung der Ergebnisse durch Non-Response-Bias kann demnach ausgeschlossen werden.

4.2 Variablen und Methodik

Zur Untersuchung des Einflusses relationaler, geographischer und funktionaler Distanz auf die Entscheidungen kleiner Unternehmen, mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenzuarbeiten, werden verschiedene logistische Regressionsmodelle analysiert. Die grundsätzliche Struktur dieser Modelle ist in Gleichung 1 abgebildet.

$$DF.ADOPTION_i = f(M.STRUCTURE_p; BANK.REL_i; OWNER_i; FIRM_i; ind) \quad (1)$$

Bei der abhängigen Variable $DF.ADOPTION_i$ handelt es sich um eine binäre Variable, die den Wert 1 annimmt, wenn das Unternehmen i in der Umfrage angegeben hat, bereits mit einem

³ Die Stichprobengröße liegt außerdem deutlich über dem Durchschnitt vergleichbarer Publikationen aus der KMU-Forschung (Pielsticker & Hiebl, 2020).

der genannten digitalen Finanzierungsanbieter zusammenzuarbeiten oder dies in der Vergangenheit getan zu haben. Der Vektor $MARKET.STRUCTURE_p$ beinhaltet mehrere abhängige Variablen zur Beschreibung der Struktur des konventionellen Bankenmarktes in einem Postleitzahlgebiet p . Hierzu zählen die flächenbezogene Filialdichte ($B.DENSITY.AREA_p$), die populationsbezogene Filialdichte ($B.DENSITY.POP_p$) sowie die durchschnittliche funktionale Distanz aller Filialen in dem jeweiligen Postleitzahlgebiet ($FUNC.DIST_p$). Unter dem Vektor $BANK.REL_i$ sind alle erklärenden Variablen zur Beschreibung der Art und Stärke der konventionellen Bankbeziehungen eines untersuchten Betriebs i zusammengefasst. Hierzu zählt eine Dummyvariable, die den Typ der Hauptbank des Unternehmens beschreibt ($MB.LOCAL_i$) und den Wert 1 annimmt, wenn es sich bei dieser um eine kleine, lokale Bank handelt. Ferner werden die Dauer der Beziehung zu dieser Bank gemessen ($REL.LENGTH_i$) sowie die Anzahl an Wechseln des Ansprechpartners oder Kundenbetreuers auf Seiten der Bank über die Dauer der Beziehung ($LO.TURNOVER_i$). Daneben beinhaltet der Vektor die Variable $CONCENTRATION_i$, welche ein Maß für die gesamte Anzahl der Bankbeziehungen, die Betrieb i unterhält, darstellt und die Dummyvariable $CLOSURE_i$, die anzeigt, ob der Betrieb in den vergangenen fünf Jahren von der Schließung einer Bankfiliale betroffen war.

Unter dem Vektor $OWNER_i$ sind verschiedene Kontrollvariablen zur Person des Inhabers oder Geschäftsführers zusammengefasst. Hierzu zählen dessen Alter ($O.AGE_i$), Geschlecht ($GENDER.F_i$), ein Maß für die generelle Einstellung gegenüber und das Vertrauen in digitale Finanzierungsanbieter ($DF.ATTITUDE_i$) sowie eine Dummyvariable, die anzeigt, ob der Inhaber bzw. Geschäftsführer bereits privat Erfahrung bezüglich der Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern gesammelt hat ($EXP.PRIVATE_i$). Zuletzt sind dem Vektor $FIRM_i$ weitere Kontrollvariablen zugeordnet, allerdings auf der Ebene des jeweiligen Unternehmens. Hierzu zählen die Unternehmensgröße, gemessen anhand der Mitarbeiterzahl ($EMP.SIZE_i$) und des Jahresumsatzes ($TO.SIZE_i$), sowie eine Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn das befragte Unternehmen in seinem Zugang zu Kreditmitteln besonders eingeschränkt ist ($FIN.CONSTRAINT_i$). Ebenso beinhaltet der Vektor zwei weitere Dummyvariablen zur Approximation des Umfangs an betrieblichen Sicherheiten ($COLLATERAL_i$) und persönlichen Bürgschaften ($GUARANTEES_i$), welche der Betrieb im Vergleich zu seinen Wettbewerbern hinterlegen muss, um Kreditmittel zu erhalten. Zusätzlich beinhalten alle Regressionsmodelle Dummyvariablen zur Unterscheidung des Gewerks, in dem der jeweilige Betrieb hauptsächlich tätig ist (ind). Eine genaue Definition aller in den nachfolgenden Analysen verwendeten

Variablen ist Tabelle 1 zu entnehmen. Für alle Regressionsmodelle wurden Varianzinflationsfaktoren (VIF) berechnet, um auszuschließen, dass die Ergebnisse der Analyse durch Multikollinearität verzerrt sind. Dabei wurden keine VIF Werte größer als 2 festgestellt. Es besteht dementsprechend kein Grund zur Annahme, dass die Ergebnisse durch Multikollinearität verzerrt sein könnten.

Da die abhängige Variable und ein Teil der unabhängigen Variablen aus dem gleichen Umfragedatensatz stammen, besteht die Möglichkeit, dass Methodenverzerrung die Ergebnisse verfälschen könnte (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). Allerdings zielt mit Ausnahme von $DF.ATTITUDE_i$ keine der Variablen auf die subjektive Meinung oder Einschätzung der Befragten ab, sondern es werden vielmehr objektive Eigenschaften und Tatsachen erfasst, die so gut wie keinen Interpretationsspielraum zulassen.⁴ In diesem Fall ist die Wahrscheinlichkeit einer Methodenverzerrung bereits deutlich reduziert (MacKenzie & Podsakoff, 2012). Um Methodenverzerrung gänzlich auszuschließen, wurde dennoch zusätzlich Harman's Single-Factor-Test (Harman, 1976) durchgeführt. Der Test zeigt, dass es keinen Einheitsfaktor gibt, der für die Mehrheit der Kovarianz verantwortlich ist (Schriesheim, 1979). Im Gegenteil, der erste nicht rotierte Faktor ist lediglich für 13 Prozent der gesamten Varianz verantwortlich.

Tabelle 1: Definitionen der verwendeten Variablen

Variable	Definition
DF.ADOPTION	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb aktuell oder in der Vergangenheit mit digitalen Finanzierungsanbietern kooperiert hat und 0 sonst.
DF.BANK	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb aktuell oder in der Vergangenheit mit einer reinen Online Bank kooperiert hat und 0 sonst.
DF.ALT	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb aktuell oder in der Vergangenheit alternative Finanzierungsoptionen (Crowdfunding oder P2P-Kredite) genutzt hat und 0 sonst.
DF.PF	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb derzeit oder in der Vergangenheit auf einer Kreditvermittlungs- oder vergleichsplattform aktiv war und 0 sonst.
MMB.USED	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb mit einer überregionalen Großbank zusammenarbeitet und 0 sonst.
B.DENSITY.AREA	Filialdichte pro Quadratkilometer des Postleitzahlgebiets.
B.DENSITY.POP	Filialdichte pro 1.000 Einwohner des Postleitzahlgebiets.

⁴ Beispielsweise erfasst die abhängige Variable $DF.ADOPTION_i$ die objektive Tatsache, ob ein Betrieb bereits mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammengearbeitet hat oder nicht. Es besteht kein Grund zur Annahme, dass beispielsweise soziale Erwünschtheit die Ehrlichkeit der Antworten eines Betriebs zu seinen Bankbeziehungen beeinflussen könnte.

FUNC.DIST	Maß für funktionale Entfernung nach Alessandrini et al. (2009). $FUNC.DIST_p = \frac{\sum_{b=1}^{B_p} (Branches_b * \ln(1 + Dist_{pz_b}))}{\sum_{b=1}^{B_p} Branches_b}$
CLOSURE	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb in den vergangenen 5 Jahren von der Schließung einer lokalen Bankfiliale betroffen war und 0 sonst.
REL.LENGTH	Dauer der am längsten bestehenden Beziehung zu einer Bank. Gemessen auf einer ordinalen Skala: „bis zu 2 Jahre“, „3 bis 5 Jahre“, „6 bis 10 Jahre“ und „mehr als 10 Jahre“.
REL.LONG	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn die am längsten bestehende Bankbeziehung eines Betriebs über dem Stichprobenmittelwert liegt und 0 sonst.
LO.TURNOVER	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Betrieb mehr als einen Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers der Bank pro 10 Jahre Beziehungsdauer erlebt hat und 0 sonst.
CONCENTRATION	Natürlicher Logarithmus der Anzahl gleichzeitiger Bankbeziehungen, die von einem Betrieb unterhalten werden. In Anlehnung an Hernández-Cánovas & Martínez-Solano (2010).
MB.LOCAL	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn die Hauptbank des Unternehmens eine kleine, lokale Bank (Sparkasse oder Genossenschaftsbank) ist und 0 sonst.
COLLATERAL	Auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme voll zu) wird die Meinung des Inhabers/Geschäftsführers zu folgendem Statement abgefragt: „Banken gewähren Kredite nur unter Bereitstellung betrieblicher Sicherheiten“. Binär kodierte Variable in Anlehnung an Hernández-Cánovas & Martínez-Solano (2010). Nimmt den Wert 1 an, wenn die Antwort über dem Stichprobenmedian liegt und 0 sonst.
GUARANTEES	Auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme voll zu) wird die Meinung des Inhabers/Geschäftsführers zu folgendem Statement abgefragt: „Banken gewähren Kredite nur unter Bereitstellung persönlicher Bürgschaften“. Binär kodierte Variable in Anlehnung an Hernández-Cánovas & Martínez-Solano (2010). Nimmt den Wert 1 an, wenn die Antwort über dem Stichprobenmedian liegt und 0 sonst.
TRUST	Auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme voll zu) wird die Meinung des Inhabers/Geschäftsführers zu folgendem Statement abgefragt: „Das Vertrauen der Bank in das Management des Unternehmens spielt für Kreditvergabeentscheidungen eine große Rolle“. Binär kodierte Variable in Anlehnung an Hernández-Cánovas & Martínez-Solano (2010). Nimmt den Wert 1 an, wenn die Antwort über dem Stichprobenmedian liegt und 0 sonst.
EXP.PRIVATE	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Inhaber oder Geschäftsführer des Betriebs bereits private Erfahrung in der Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern gesammelt hat und 0 sonst.

DF.ATTITUDE	Mittelwert der Einschätzung des Inhabers/Geschäftsführers zu folgenden Statements, jeweils gemessen auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme voll zu): 1. „Digitale Finanzdienstleister haben adäquate Schutzmechanismen implementiert, um die Sicherheit meiner vertraulichen Daten und Informationen zu gewährleisten.“ 2. „Digitale Finanzdienstleister agieren im Umgang mit ihren Kunden ehrlich und vertrauensvoll.“ 3. „Digitale Finanzdienstleister werden von den Behörden mindestens genauso streng kontrolliert wie traditionelle Kreditinstitute.“ Messmethodik adaptiert von Duane et al., (2014).
DF.SCEPTIC	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der $DF.ATTITUDE_i$ Score des Befragten unterhalb des Stichprobenmedians liegt und 0 sonst.
O.AGE	Alter des Inhabers oder Geschäftsführers in Jahren.
GENDER.F	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Inhaber oder Geschäftsführer weiblich ist und 0 sonst.
FIN.CONSTRAINT	Dummyvariable, die den Wert 1 annimmt, wenn der Teilnehmer die Frage „Hätten Sie zu den verfügbaren Konditionen (Zinsen, Sicherheiten, etc.) mehr Kreditmittel aufnehmen sollen, als Sie es getan haben?“ mit ja beantwortet sowie mindestens eine der folgenden Fragen ebenfalls mit ja beantwortet: 1. “Hatten Sie in den vergangenen 5 Geschäftsjahren einen höheren Kapitalbedarf, als Ihnen Kreditmittel durch Banken gewährt wurden?” 2. “Wären Sie in den vergangenen 5 Geschäftsjahren bereit gewesen, höhere Zinsen für zusätzliche Kreditmittel zu bezahlen?” Messmethodik in Anlehnung an Bartoli et al., (2013).
EMP.SIZE	Einteilung der Betriebe nach Mitarbeiterzahl auf einer ordinalen Skala gemäß den Vorgaben des Bundesamtes für Statistik.
TO.SIZE	Einteilung der Betriebe nach Jahresumsatz auf einer ordinalen Skala gemäß den Vorgaben des Bundesamtes für Statistik.

5 Demographie der Stichprobe

5.1 Vergleich mit der Grundgesamtheit des Handwerks

Abbildung 1 zeigt die Verteilung der untersuchten Betriebe über die verschiedenen Mitarbeitergrößenklassen hinweg. Im Vergleich zur Grundgesamtheit aller Handwerksbetriebe in Deutschland sind Kleinstbetriebe mit weniger als 5 Mitarbeitern in der Stichprobe unterrepräsentiert. Es handelt sich dabei um ein in der empirischen Forschung zu kleinen und mittleren Unternehmen weit verbreitetes Phänomen, das auf eine unabhängig von der jeweiligen Thematik grundsätzlich geringere Bereitschaft von Kleinstunternehmen zur Teilnahme an wissenschaftlichen Befragungen zurückzuführen ist (Seshadri & Broekemier,

2022). Da sich die vorliegende Untersuchungen jedoch auf Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern beschränkt ist die hierdurch verursachte Verzerrung der Ergebnisse deutlich geringer als in Studien, die neben Kleinunternehmen auch mittelgroße Betriebe mit bis zu 250 Mitarbeitern umfassen.

Wie aus Abbildung 2 ersichtlich wird, sind Betriebe aus allen Gewerbegruppen des Handwerks Teil der untersuchten Stichprobe. Ihre empirische Verteilung über die Gewerbegruppen stimmt dabei im Wesentlichen mit der Grundgesamtheit aller Handwerksbetriebe in Deutschland überein. Lediglich Betriebe der Handwerke für den privaten Bedarf sind in der Stichprobe unterrepräsentiert. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass unter den Handwerken für den privaten Bedarf besonders viele Kleinstbetriebe sind. In Abbildung 3 ist die Verteilung der Stichprobe über die verschiedenen Altersklassen der Inhaber dargestellt. Auch diese stimmt grundsätzlich mit der Population aller deutschen Handwerksbetriebe überein. Lediglich Inhaber, die älter als 65 Jahre sind, sind in der vorliegenden Stichprobe leicht unterrepräsentiert. Abbildung 4 zeigt die Verteilung der untersuchten Betriebe nach Geschlecht des jeweiligen Inhabers. Sie ist identisch zur entsprechenden Verteilung in der Grundgesamtheit des deutschen Handwerks.

Abbildung 1: Repräsentativität der Stichprobe nach Unternehmensgröße

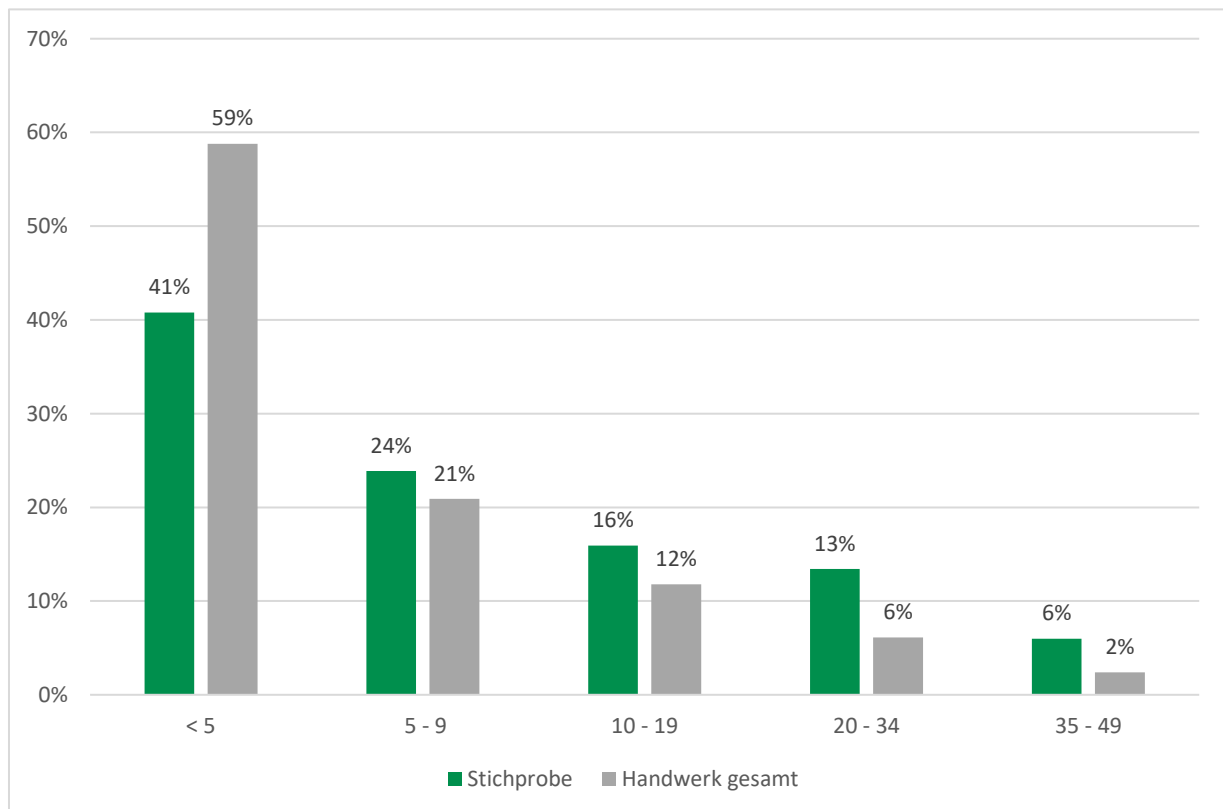


Abbildung 2: Repräsentativität der Stichprobe nach Gewerbegruppen

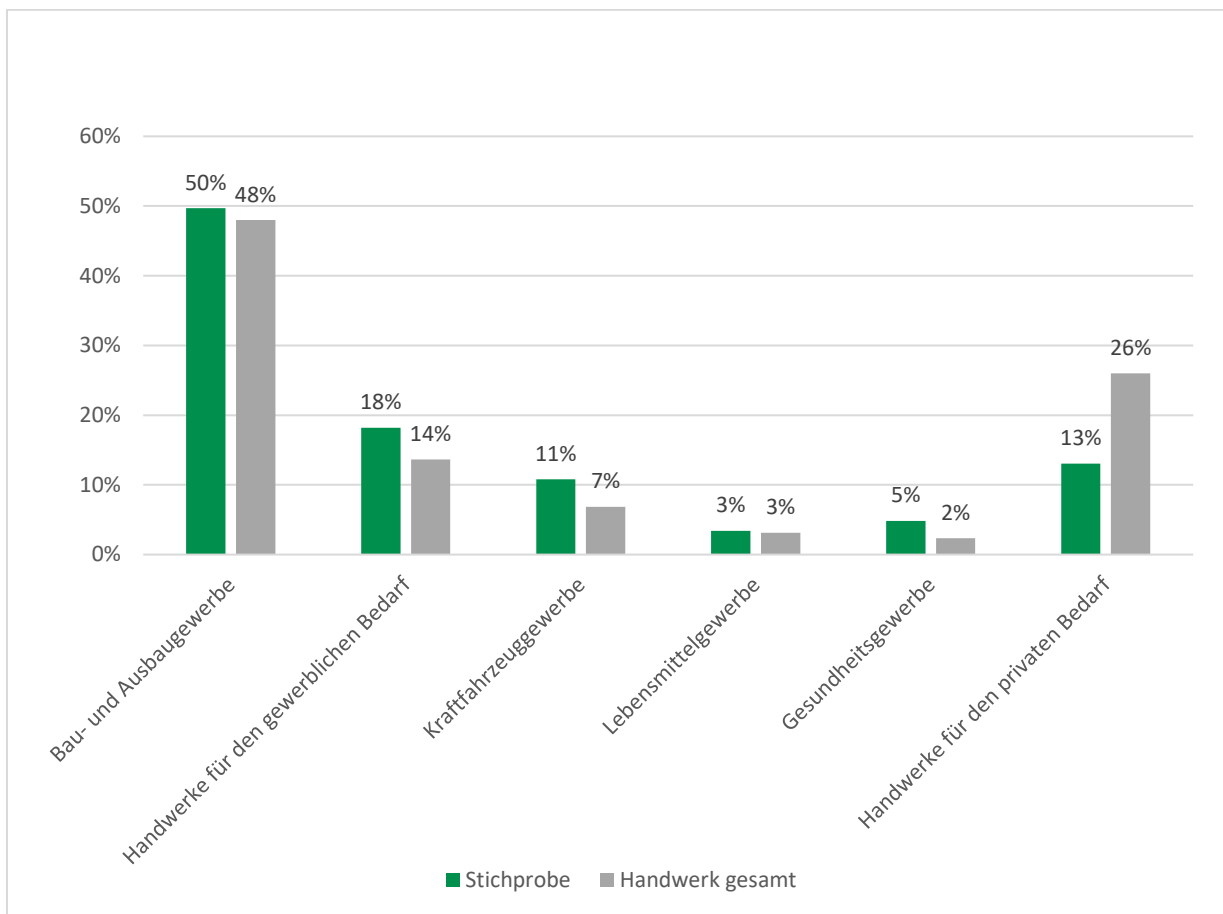


Abbildung 3: Repräsentativität der Stichprobe nach Alter des Inhabers

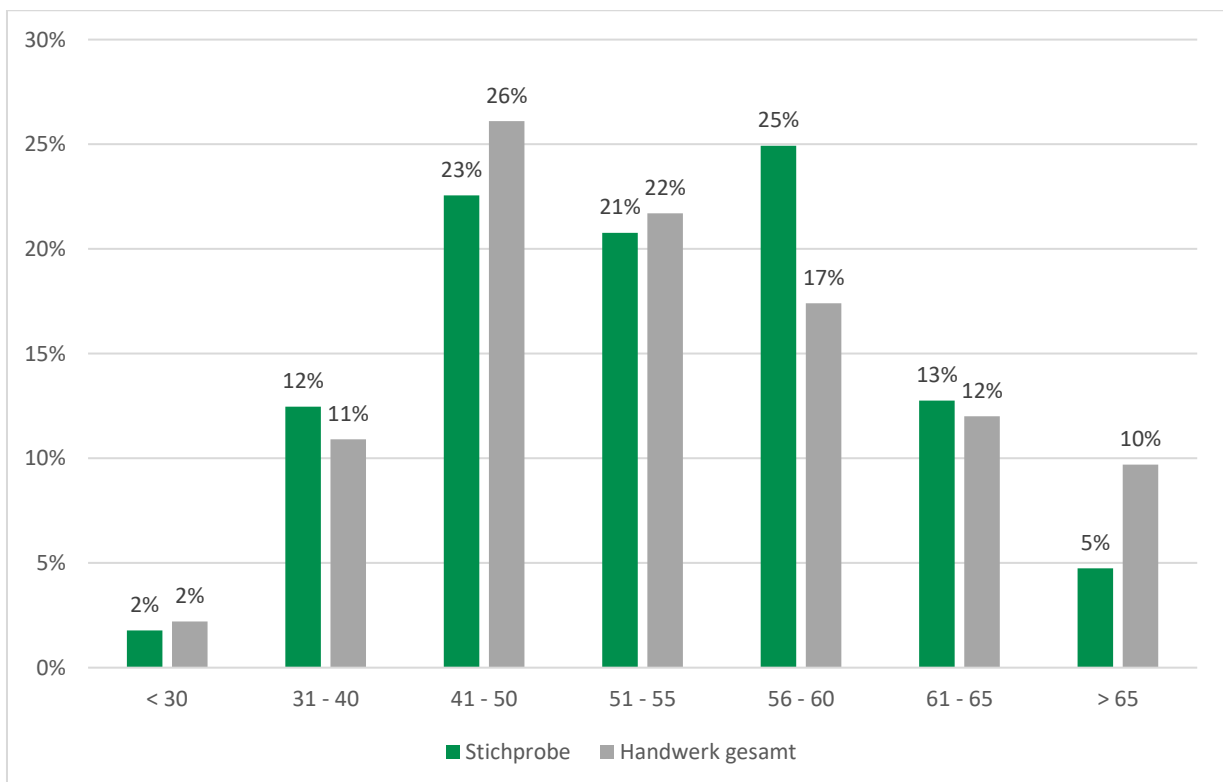
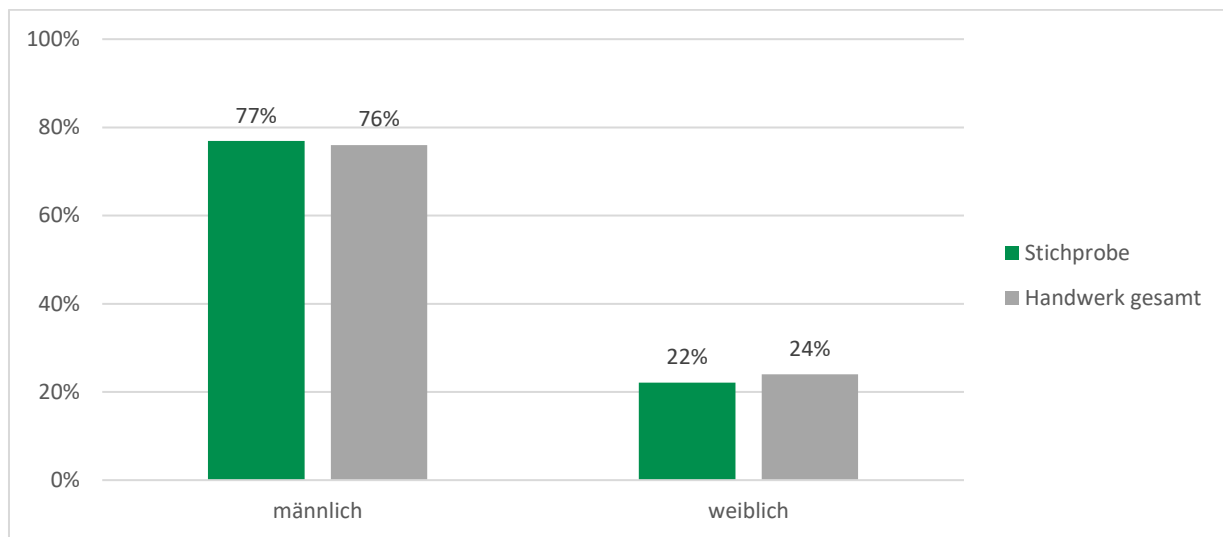


Abbildung 4: Repräsentativität der Stichprobe nach Geschlecht des Inhabers



5.2 Konventionelle Bankbeziehungen der befragten Unternehmen

Wie Abbildung 5 zu entnehmen ist fokussiert die Mehrheit der untersuchten Betriebe ihre konventionellen Bankbeziehungen auf ein oder zwei Kreditinstitute. Lediglich 22 Prozent der befragten Unternehmen stützen ihre Bankenfinanzierung auf mindestens 3 verschiedene Anbieter. Am weitesten verbreitet sind dabei Sparkassen (64 Prozent der Betriebe kooperieren mit einer Sparkasse) und Genossenschaftsbanken (61 Prozent kooperieren mit einer Genossenschaftsbank). Inländische sowie ausländische Großbanken sind für die konventionelle Bankenfinanzierung von kleinen Unternehmen hierzulande von deutlich nachrangiger Bedeutung (siehe Abbildung 6).

Abbildung 5: Anzahl der unterhaltenen Bankbeziehungen

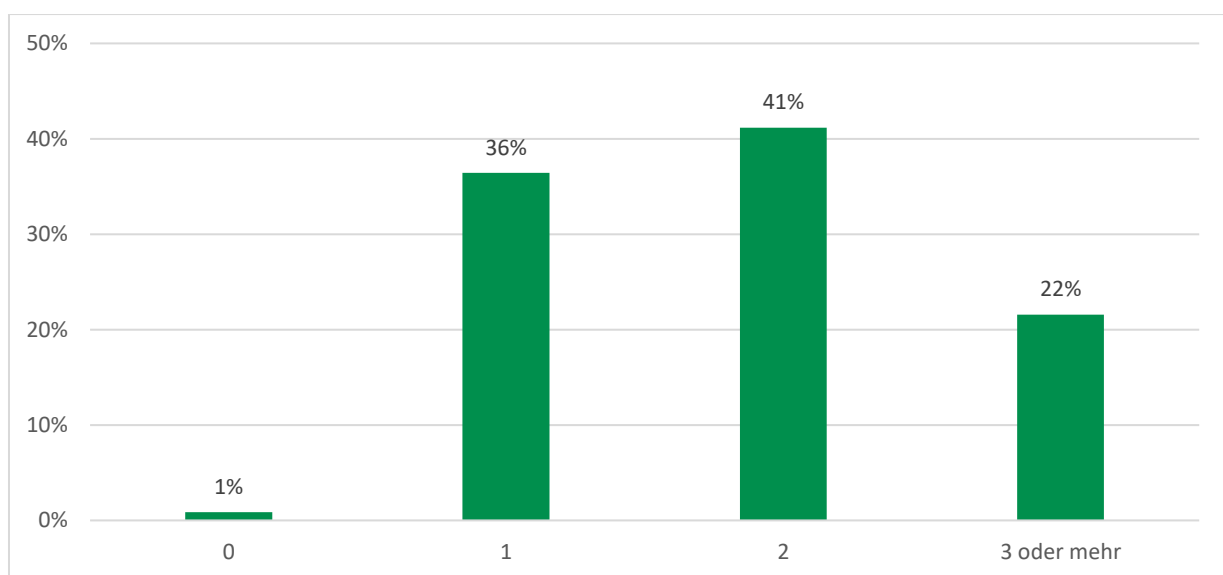


Abbildung 6: Bankbeziehungen nach Bankentyp

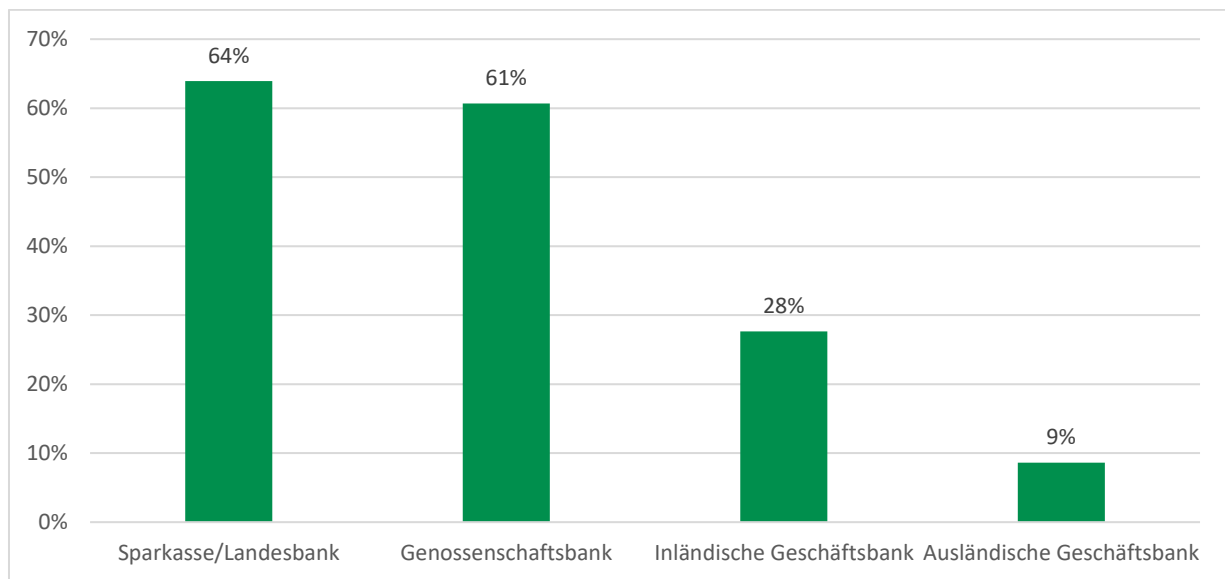


Abbildung 7: Hausbankbeziehungen der Unternehmen

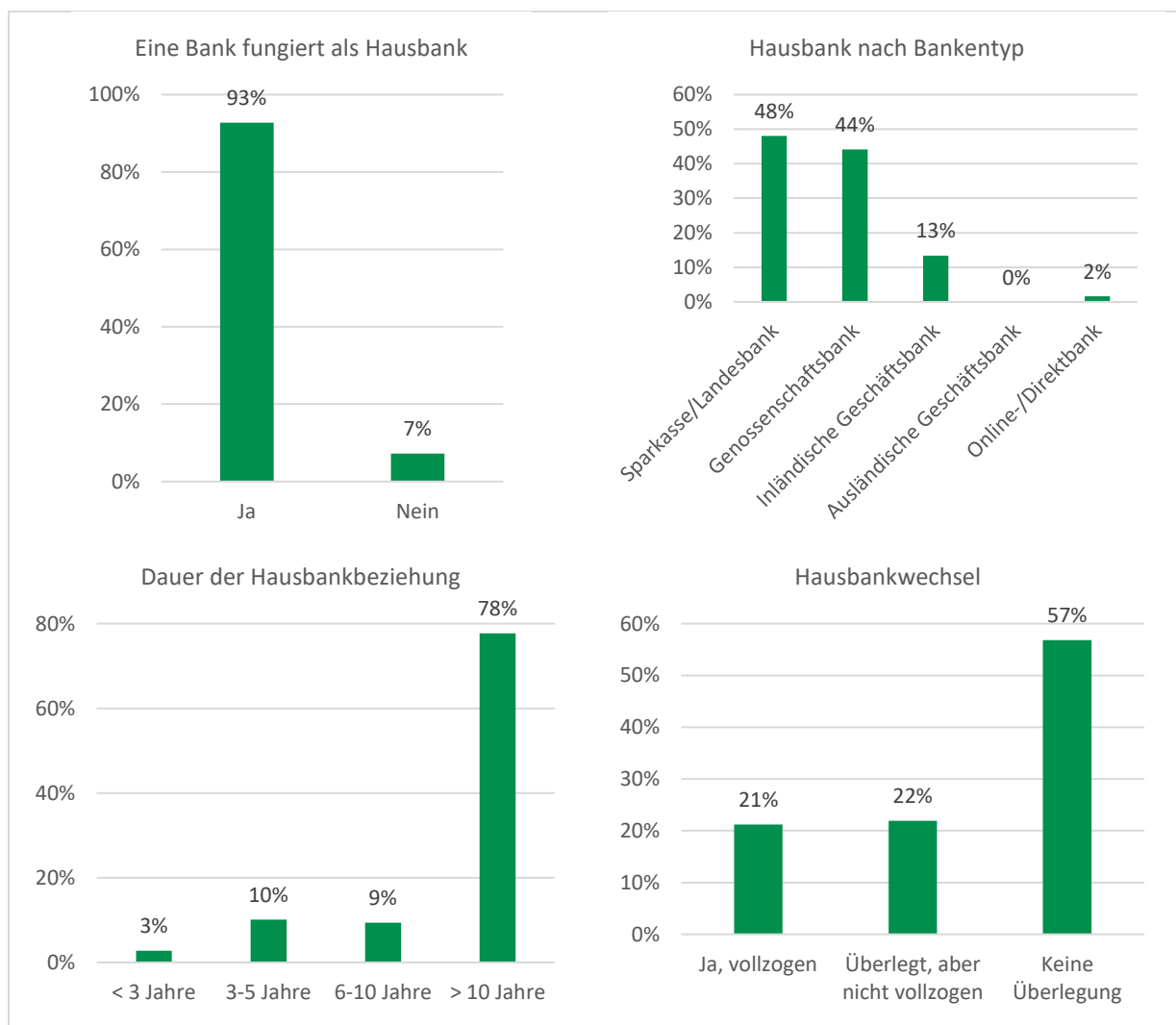


Abbildung 7 fasst die Hausbankbeziehungen der untersuchten Betriebe zusammen. Nahezu alle untersuchten Betriebe (93 Prozent) bezeichnen eine ihrer Banken als klassische Hausbank. Zu dieser führt die Mehrheit (78 Prozent) langanhaltende Geschäftsbeziehungen seit über 10 Jahren. Als typische Hausbanken fungieren in der Regel Sparkassen und Genossenschaftsbanken. Nur 13 Prozent der untersuchten Betriebe bezeichnen eine inländische Großbank als ihre Hausbank. Ausländische Großbanken und Onlinebanken spielen als Hausbanken derzeit keine Rolle. Für mehr als die Hälfte (57 Prozent) der Betriebe ist die Beziehung zu ihrer Hausbank derart gefestigt, dass ein Wechsel bislang nicht in Betracht gezogen wurde. Einen solchen Wechsel tatsächlich vollzogen haben lediglich 21 Prozent der befragten Unternehmen.

Wie Abbildung 8 zu entnehmen ist, sind regelmäßige Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers auf Seiten der Bank keine Seltenheit. Nahezu die Hälfte der befragten Betriebe war bereits mindestens dreimal von einem solchen Wechsel betroffen, während lediglich 17 Prozent der Unternehmen seit Beginn ihrer Geschäftsbeziehung zu der jeweiligen Bank von derselben Person betreut werden. Aus Abbildung 9 geht ferner hervor, dass circa ein Drittel der befragten Betriebe in den vergangenen fünf Jahren von der Schließung einer lokalen Bankfiliale unmittelbar betroffen waren. Die strukturellen Veränderungen des konventionellen Bankensektors haben demnach signifikante Auswirkungen auf eine Vielzahl der realen Bankbeziehungen kleiner Unternehmen.

Abbildung 8: Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers

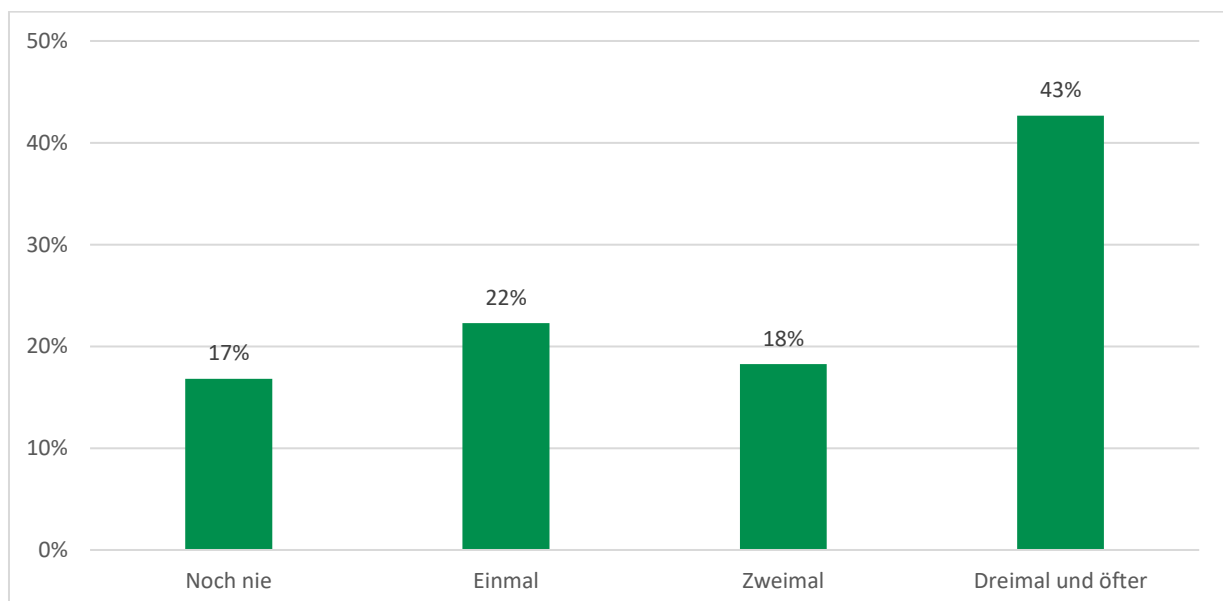
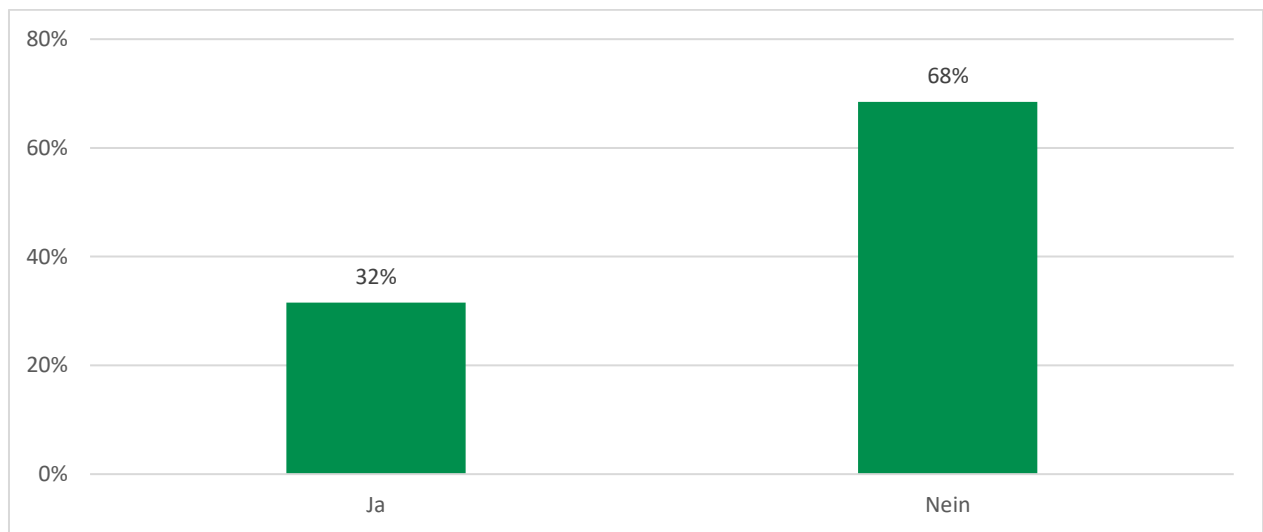


Abbildung 9: Betroffenheit von Filialschließung



5.3 Bankenlandschaft in Deutschland

In den folgenden Abbildungen werden die zusammengetragenen Geolokationsdaten aller Bankfilialen in Deutschland aufbereitet und nach den in Tabelle 1 erläuterten Variablen dargestellt. Abbildung 10 zeigt dabei die flächenbezogene Filialdichte pro Quadratkilometer in dem jeweiligen Postleitzahlengebiet. Je dunkler das Gebiet eingefärbt ist, desto höher die vorherrschende Filialdichte. Postleitzahlgebiete ohne eine einzige Bankfiliale sind dabei gänzlich weiß gefärbt. Die höchste Filialdichte wird im Stadtgebiet von Frankfurt am Main mit 76,5 Filialen pro Quadratkilometer erreicht. Im Mittel stehen den Betrieben jedoch lediglich 2,16 Filialen pro Quadratkilometer zur Verfügung. Die deutliche Ungleichverteilung der Filialen auf dem Bundesgebiet führt dazu, dass 86 Prozent der Betriebe in der vorliegenden Stichprobe lediglich eine oder sogar gar keine Bankfiliale in ihrer unmittelbaren Umgebung haben. Abbildung 11 stellt die Filialdichte je 1.000 Einwohner dar. Auch hier bedeutet eine dunklere Färbung eine entsprechend höhere einwohnerbezogene Filialdichte. Im Verhältnis zur Einwohnerzahl zeigt sich eine deutlich geringere Ungleichverteilung der Bankfilialen auf dem Bundesgebiet. Zuletzt ist Abbildung 12 die durchschnittliche funktionale Entfernung je Postleitzahlgebiet zu entnehmen. Je dunkler ein Gebiet auf der Karte eingefärbt ist, desto größer ist dort die durchschnittliche Entfernung zwischen dem zuständigen Kundenbetreuer und der bezüglich einer Kreditvergabe letztendlich entscheidungsbefugten Person (beispielsweise in einer weiter entfernten Zentrale oder Hauptstelle).

Abbildung 10: Flächenbezogene Filialdichte



Abbildung 11: Einwohnerbezogene Filialdichte



Abbildung 12: Durchschnittliche funktionale Distanz

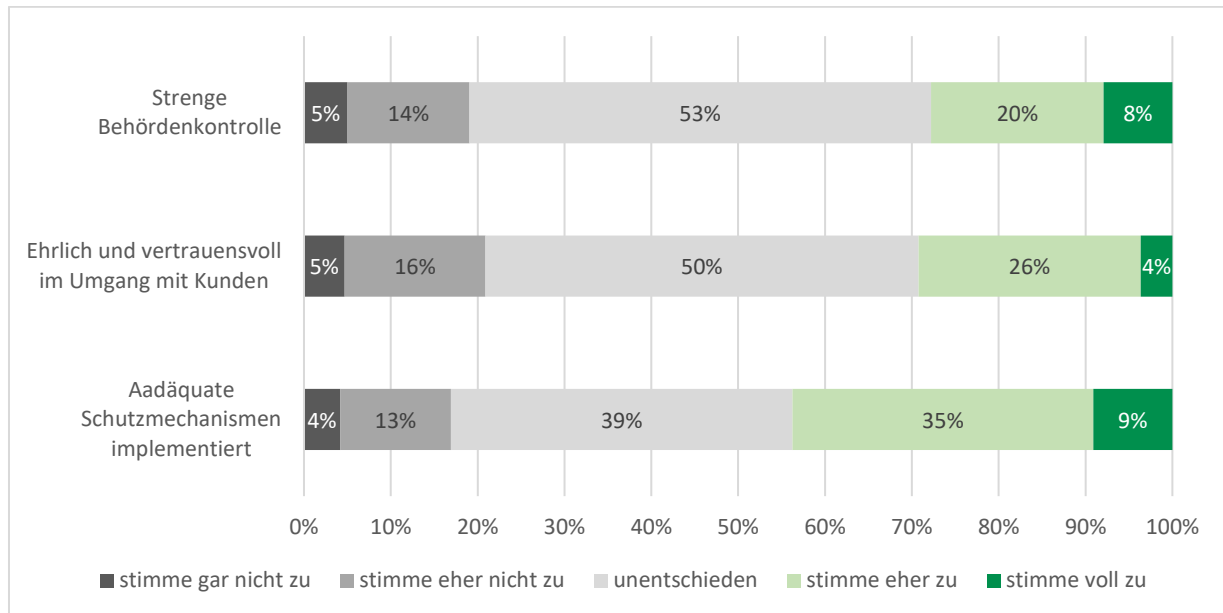


5.4 Einstellung gegenüber digitalen Finanzdienstleistern

Aus Abbildung 13 geht hervor, dass die befragten Betriebsinhaber digitalen Finanzdienstleistern mit teilweise gemischten Gefühlen gegenüberstehen. Die Anzahl der Befragten, die Vertrauenswürdigkeit, Sicherheit und Kontrollregime überwiegend negativ bewerten, hält sich dabei die Waage mit denjenigen Befragten, die digitalen

Finanzierungsanbietern grundsätzlich positiv gegenüberstehen. Der Großteil der Befragten macht in der Bewertung von Vertrauenswürdigkeit, Sicherheit und Kontrollregime jedoch keinen Unterschied zwischen digitalen und konventionellen Kreditgebern.

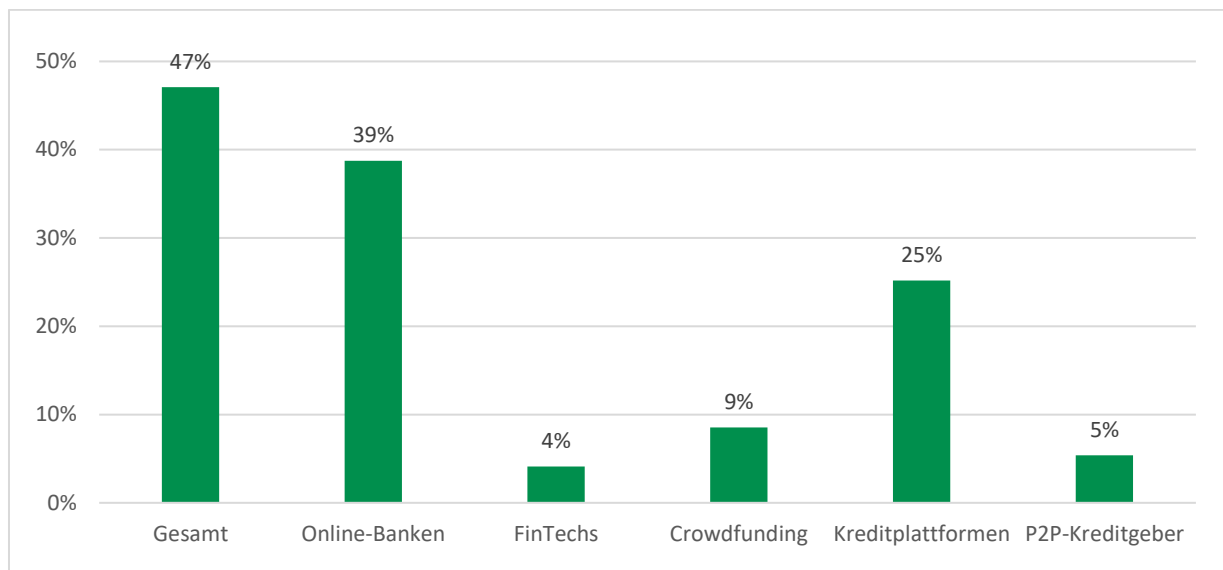
Abbildung 13: Einstellung der Unternehmen gegenüber digitalen Finanzdienstleistern



5.5 Kooperationsraten mit digitalen Finanzdienstleistern

Aus Abbildung 14 geht hervor, dass insgesamt 47 Prozent der untersuchten Betriebe in der Vergangenheit bereits mit einem der abgefragten digitalen Finanzierungsdienstleister zusammengearbeitet haben oder dies aktuell tun. Am weitesten verbreitet ist dabei die Kooperation mit Onlinebanken (39 Prozent), gefolgt von Kreditvermittlungs- und -vergleichsplattformen (25 Prozent). Die Kooperationsraten der übrigen untersuchten digitalen Finanzierungsmöglichkeiten und -anbieter liegen hingegen allesamt im einstelligen Bereich und damit deutlich darunter. Während immerhin bereits 9 Prozent Erfahrung mit Crowdfunding gesammelt haben, spielen P2P-Kreditgeber (5 Prozent) und Fintechs (4 Prozent) in der derzeitigen Finanzierungspraxis kleiner Handwerksunternehmen keine nennenswerte Rolle.

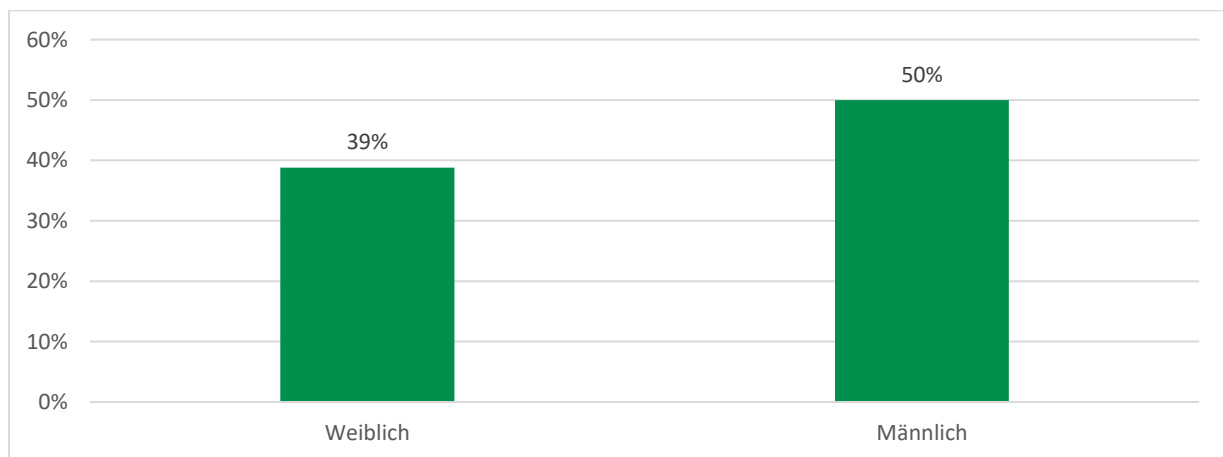
Abbildung 14: Kooperationsraten mit digitalen Finanzdienstleistern



5.5.1 Auswertung nach Inhabercharakteristika

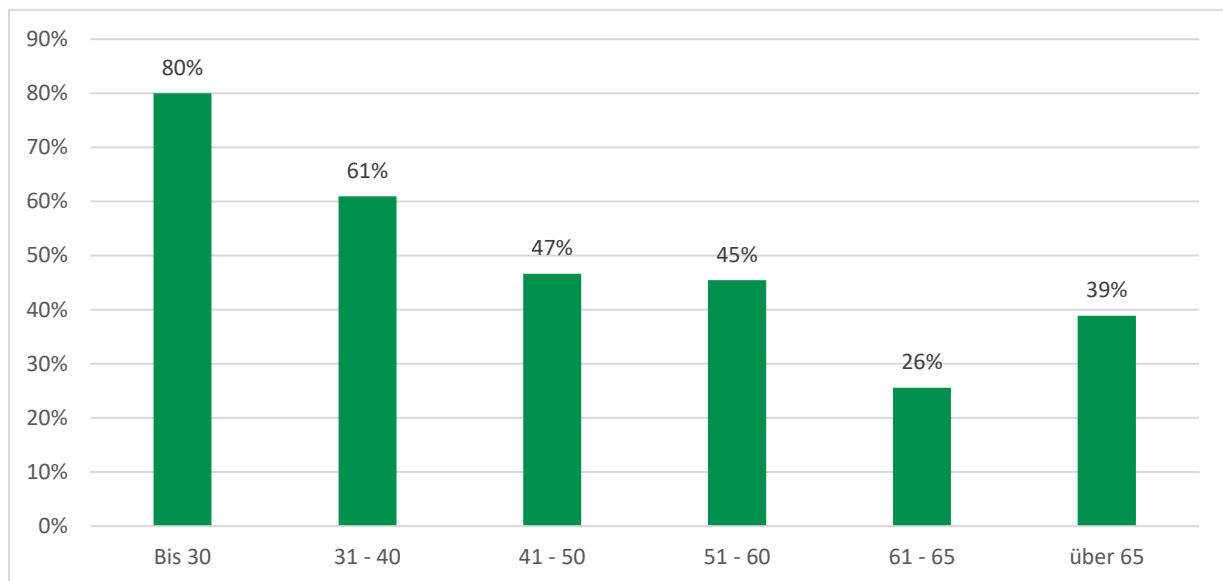
Betrachtet man die Kooperationsraten in Abhängigkeit des Geschlechts des jeweiligen Betriebsinhabers (Abbildung 15), zeigt sich eine leicht überproportionale Nutzung durch Männer. Während bereits 50 Prozent der männlichen Betriebsinhaber Erfahrung mit der Nutzung digitaler Finanzierungsanbieter gesammelt haben, liegt die entsprechende Quote unter weiblichen Inhaberinnen lediglich bei 39 Prozent.

Abbildung 15: Kooperationsraten nach Geschlecht des Inhabers



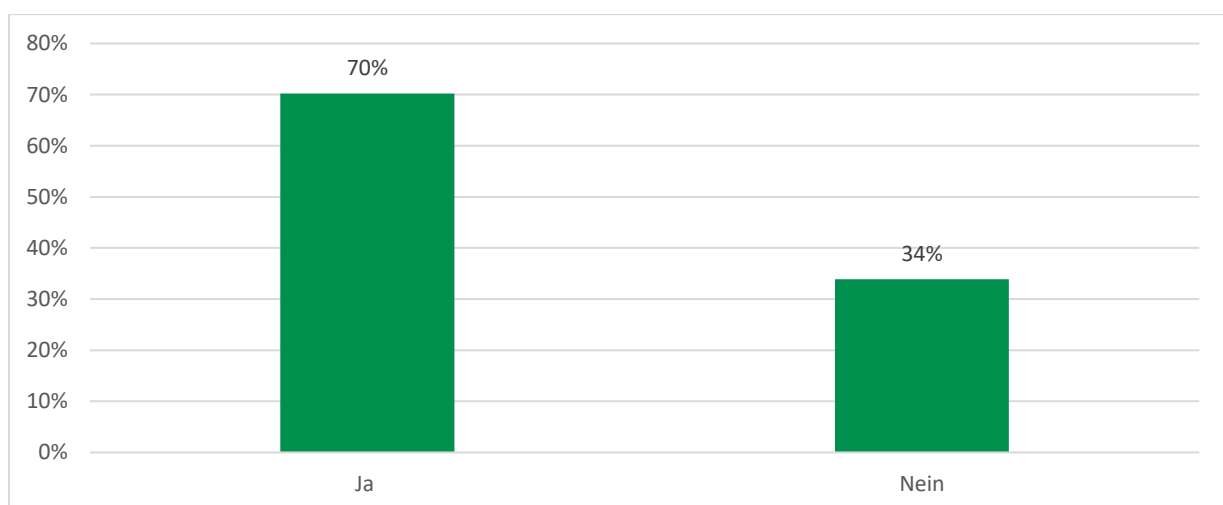
Bezogen auf das Alter der Betriebsinhaber zeigt sich erwartungsgemäß eine Abnahme der Kooperationsraten mit zunehmendem Alter (Abbildung 16). Während bereits 80 Prozent der unter 30-jährigen Inhaber auf digitale Finanzierungsmöglichkeiten zurückgegriffen haben, liegen die Werte für über 50-jährige teils deutlich unter 50 Prozent.

Abbildung 16: Kooperationsraten nach Alter des Inhabers



Ebenfalls wenig verwunderlich ist die aus Abbildung 17 hervorgehende Tatsache, dass Betriebsinhaber, die digitale Finanzierungsanbieter auch privat nutzen, diese mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit auch zur Finanzierung ihres Betriebs in Betracht ziehen.

Abbildung 17: Kooperationsraten nach privater Nutzung

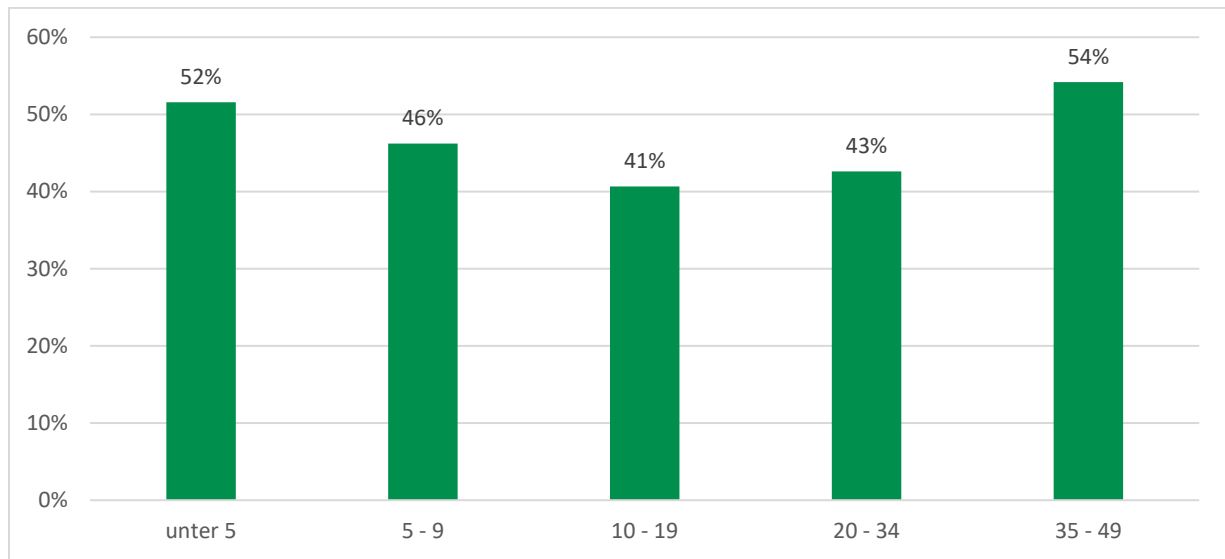


5.5.2 Auswertung nach Unternehmenscharakteristika

Bei der Betrachtung der Kooperationsraten aufgeschlüsselt nach Unternehmensgrößenklassen (siehe Abbildung 18) zeigt sich, dass sowohl die kleinsten als auch die größten Betriebe der Stichprobe besonders häufig mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten.⁵ Betriebe zwischen 5 und 34 Mitarbeitern weisen dagegen leicht geringere Kooperationsraten auf.

⁵ Eine Interpretation dieser Beobachtung ist in Kapitel 7 zu finden.

Abbildung 18: Kooperationsraten nach Unternehmensgröße



Aus Abbildung 19 geht hervor, dass Betriebe aus den Handwerken für den privaten Bedarf mit einer Quote von 63 Prozent überproportional oft auf digitale Finanzierungsalternativen zurückgreifen. Die geringste Kooperationsquote weisen mit 33 Prozent die Betriebe aus dem Lebensmittelgewerbe auf. Für alle übrigen Gewerbegruppen bewegen sich die beobachteten Kooperationsraten auf ähnlichem Niveau (circa 45 Prozent).

Abbildung 19: Kooperationsraten nach Gewerbegruppe

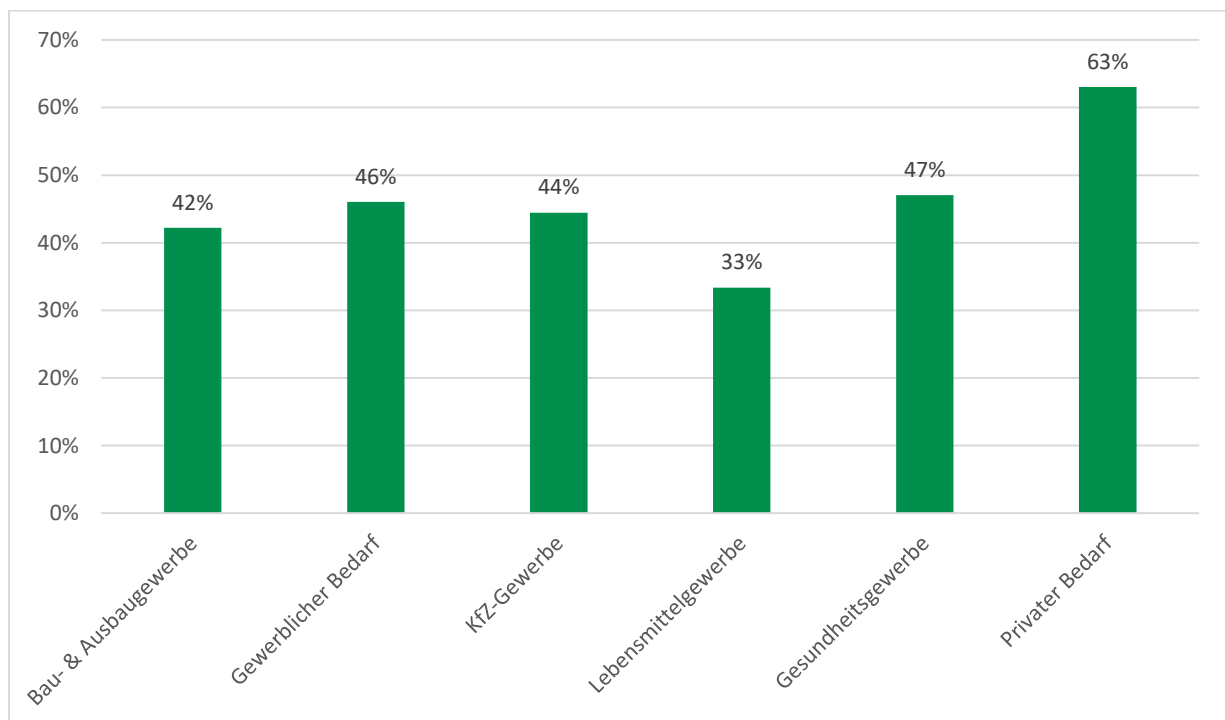
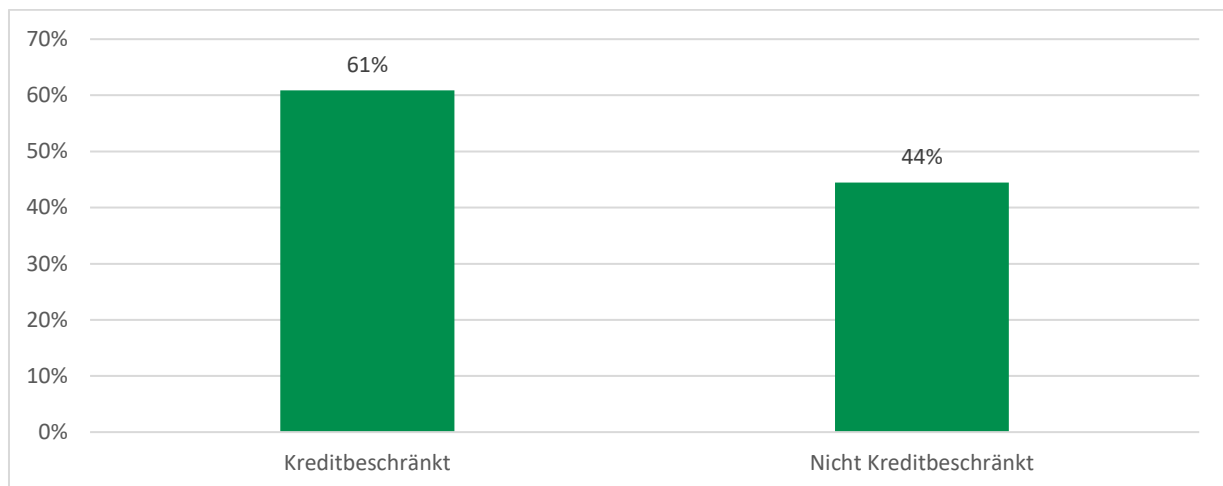


Abbildung 20: Kooperationsraten nach Finanzierungssituation



Zuletzt bestätigt Abbildung 20 die in Kapitel 3 aus der wissenschaftlichen Theorie abgeleitete Vermutung, dass Betriebe, die grundsätzlich größere Schwierigkeiten bei der Akquise von Fremdkapital haben, eher mit digitalen Finanzierungsanbietern kooperieren. Während für kreditbeschränkte Unternehmen eine Kooperationsquote von 61 Prozent zu beobachten ist, liegt diese für nicht kreditbeschränkte Unternehmen lediglich bei 44 Prozent.

6 Ergebnisse der Hypothesentests

Tabelle 2 enthält die Ergebnisse der Regressionsanalysen zum Test der in Abschnitt 3 aufgestellten Hypothesen. Um die Robustheit der Ergebnisse sicherzustellen wurden verschiedene Modellspezifikationen berechnet. Um die Interpretation der Effektgrößen zu erleichtern, werden alle Ergebnisse in der Form von Chancenverhältnissen (Odds Ratios) dargestellt. Dabei handelt es sich um die Exponenten der errechneten Logit-Koeffizienten. Ein Chancenverhältnis von mehr bzw. weniger als 1 für eine erklärende Variable zeigt an, dass ein Anstieg in dieser Variable zu einer Erhöhung bzw. Verringerung der Wahrscheinlichkeit führt, dass die abhängige Variable den Wert 1 annimmt. Im vorliegenden Fall bedeutet ein Chancenverhältnis von mehr als 1 folglich, dass ein Anstieg in der jeweiligen unabhängigen Variable zu einer Erhöhung der Wahrscheinlichkeit führt, dass ein Betrieb mit digitalen Finanzdienstleistern kooperiert.

Die Analyse zeigt, dass Betriebe, die von der Schließung einer lokalen Filialen betroffen waren, signifikant häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten. Der Koeffizient der Variable *CLOSURE* ist über alle Modellspezifikationen hinweg positiv und signifikant. Die entsprechenden Chancenverhältnisse rangieren dabei zwischen 1,88 und 2,03. Demnach verdoppelt sich infolge einer Filialschließung die Wahrscheinlichkeit, dass ein Betrieb mit einem digitalen Finanzierungsanbieter kooperiert. Angebotsseitige

Unterbrechungen lokaler Bankbeziehungen wirken sich folglich, wie von Hypothese 1b vorhergesagt, positiv auf die Kooperationsraten mit digitalen Finanzierungsanbietern aus.

Die Ergebnisse der Regressionsanalysen bestätigen außerdem Hypothese 1a. Sie zeigen, dass starke, langanhaltende und persönliche Beziehungen zu lokalen Kreditinstituten mit geringeren Kooperationsraten bezüglich digitaler Finanzierungsanbieter einhergehen. Demensprechend führt ein häufigerer Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers zu einer höheren Kooperationsbereitschaft. Der entsprechende Koeffizient der Variable *LO.TURNOVER* ist jedoch lediglich in den Spezifikationen (1), (3) und (4) von ökonometrischer Signifikanz. Die signifikanten Chancenverhältnisse bewegen sich dabei im Bereich von 1,8. Hingegen sinkt die Bereitschaft zur Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern bei den untersuchten Betrieben mit zunehmender Dauer ihrer Geschäftsbeziehungen zu konventionellen Banken. Bei der Interpretation der dargestellten Chancenverhältnisse ist zu beachten, dass die Variable *REL. LENGTH* auf einer ordinalen Skala gemessen wird. Ein Chancenverhältnis von 0,75 bedeutet daher, dass eine Einstufung der Dauer einer konventionellen Bankbeziehung in die nächsthöhere Kategorie mit einer Reduzierung der relativen Kooperationsbereitschaft um 25 Prozent einhergeht. Ferner zeigen die Ergebnisse, dass Betriebe mit weniger exklusiven Beziehungen zu konventionellen Banken, also solche, die grundsätzlich mit mehreren Banken zusammenarbeiten, eher bereit sind, mit digitalen Finanzierungsanbietern zu kooperieren. Insgesamt bestätigen die Ergebnisse der Tests von Hypothese 1a und 1b, dass relationale Entfernung die Kreditgeberentscheidungen kleiner Betriebe beeinflusst.

Bezüglich des Einflusses der lokalen Branchendichte auf die Kooperationsraten mit digitalen Finanzierungsanbietern zeigen die Ergebnisse sowohl für die flächenbezogene (*B.DENSITY.AREA*) als auch für die einwohnerbezogene (*B.DENSITY.POP*) Filialdichte einen negativen Zusammenhang. Ausgedrückt in Chancenverhältnissen führt eine zusätzliche Filiale pro Quadratkilometer Fläche oder pro 1.000 Einwohner eines Postleitzahlgebietes zu einem Rückgang der relativen Kooperationswahrscheinlichkeit um 11 Prozent beziehungsweise 37 Prozent. Demzufolge arbeiten kleine Unternehmen häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammen, wenn sie in Regionen gelegen sind, die über ein geringes Angebot an lokalen Filialen verfügen. Entsprechend bestätigen die Ergebnisse Hypothese 2, da deutlich wird, dass auch geographische Distanz die Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen beeinflusst. Darüber hinaus können die Ergebnisse auch einen signifikanten Zusammenhang zwischen funktionaler Entfernung und der Bereitschaft, mit digitalen

Finanzierungsanbietern zu kooperieren, nachweisen. Betriebe in Gebieten mit größerer durchschnittlicher funktionaler Distanz greifen demnach häufiger auf digitale Finanzierungsalternativen zurück.⁶ Entsprechend stehen die Ergebnisse im Einklang mit Hypothese 3 und zeigen, dass auch funktionale Entfernung die Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen beeinflusst.

Betrachtet man die inhaberspezifischen Kontrollvariablen, zeigen die Ergebnisse in Tabelle 2 erwartungsgemäß, dass Inhaber, die bereits private Erfahrung mit der Nutzung digitaler Finanzierungsanbieter gesammelt haben, diese auch signifikant häufiger für ihr Unternehmen in Betracht ziehen. Ebenso nachvollziehbar steigt die Kooperationsbereitschaft an, wenn der Inhaber ein grundsätzlich positiveres Bild von der Vertrauenswürdigkeit, der Sicherheit und dem Kontrollregime digitaler Finanzierungsanbieter hat (siehe Koeffizienten der Variable *DF. ATTITUDE*). Was die persönlichen Merkmale der Inhaber betrifft, so sind leichte Hinweise zu erkennen, dass jüngere Inhaber mit größerer Wahrscheinlichkeit digitale Finanzdienstleistungen in Anspruch nehmen. Die Vorzeichen der Koeffizienten von *O. AGE* deuten in allen Modellspezifikationen auf eine abnehmende Nutzung digitaler Finanzierungsanbieter mit zunehmendem Alter hin, jedoch ist der entsprechende Koeffizient nur in einer der fünf Modellspezifikationen signifikant. Darüber hinaus scheint das Geschlecht des Inhabers keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit der Nutzung digitaler Finanzalternativen zu haben.

Auf der Ebene der unternehmensspezifischen Kontrollvariablen ist vor allem der negative Zusammenhang zwischen Betriebsgröße und der Wahrscheinlichkeit einer Zusammenarbeit mit digitalen Finanzierungsanbietern auffällig. Den Argumenten der wissenschaftlichen Theorie (siehe Kapitel 2 und 3) folgend, sollten gerade sehr kleine Betriebe besonders von den Vorteilen persönlicher Beziehungen zu lokalen Banken profitieren. Dass diese dennoch häufiger auf digitale Finanzierungsanbieter zurückgreifen liegt daher vermutlich an grundsätzlicheren Schwierigkeiten bei der Akquise von Fremdkapital, die unter sehr kleinen Betrieben besonders verbreitet sind. Entsprechend zeigen auch die Koeffizienten der Variable *FIN.CONSTRAINT*, dass kreditbeschränkte Betriebe größenunabhängig eher auf digitale Finanzierungsalternativen zurückgreifen.

⁶ Aufgrund der Komplexität der Operationalisierung funktionaler Entfernung ist eine direkte Interpretation der entsprechenden Chancenverhältnisse nur schwer möglich. Eine Steigerung der logarithmischen durchschnittlichen funktionalen Entfernung innerhalb eines Postleitzahlgebietes um eine Einheit führt zu einer Erhöhung der beobachteten Kooperationswahrscheinlichkeit um 20 Prozent. Die durchschnittliche funktionale Distanz in einem Postleitzahlgebiet wiederum steigt an, wenn die Filialen in diesem Gebiet weiter von ihren zuständigen Hauptstellen entfernt liegen. Für die Hauptstelle einer Bank selbst nimmt die entsprechende funktionale Distanz den Wert 0 an.

Tabelle 2: Ergebnisse der logistischen Regressionen

	Abhängige Variable				
	DF.ADOPTION				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
B.DENSITY.AREA		0,891** (0,058)			0,875** (0,060)
B.DENSITY.POP			0,635* (0,245)		
Log(1+FUNC.DIST)				1,188* (0,102)	1,234** (0,103)
CLOSURE	1,877** (0,284)	1,956** (0,287)	1,938** (0,286)	1,949** (0,294)	2,028** (0,298)
REL.LENGTH	0,757** (0,136)	0,759** (0,136)	0,761** (0,135)	0,771* (0,137)	0,782* (0,137)
LO.TURNOVER	1,788** (0,282)	1,588 (0,290)	1,657* (0,289)	1,882** (0,287)	1,614 (0,294)
CONCENTRATION	3,622** (0,529)	3,061** (0,534)	3,151** (0,534)	3,277** (0,545)	2,883* (0,549)
MB.LOCAL	0,535 (0,603)	0,660 (0,613)	0,668 (0,616)	0,677 (0,628)	0,736 (0,625)
COLLATERAL	1,099 (0,121)	1,101 (0,121)	1,102 (0,121)	1,131 (0,124)	1,141 (0,124)
TRUST	1,143 (0,122)	1,193 (0,123)	1,177 (0,123)	1,151 (0,124)	1,201 (0,125)
O.AGE	0,978 (0,014)	0,980 (0,014)	0,980 (0,014)	0,976* (0,014)	0,978 (0,014)
GENDER.F	0,886 (0,320)	0,877 (0,326)	0,920 (0,326)	0,855 (0,325)	0,850 (0,333)
EXP.PRIVATE	3,194*** (0,287)	3,517*** (0,295)	3,437*** (0,293)	3,113*** (0,290)	3,538*** (0,299)
DF.ATTITUDE	1,699*** (0,192)	1,605** (0,195)	1,594** (0,194)	1,678*** (0,196)	1,560** (0,198)
EMP.SIZE	0,781** (0,107)	0,777** (0,108)	0,779** (0,108)	0,781** (0,111)	0,779** (0,112)
FIN.CONSTRAINT	2,129* (0,404)	2,157* (0,410)	2,104* (0,407)	1,968* (0,411)	2,025* (0,420)
Konstante	0,144 (1,325)	0,138 (1,332)	0,162 (1,328)	0,044** (1,478)	0,037** (1,489)
Gewerkevariablen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Nagelkerke R ²	0,328	0,351	0,346	0,310	0,339
LR-Test (df)	94,8*** (16)	102,1*** (17)	100,5*** (17)	84,2*** (17)	93,1*** (18)
Beobachtungen	335	334	334	318	318

Anmerkungen:

*, ** und *** zeigen Signifikanz auf dem 10%, 5% und 1% Level an.
 Die Schätzer der Logit-Modelle sind als Chancenverhältnisse (Odds Ratio) angegeben.
 Standardfehler der z-Statistiken sind in Klammern angegeben.

6.1 Robustheitstests

Um die Robustheit der in Tabelle 2 aufgeführten Hauptergebnisse zu überprüfen, wurden einige zusätzliche Analysen durchgeführt, deren Ergebnisse in Tabelle 3 dargestellt sind. Spezifikation (1) repliziert Analyse (5) aus Tabelle 2, verwendet aber anstelle einer logistischen Regression ein Probit Modell. Die Ergebnisse beider Analysen sind im Wesentlichen deckungsgleich. Auch das Probit Modell bestätigt alle in Kapitel 3 aufgestellten Hypothesen. Die Ergebnisse der vorliegenden Analysen sind daher robust gegenüber einer Veränderung des verwendeten ökonometrischen Regressionsmodells.

In den Spezifikationen (2) bis (5) werden einige alternative abhängige Variablen verwendet und so die Robustheit der Ergebnisse gegenüber einer Veränderung der Operationalisierung der untersuchten Zusammenhänge geprüft. In Spezifikation (2) wird anstelle der Konzentrationsvariable (*CONCENTRATION*) die reine Anzahl bestehender Bankbeziehungen eines Unternehmens verwendet (*NB.BANKS*). Die Ergebnisse zeigen auch hier, dass die Wahrscheinlichkeit einer Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern mit der Anzahl der parallel unterhaltenen Bankbeziehungen steigt. Betriebe, die weniger exklusive Beziehungen zu konventionellen Banken unterhalten, arbeiten folglich eher mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammen. In Spezifikation (3) werden anstelle der betrieblichen Sicherheiten die persönlichen Sicherheiten und Bürgschaften verwendet, die ein Betrieb aufbringen muss, um Kredite zu erhalten (*GUARANTEES*). Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen, die höhere persönliche Sicherheiten hinterlegen müssen, um an konventionelle Bankkredite zu gelangen, häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten. Dies bestätigt die Vermutung, dass Schwierigkeiten bei der Kreditmittelakquise über konventionelle Finanzinstitute kleine Unternehmen dazu bewegen können, sich an digitale Finanzierungsanbieter zu wenden. Spezifikation (4) beinhaltet eine Dummyvariable zur Identifikation derjenigen Betriebsinhaber, die die höchste Skepsis gegenüber digitalen Finanzierungsanbietern zum Ausdruck gebracht haben (*DF.SCEPTIC*). Erwartungsgemäß weisen die entsprechenden Betriebe eine geringere Kooperationswahrscheinlichkeit mit digitalen Finanzierungsanbietern auf. Zuletzt wird in Spezifikation (5) die Unternehmensgröße mittels des Jahresumsatzes anstelle der Mitarbeiterzahl gemessen (*TO.SIZE*). Auch hier zeigt sich, dass kleinere Betriebe tendenziell häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten.

In den Spezifikationen (6) bis (8) wird die abhängige Variable in die verschiedenen Arten digitaler Finanzierungsanbieter unterteilt, die im Fragebogen erfasst wurden.

Spezifikation (6) untersucht dabei ausschließlich die Kooperation mit Onlinebanken. Die Hauptergebnisse in Bezug auf H1b und H2 werden bestätigt. Die Schließung lokaler Filialen und häufige Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers sowie eine geringe physische Filialdichte erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass kleine Unternehmen mit Onlinebanken zusammenarbeiten. Allerdings zeigen die Ergebnisse keinen signifikanten Zusammenhang zwischen funktionaler Entfernung sowie Länge und Exklusivität der konventionellen Bankbeziehungen und den Kooperationsraten mit Onlinebanken. Die Koeffizienten für *FUNC.DIST*, *REL.LENGTH* und *CONCENTRATION* sind statistisch nicht signifikant, wenngleich sich ihre Vorzeichen in Einklang mit den Erwartungen von H3 und H1a befinden. Die Ergebnisse bezüglich der Kontrollvariablen auf Inhaber- und Firmenebene von Spezifikation (6) decken sich mit denen der uneingeschränkten Modelle in Tabelle 2. Spezifikation (7) beschränkt die abhängige Variable auf die Verwendung alternativer Finanzierungsinstrumente wie Crowdfunding und P2P-Lending, während Spezifikation (8) die Kooperation mit Kreditvermittlungs- und -vergleichsplattformen untersucht. Auch wenn die Vorzeichen aller Koeffizienten mit den Erwartungen der Hypothesen 1a, 1b, 2 und 3 übereinstimmen, zeigen sich kaum signifikante Zusammenhänge. Im Gegensatz zu den Hauptanalysen in Tabelle 2 deuten die Ergebnisse jedoch auf einen ausgeprägten Alterseffekt hin. Jüngere Betriebsinhaber greifen sowohl öfter auf alternative Finanzierungsinstrumente als auch Kreditvermittlungs- und -vergleichsplattformen zurück.

6.2 Untersuchung der Kooperation mit konventionellen Großbanken

Sowohl der Markt für Kredite an kleine Unternehmen als auch das Filialnetz in Deutschland werden dominiert von kleinen lokalen Kreditinstituten (Deutsche Bundesbank, 2020). Dementsprechend wird auch die Konsolidierung des Bankensektors im Wesentlichen durch Filialschließungen und Fusionen dieser lokalen Kreditinstitute getrieben (Deutsche Bundesbank, 2022). Hieraus ergibt sich die Frage, ob die daraus resultierenden Steigerungen in relationaler, geographischer und funktionaler Entfernung nicht nur die Kooperationswahrscheinlichkeiten mit digitalen Finanzierungsanbietern beeinflussen, sondern auch die mit konventionellen Großbanken. Aus diesem Grund wurden die Analysen aus Tabelle 2 bezüglich einer Kooperation mit konventionellen Großbanken (*MMB.USED*) wiederholt. Die entsprechenden Ergebnisse sind in Tabelle 4 aufgeführt. Es kann kein signifikanter Zusammenhang zwischen geographischer und funktionaler Entfernung und der Kooperation mit konventionellen Großbanken festgestellt werden. Ebenso wenig wirken sich lokale Filialschließungen und hohe Fluktuation des zuständigen Kundenbetreuers auf die

Kooperationsraten mit konventionellen Großbanken aus. Allerdings zeigt sich ein deutlicher Einfluss der Länge und Exklusivität der konventionellen Bankbeziehungen eines Unternehmens auf dessen Wahrscheinlichkeit, mit einer konventionellen Großbank zu kooperieren. Kleine Betriebe mit kürzeren und weniger exklusiven Beziehungen zu ihrer Hausbank tun dies signifikant häufiger.

Obgleich folglich kleine Betriebe immer noch enge Beziehungen zu lokalen Banken schätzen und dementsprechend Wert auf Nähe zu ihren Kreditgebern legen, deuten diese Ergebnisse auf die Existenz eines Grenzwertes hin, ab dem diese Nähe nicht länger den dominierenden Faktor in der Auswahl eines Kreditgebers darstellt. Wird eine Kreditbeziehung durch die Schließung einer lokalen Filiale oder den Wechsel eines Kundenbetreuers unterbrochen, entscheiden sich kleine Unternehmen nicht zwangsläufig dafür, diese durch das nächstgelegene Kreditinstitut zu ersetzen. Vielmehr scheinen in diesen Fällen andere Faktoren die Auswahl des Kreditgebers zu beeinflussen (bspw. Kosten oder geforderte Sicherheiten), die dazu führen, dass überproportional häufig digitale Finanzierungsanbieter an die Stelle lokaler Kreditinstitute treten. Betrachtet man den Einfluss geographischer und funktionaler Distanz auf die Kooperationsraten mit konventionellen Großbanken, zeigt sich ein identisches Muster. In Gebieten mit einer geringen physischen Filialdichte oder großer durchschnittlicher funktionaler Distanz in der konventionellen Kreditvergabe, entscheiden sich kleine Unternehmen nicht automatisch für das nächstgelegene Kreditinstitut, sondern suchen häufiger nach Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb des konventionellen Bankensektors.

Tabelle 3: Regressionsergebnisse der Robustheitstests

	Abhängige Variable:							
	DF.ADOPTION					DF.BANK	DF.ALT	DF.PF
	(1) Probit	(2) Logit	(3) Logit	(4) Logit	(5) Logit	(6) Logit	(7) Logit	(8) Logit
B.DENSITY.AREA	-0,133** (0,060)	0,873** (0,061)	0,876** (0,061)	0,871** (0,059)	0,882** (0,061)	0,891* (0,063)	0,925 (0,068)	0,952 (0,092)
Log(1+FUNC.DIST)	0,210** (0,103)	1,231** (0,104)	1,235** (0,103)	1,240** (0,103)	1,223* (0,104)	1,143 (0,105)	1,041 (0,108)	1,020 (0,165)
CLOSURE	0,707** (0,298)	1,991** (0,299)	2,043** (0,300)	2,025** (0,297)	2,002** (0,301)	1,920** (0,301)	1,503 (0,303)	0,703 (0,481)
REL.LENGTH	-0,246* (0,137)	0,783* (0,137)	0,784* (0,139)	0,780* (0,136)	0,830 (0,140)	0,898 (0,135)	0,862 (0,133)	0,804 (0,170)
LO.TURNOVER	0,479 (0,294)	1,611 (0,294)	1,586 (0,297)	1,616* (0,292)	1,625 (0,297)	1,882** (0,309)	1,757* (0,324)	1,839 (0,508)
CONCENTRATION	1,059* (0,549)		2,935* (0,553)	2,785* (0,543)	3,180** (0,562)	2,180 (0,550)	1,769 (0,552)	2,275 (0,817)
NB.BANKS		1,546** (0,198)						
MB.LOCAL	-0,306 (0,625)	0,738 (0,623)	0,812 (0,638)	0,715 (0,627)	0,608 (0,627)	0,428 (0,616)	1,775 (0,650)	0,969 (0,845)
COLLATERAL	0,132 (0,124)	1,138 (0,124)		1,140 (0,123)	1,106 (0,125)	1,065 (0,130)	1,023 (0,134)	1,364 (0,225)
GUARANTEES			1,400*** (0,122)					
TRUST	0,184 (0,125)	1,207 (0,125)	1,208 (0,126)	1,223 (0,124)	1,205 (0,127)	1,137 (0,127)	1,077 (0,130)	0,932 (0,178)

O.AGE	-0,022 (0,014)	0,979 (0,014)	0,976* (0,015)	0,978 (0,014)	0,980 (0,014)	0,989 (0,015)	0,967** (0,015)	0,930*** (0,022)
GENDER.F	-0,163 (0,333)	0,859 (0,333)	0,909 (0,337)	0,847 (0,330)	0,810 (0,338)	0,798 (0,347)	0,991 (0,356)	0,957 (0,559)
EXP.PRIVATE	1,264*** (0,299)	3,515*** (0,300)	3,670*** (0,305)	3,625*** (0,306)	3,600*** (0,301)	3,311*** (0,293)	1,597 (0,305)	1,188 (0,441)
DF.ATTITUDE	0,445** (0,198)	1,562** (0,199)	1,576** (0,199)		1,511** (0,201)	1,629** (0,202)	1,475* (0,204)	1,438 (0,293)
DF.SCEPTIC				0,653* (0,207)				
EMP.SIZE	-0,249** (0,112)	0,771** (0,113)	0,776** (0,114)	0,791** (0,112)		0,793** (0,113)	0,728** (0,124)	0,710* (0,181)
TO.SIZE					0,753** (0,110)			
FIN.CONSTRAINT	0,706* (0,420)	2,030* (0,421)	1,774 (0,425)	2,134* (0,421)	2,158* (0,428)	2,855** (0,413)	1,742 (0,396)	2,231 (0,541)
Konstante	-3,286** (1,489)	0,048** (1,474)	0,016*** (1,544)	0,179 (1,324)	0,078* (1,521)	0,034** (1,515)	0,182 (1,533)	0,105 (2,457)
Gewerkevariablen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Nagelkerke R ²	0,340	0,342	0,362	0,329	0,327	0,337	0,195	0,332
LR-Test (df)	93,6*** (18)	94,3*** (18)	100,9*** (18)	90,1*** (18)	86,9*** (18)	90,9*** (18)	45,6*** (18)	57,7*** (18)
Beobachtungen	318	318	319	318	309	318	318	318

Anmerkungen:

*, ** und *** zeigen Signifikanz auf dem 10%, 5% und 1% Level an.
Die Schätzer von Model (1) sind als Probit-Koeffizienten dargestellt; für die Logit Modelle (2) – (8) sind sie als Chancenverhältnisse (Odds Ratio) angegeben.
Standardfehler der z-Statistiken sind in Klammern angegeben.

Tabelle 4: Kooperation mit überregionalen Großbanken

	Abhängige Variable:					
	MMB.USED					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
B.DENSITY. AREA		1,003 (0,033)			1,003 (0,031)	0,978 (0,029)
B.DENSITY. POP			0,943 (0,221)			
Log(1+FUNC. DIST)				0,984 (0,111)	0,984 (0,112)	1,015 (0,102)
CLOSURE	1,011 (0,307)	1,020 (0,308)	1,021 (0,307)	1,001 (0,317)	1,000 (0,317)	1,492 (0,286)
REL.LENGTH	0,619*** (0,141)	0,618*** (0,141)	0,620*** (0,140)	0,651*** (0,146)	0,650*** (0,146)	0,740** (0,123)
LO. TURNOVER	1,020 (0,320)	1,039 (0,325)	1,026 (0,323)	0,968 (0,327)	0,972 (0,331)	1,115 (0,299)
CONCEN- TRATION	107,5*** (0,717)	105,9*** (0,725)	102,9*** (0,719)	94,38*** (0,729)	95,44*** (0,738)	
COLLATERAL	1,069 (0,137)	1,066 (0,137)	1,067 (0,137)	1,073 (0,144)	1,073 (0,144)	1,115 (0,132)
TRUST	0,804 (0,136)	0,809 (0,137)	0,811 (0,136)	0,764* (0,138)	0,764* (0,138)	0,726*** (0,123)
O.AGE	1,003 (0,015)	1,003 (0,015)	1,004 (0,015)	1,009 (0,016)	1,008 (0,016)	1,010 (0,014)
GENDER.F	0,604 (0,387)	0,606 (0,386)	0,609 (0,387)	0,631 (0,394)	0,632 (0,394)	0,598 (0,349)
EXP. PRIVATE	1,775* (0,321)	1,751* (0,323)	1,767* (0,322)	1,799* (0,328)	1,795* (0,329)	2,036** (0,300)
DF. ATTITUDE	1,022 (0,198)	1,028 (0,198)	1,020 (0,199)	0,935 (0,204)	0,936 (0,204)	0,895 (0,190)
EMP.SIZE	1,341** (0,115)	1,339** (0,115)	1,338** (0,115)	1,350** (0,119)	1,350** (0,119)	1,603*** (0,109)
FIN. CONSTRAINT	0,428* (0,484)	0,431* (0,483)	0,432* (0,482)	0,510 (0,487)	0,510 (0,487)	0,705 (0,435)
Konstante	0,011*** (1,472)	0,011*** (1,475)	0,011*** (1,476)	0,012*** (1,614)	0,012*** (1,617)	0,444 (1,323)
Gewerke	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Nagelkerke R ²	0,423	0,419	0,419	0,388	0,388	0,210
LR-Test (df)	120,8*** (15)	118,9*** (16)	119,0*** (16)	101,2*** (16)	101,2*** (17)	51,4*** (16)
Beobachtungen	336	335	335	319	319	321

Anmerkungen:

*, ** und *** zeigen Signifikanz auf dem 10%, 5% und 1% Level an.
 Die Schätzer der Logit-Modelle sind als Chancenverhältnisse (Odds Ratio) angegeben.
 Standardfehler der z-Statistiken sind in Klammern angegeben.

7 Diskussion

Die vorliegende Untersuchung liefert erste empirische Erkenntnisse darüber, wie die strukturellen Veränderungen des konventionellen Bankensektors die Kreditbeziehungen kleiner Unternehmen im Allgemeinen und deren Bereitschaft zu einer Kooperation mit digitalen Finanzdienstleistern im Speziellen beeinflussen. Die Analysen führen zu zwei wesentlichen Ergebnissen bezüglich der Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen. Erstens zeigt sich, dass kleine Betriebe, den Erkenntnissen der wissenschaftlichen Theorie folgend (Berger, Goulding, & Rice, 2014), enge Beziehungen zu lokalen Kreditgebern bevorzugen, solange die strukturellen Gegebenheiten des konventionellen Kreditmarktes dies zulassen. Auf der anderen Seite reagieren die untersuchten Betriebe jedoch deutlich auf angebotsseitige Beeinträchtigungen dieser Beziehungen. Die Struktur des lokalen konventionellen Kreditmarktes beeinflusst die Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen daher signifikant. Steigerungen in der relationalen, geographischen und funktionalen Entfernung zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber erhöhen allesamt die Wahrscheinlichkeit, dass kleine Unternehmen nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb des konventionellen Bankensektors suchen und entsprechend häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten.

Im Detail zeigen die Ergebnisse, dass Betriebe mit stärkeren - ergo längeren, exklusiveren und persönlicheren - Beziehungen zu konventionellen Banken seltener mit digitalen Finanzierungsanbietern kooperieren. Dieser Erkenntnis können unterschiedliche Ursachen zugrunde liegen. Auf der einen Seite könnte die empirische Beobachtung darin begründet sein, dass kleine Unternehmen sich der theoretischen Vorteile enger, persönlicher Beziehungen zu lokalen Kreditgebern bewusst sind und im Vertrauen auf deren praktische Relevanz entsprechend handeln (Boot A. W., 2000; Berger & Udell, 2002; Stein, 2002). Auf der anderen Seite könnten die Ergebnisse aber auch bedeuten, dass bei sehr engen Kreditbeziehungen der Umfang der von der Bank gesammelten privaten Informationen die Wechselkosten für die Unternehmen in einem Maße erhöht, das sie faktisch an die Beziehung bindet (Sharpe, 1990; Ioannidou & Ongena, 2010; Angori, Aristei, & Gallo, 2019). Eine weitere mögliche Interpretation der Ergebnisse ist, dass sich die Geschäftsführer kleiner Unternehmen der Bedeutung einer regelmäßigen kritischen Überprüfung der eigenen Kreditbeziehungen schlicht nicht bewusst sind und daher aus reiner Gewohnheit an den häufig seit langem bestehenden Beziehungen zu ihren lokalen Hausbanken festhalten. Zukünftige Forschung auf Basis einer Kombination aus Umfrage- und Kreditvertragsdaten ist notwendig, um die

Kausalzusammenhänge hinter der beobachteten Assoziation zwischen der Stärke der Kreditbeziehungen zu konventionellen Banken und der Wahrscheinlichkeit, mit digitalen Finanzierungsanbietern zu kooperieren, aufzudecken. Aus der vorliegenden Studie ergibt sich jedoch zweifelsfrei, dass kleine Unternehmen, freiwillig oder gezwungenermaßen, Kreditbeziehungen zu lokalen Banken so lange unterhalten, wie die strukturellen Gegebenheiten des konventionellen Kreditmarktes dies zulassen – auch wenn deren Vorteilhaftigkeit zumindest in Bezug auf die angebotenen Finanzierungsbedingungen wissenschaftlich umstritten ist (Brick & Palia, 2007; Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010; Duqi, Tomaselli, & Torluccio, 2018; Bellucci, Borisov, Giombini, & Zazzaro, 2019).

In Bezug auf die Bedeutung geographischer Entfernung zwischen Kreditgeber und Kreditnehmer zeigen die Ergebnisse, dass kleine Betriebe kurze Kreditvergabeentfernungen bevorzugen und damit im Einklang mit der wissenschaftlichen Theorie handeln. Entsprechend wird eine Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern in Gebieten mit einer geringeren physischen Filialdichte attraktiver. Diesbezüglich bestätigt die vorliegende Untersuchung bestehende wissenschaftliche Forschung, die sich mit den Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen beschäftigt hat. Dort wurde wiederholt festgestellt, dass geographische Nähe im Sinne einer gut und schnell zu erreichenden Filiale ein wesentliches Kriterium bei der Bankenauswahl kleiner Betriebe darstellt (Trayler, Nielson, & Jones, 2000; Lam & Burton, 2005; Mitter, 2012). Auch der aus der einschlägigen Theorie abgeleitete negative Effekt funktionaler Entfernung auf die Kreditvergabe an kleine Unternehmen wird durch die vorliegende Studie empirisch bestätigt. Kleine Betriebe kooperieren in Regionen, in denen konventionelle Banken Kredite über eine größere funktionale Distanz hinweg vergeben tendenziell häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern.

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass relationale, geographische und funktionale Distanz die Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen unmittelbar beeinflussen. Während die bisherige wissenschaftliche Literatur mehrheitlich aus einer makroökonomischen Perspektive die Auswirkungen von Entfernung auf die objektiven Kreditkonditionen kleiner Unternehmen untersucht, berücksichtigt die vorliegende Arbeit bewusst die subjektive Einschätzung und Bewertung dieser Kriterien durch die Entscheider in den Unternehmen (Degryse & Ongena, 2005; Alessandrini, Presbitero, & Zazzaro, 2009; Bellucci, Borisov, Giombini, & Zazzaro, 2019; Kärnä & Stephan, 2022). Sie zeigt damit, dass die theoretischen Erkenntnisse bestehender Forschung zumindest in Teilen Berücksichtigung in den tatsächlichen Finanzierungsentscheidungen der Geschäftsführer und Inhaber kleiner Betriebe finden. Die

Ergebnisse in Bezug auf die Kooperation mit konventionellen Großbanken deuten jedoch auf einen Kipppunkt hin ab dem zumindest geographische und funktionale Distanz deutlich an Einfluss auf die Kreditgeberentscheidungen kleiner Unternehmen verlieren. Über diese kritische Schwelle hinaus wählen kleine Unternehmen nicht automatisch den nächstgelegenen Kreditgeber, sondern tendieren dazu, ihr Finanzierungsportfolio zu erweitern und auf alternative Finanzierungsanbieter und -instrumente zurückzugreifen. Dementsprechend verdeutlicht die vorliegende Untersuchung, dass zukünftige Forschung im Bereich der Finanzierungsentscheidungen kleiner Unternehmen notwendigerweise auch alternative Finanzierungsanbieter außerhalb des konventionellen Bankensektors berücksichtigen muss, um ein vollständiges Abbild der tatsächlichen Entscheidungsprozesse in kleinen Unternehmen darstellen zu können. Forschungsarbeiten, die die Kreditfinanzierungsentscheidungen kleiner Unternehmen auf eine dichotome Wahl zwischen kleinen, lokalen Kreditgebern und überregionalen Großbanken reduzieren (Lam & Burton, 2005; Berger, Goulding, & Rice, 2014; Jackowicz, Kozłowski, & Strucinski, 2021), lassen somit empirisch wichtige Alternativen außer Acht.

Die zweite wesentlichen Erkenntnis dieser Arbeit ist, dass kleine Betriebe deutlich auf Unterbrechungen oder Störungen ihrer konventionellen Bankenbeziehungen reagieren. Die Schließung lokaler Filialen oder der Wechsel eines zuständigen Kundenbetreuers steigern die Wahrscheinlichkeit, dass ein kleines Unternehmen mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeitet, signifikant. Die vorliegenden Ergebnisse stimmen diesbezüglich mit bestehender wissenschaftlicher Literatur, die sich mit den Bankwechselentscheidungen kleiner Unternehmen befasst, überein. Sowohl Lam und Burton (2006) als auch Singh und Kaur (2015) kommen zu dem Schluss, dass häufige Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers und Unzufriedenheit mit einem neuen Kundenbetreuer die Wechselwilligkeit kleiner Unternehmen erhöhen. Daneben zeigen die Ergebnisse von Garri (2019), dass die Schließung der zuständigen Filiale einer Bank häufig dazu führt, dass kleine Betriebe die Geschäftsbeziehung zu dieser Bank gänzlich aufgeben, anstatt sie mit der dann nächstgelegenen Filiale fortzuführen. Die Schließung lokaler Filialen und der Wechsel des zuständigen Kundenbetreuers führen jedoch nicht zu einer Steigerung der Kooperationsraten mit konventionellen Großbanken. Im Einklang mit den Erkenntnissen von Howorth et al. (2003) impliziert diese Beobachtung, dass kleine Betriebe derartige Unterbrechungen ihrer lokalen Bankbeziehungen zum Anlass nehmen, nach vorteilhafteren Finanzierungsbedingungen außerhalb des konventionellen Bankensektors zu suchen. Sie handeln damit in Übereinstimmung mit den Ergebnissen von Bonfim et al. (2021), die zeigen, dass kleine Unternehmen, die ihre Geschäftsbeziehung im Anschluss an eine lokale

Filialschließung mit einer anderen Filiale desselben Kreditinstituts fortführen, von da an signifikant schlechtere Finanzierungsbedingungen erhalten.

In der aufkommenden wissenschaftlichen Debatte darüber, ob Fintech-Anbieter und konventionelle Kreditgeber komplementär oder substituierend zueinander agieren (Cole, Cumming, & Taylor, 2019; Tang, 2019; Thakor, 2020; Flögel & Beckamp, 2020; Hodula, 2022; Murinde, Rizopoulos, & Zachariadis, 2022), deuten die Ergebnisse dieser Studie auf letzteres hin. Dies gilt insbesondere, da eine Reduzierung des Angebots lokaler Banken nicht zu einer breiteren Kooperation mit konventionellen Großbanken führt, sondern ausschließlich den Marktanteil digitaler Finanzierungsanbieter steigert. Die vorliegenden Erkenntnisse stehen somit im Einklang mit denen von Hodula (2022), der annimmt, dass digitale Finanzierungsalternativen konventionelle Bankkredite unmittelbar substituieren können. Yuan et al. (2023) gehen einen Schritt weiter und weisen nach, dass eine Expansion des Fintech Angebots zu einem Anstieg der Schließung lokaler Bankfilialen führt. Digitale Finanzierungsangebote könnten folglich sogar das Potenzial haben, konventionelle Bankenfinanzierung aktiv zu verdrängen. Auch wenn die vorliegende Untersuchung aufgrund ihres Querschnittsdesigns nicht in der Lage ist, einen solchen Kausalzusammenhang zu bestätigen, so impliziert sie doch, dass die Konsolidierungsbemühungen konventioneller und insbesondere lokaler Banken nicht überhandnehmen dürfen, wenn diese ihre Dominanz auf dem Kreditmarkt für kleine Unternehmen aufrechterhalten wollen. Stattdessen sollten sie jede Entscheidung über die Schließung einer lokalen Zweigstelle gut abwägen und dabei berücksichtigen, wie stark sich diese auf die Kreditvergabeentfernung zu ihren (kleinen) Geschäftskunden auswirkt.

Bezüglich der Kontrollvariablen auf Inhaberebene ist ein signifikanter Zusammenhang der Kooperationsraten mit der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit sowie der Qualität des staatlichen Kontrollregimes durch den jeweiligen Inhaber zu verzeichnen. Dies steht im Einklang mit Erkenntnissen der Wirtschaftsinformatikforschung über die allgemeine Nutzung von E-Banking Optionen durch kleine Unternehmen (Yousafzai, Pallister, & Foxall, 2003) sowie mit bestehender Literatur, die das Nutzungsverhalten von Privatkunden in Bezug auf Mobile Banking (Zhou, 2011) und Fintech (Belanche, Casaló, & Flavián, 2019) untersucht. Belanche et al. (2019) zeigen zudem, dass der Einfluss von Vertrauen auf die Nutzung von Mobile Banking Angeboten durch das Alter der betroffenen Nutzer moderiert wird. Dementsprechend deutet auch die vorliegende Studie darauf hin, dass jüngere Inhaber tendenziell häufiger auf digitale Finanzierungsalternativen zurückgreifen. Auch hier decken

sich die Ergebnisse mit der Forschung aus dem Privatkundenbereich, die ebenfalls einen negativen Zusammenhang zwischen dem Alter und der Nutzungshäufigkeit von Fintech-Angeboten (Singh, Sahni, & Kovid, 2020) und Mobile Banking Dienstleistungen (Laukkanen, 2016) festgestellt hat. Im Gegensatz zu der Arbeit von Chen et al. (2023) zeigt sich in der vorliegenden Untersuchung jedoch kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht des Geschäftsführers und der Wahrscheinlichkeit, mit digitalen Finanzierungsanbietern zu kooperieren.

Auf Unternehmensebene ist festzustellen, dass kleinere Firmen eher auf digitale Finanzierungsangebote zurückgreifen. Unter der Annahme, dass sich informationelle Intransparenz umgekehrt proportional zur Unternehmensgröße verhält, steht diese Erkenntnis im Widerspruch zu den Erwartungen der theoretischen Literatur, die besagt, dass insbesondere sehr kleine Unternehmen von einer Kooperation mit lokalen Banken profitieren sollten (Berger, Goulding, & Rice, 2014). Dieser Widerspruch könnte darauf zurückzuführen sein, dass die vorliegende Stichprobe von vornherein auf (sehr) kleine Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern beschränkt ist, während sich eine signifikante Variation in der informationellen Transparenz erst in Stichproben mit einer größeren Bandbreite bezüglich der einbezogenen Betriebsgrößen einstellt. Der umgekehrt proportionale Größeneffekt in der vorliegenden Untersuchung ist vermutlich darin begründet, dass kleine Betriebe grundsätzlich größere Schwierigkeiten in der Akquise von Fremdkapital haben und dementsprechend zwangsweise auch auf alternative Finanzierungsquellen zurückgreifen müssen. Entsprechend zeigen die Ergebnisse ebenfalls, dass Betriebe mit größeren Problemen bei der Akquise von Fremdkapital größenunabhängig häufiger mit digitalen Finanzierungsanbietern zusammenarbeiten. Dies steht im Einklang mit einer Studie von Roure et al. (2022), die zu dem Schluss kommt, dass digitale Finanzierungsanbieter versuchen könnten, ihren Marktanteil zu steigern, indem sie „bottom fishing“ betreiben und ihr Angebot bewusst an Kreditnehmer mit geringerer Bonität richten.

Wie bei jeder empirischen Studie, insbesondere zu einem neuartigen Forschungsgegenstand, gibt es einige Einschränkungen, die bei der Interpretation der vorliegenden Ergebnisse zu berücksichtigen sind. Gleichzeitig können diese Limitationen jedoch interessante Möglichkeiten für künftige Forschungsvorhaben aufzeigen. Erstens können aufgrund des Querschnittsdesigns der Studie keine Aussagen über die Richtung oder Kausalität der Beziehung zwischen strukturellen Veränderungen auf dem lokalen Bankenmarkt und der Nutzung digitaler Finanzdienstleistungen durch kleine Unternehmen getätigt werden. Paneldatensätze, Difference-in-Difference Modelle und andere endogenitätssichere

Forschungsdesigns sind notwendig, um herauszufinden, ob strukturelle Veränderungen des lokalen Bankenmarktes kleine Unternehmen dazu bewegen, sich an digitale Finanzierungsanbieter zu wenden oder ob, der Argumentation von Yuan et al. (2023) folgend, eine exogene Expansion der Fintech-Anbieter ursächlich für die vermehrte Schließung lokaler Bankfilialen ist. Zweitens bezieht sich die Stichprobe lediglich auf Firmen in Deutschland. Diese operieren demzufolge alle unter dem kontinentaleuropäischen Finanzsystem, das stark bankenfokussiert ist (La Porta, Lopez-De-Silanes, Shleifer, & Vishny, 1997). Zukünftige Forschungsprojekte könnten ähnliche Untersuchungen für Betriebe aus angelsächsischen Ländern vornehmen, da dort die Finanzsysteme deutlich kapitalmarktorientierter sind und die Finanzierung kleiner Betriebe entsprechend weniger stark von konventionellen Bankkrediten geprägt ist (Karmel, 2002). Drittens fokussiert sich die vorliegende Studie auf angebotsseitige Treiber der Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern. Auch wenn einige potenzielle Einflussfaktoren auf Inhaber- und Unternehmensebene als Kontrollvariablen in die Untersuchungen einfließen, ist eine dezidierte Auseinandersetzung mit den nachfrageseitigen Einflussfaktoren auf die Nutzung digitaler Finanzdienstleister durch kleine Unternehmen erforderlich, um ein vollständiges Bild zu zeichnen. Des Weiteren existiert bislang keine empirische Forschung, die sich explizit mit dem Einfluss einer Kooperation mit digitalen Finanzierungsanbietern auf die Finanzierungsbedingungen kleiner Unternehmen beschäftigt. Analog zu Untersuchungen im Bereich der Bankenfinanzierung (Hernández-Cánovas & Martínez-Solano, 2010; Fiordelisi, Monferrà, & Sampagnaro, 2014; Angori, Aristei, & Gallo, 2019) könnten sich zukünftige Forschungsprojekte dem Einfluss dieser Kooperationen auf die Verfügbarkeit, Laufzeiten, Sicherheiten und Kosten alternativer Finanzierungsvehikel widmen.

Fazit

Die vorliegende Studie untersucht, wie sich strukturelle Veränderungen des lokalen Bankenmarktes auf die Entscheidungen kleiner Unternehmen auswirken, mit digitalen Finanzierungsanbietern wie Onlinebanken, P2P-Kreditgebern oder Crowdfunding- und Kreditvermittlungsplattformen zu kooperieren. Die Ergebnisse zeigen, dass die beobachteten Kooperationsraten von der relationalen, geographischen und funktionalen Entfernung beeinflusst werden, zu der Kredite über den lokalen Bankenmarkt bezogen werden können. Unter der Prämisse, dass Nähe zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber die Akquise und Auswertung weicher Informationen erleichtert (Agarwal & Hauswald, 2010) und damit einen Wettbewerbsvorteil in der Kreditvergabe an informationell intransparente kleine Unternehmen erzeugt (Berger & Udell, 2002), sollten digitale Finanzierungsanbieter in Gebieten, in denen

konventionelle Banken Kredite über größere Entfernungen hinweg vergeben, eine attraktivere Finanzierungsalternative darstellen.

Basierend auf einer Kombination aus Umfragedaten von 463 kleinen Unternehmen in Deutschland und den Standortdaten aller Bankfilialen in Deutschland zeigt die vorliegende Untersuchung, dass digitale Finanzierungsanbieter mit zunehmenden Entfernungen, zu denen Kredite über den konventionellen Bankenmarkt bezogen werden können, häufiger von kleinen Unternehmen genutzt werden. Insbesondere lässt sich nachweisen, dass kleine Betriebe mit längeren und exklusiveren Beziehungen zu konventionellen Banken seltener mit digitalen Finanzierungsanbietern kooperieren, während Unternehmen, die von häufigen Wechseln ihres zuständigen Kundenbetreuers oder einer Schließung ihrer lokalen Bankfiliale betroffen sind, mit signifikant höherer Wahrscheinlichkeit auf digitale Finanzierungsanbieter zurückgreifen. Dies zeigt, dass kleine Unternehmen zwar noch immer Wert auf enge und stabile Beziehungen zu lokalen Kreditgebern legen, aber deutlich auf Unterbrechungen und Störungen dieser Beziehungen reagieren. Bezüglich der Struktur des lokalen Bankenmarktes sind signifikant gesteigerte Kooperationsraten mit digitalen Finanzierungsanbietern in Gebieten zu verzeichnen, die über ein dünneres physisches Filialnetz verfügen und in denen eine größere durchschnittliche Entfernung zwischen dem Kundenbetreuer in der lokalen Filiale und dem Kreditsachbearbeiter in der Zentrale der entsprechenden Bank herrscht. Hingegen ist kein Einfluss von Filialschließungen, Fluktuation des Kundenbetreuers, sowie geographischer und funktionaler Entfernung auf die Kooperationsraten mit konventionellen Großbanken nachweisbar. Insgesamt deuten die Ergebnisse dieser Studie folglich darauf hin, dass digitale Finanzierungsalternativen und konventionelle Bankenfinanzierung einander weniger komplementär als vielmehr substituierend gegenüberstehen. Um ihre Vormachtstellung auf dem Markt für die Kreditvergabe an kleine Unternehmen zu erhalten, sollten lokale Kreditinstitute daher bei ihren Entscheidungen über Konsolidierungsbemühungen stets deren Auswirkungen auf die Kreditvergabeentfernungen berücksichtigen.

8 Literaturverzeichnis

- Agarwal, S., & Hauswald, R. (2010). Distance and Private Information in Lending. *Review of Financial Studies*, 23(7), 2757–2788. doi:10.1093/rfs/hhq001
- Alessandrini, P., Presbitero, A. F., & Zazzaro, A. (2009). Banks, Distances and Firms' Financing Constraints. *Review of Finance*, 13(2), 261–307. doi:10.1093/rof/rfn010
- Angelini, P., Di Salvo, R., & Ferri, G. (1998). Availability and cost of credit for small businesses: Customer relationships and credit cooperatives. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 925–954. doi:10.1016/S0378-4266(98)00008-9
- Angori, G., Aristei, D., & Gallo, M. (2019). Lending technologies, banking relationships, and firms' access to credit in Italy: the role of firm size. *Applied Economics*, 51(58), 6139–6170. doi:10.1080/00036846.2019.1613503
- Backman, M., & Wallin, T. (2018). Access to banks and external capital acquisition: perceived innovation obstacles. *The Annals of Regional Science*, 61(1), 161–187. doi:10.1007/s00168-018-0863-8
- Bartoli, F., Ferri, G., Murro, P., & Rotondi, Z. (2013). SME financing and the choice of lending technology in Italy: Complementarity or substitutability? *Journal of Banking & Finance*, 37(12), 5476–5485. doi:10.1016/j.jbankfin.2013.08.007
- Beck, T., Degryse, H., Haas, R. d., & van Horen, N. (2018). When arm's length is too far: Relationship banking over the credit cycle. *Journal of Financial Economics*, 127(1), 174–196. doi:10.1016/j.jfineco.2017.11.007
- Behr, P., Norden, L., & Noth, F. (2013). Financial constraints of private firms and bank lending behavior. *Journal of Banking & Finance*, 37(9), 3472–3485. doi:10.1016/j.jbankfin.2013.05.018
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). Artificial Intelligence in FinTech: understanding robo-advisors adoption among customers. *Industrial Management & Data Systems*, 119(7), 1411–1430. doi:10.1108/IMDS-08-2018-0368
- Bellucci, A., Borisov, A., & Zazzaro, A. (2010). Does gender matter in bank–firm relationships? Evidence from small business lending. *Journal of Banking & Finance*, 34(12), 2968–2984. doi:10.1016/j.jbankfin.2010.07.008
- Bellucci, A., Borisov, A., & Zazzaro, A. (2013). Do banks price discriminate spatially? Evidence from small business lending in local credit markets. *Journal of Banking & Finance*, 37(11), 4183–4197. doi:10.1016/j.jbankfin.2013.06.009
- Bellucci, A., Borisov, A., Giombini, G., & Zazzaro, A. (2019). Collateralization and distance. *Journal of Banking & Finance*, 100, 205–217. doi:10.1016/j.jbankfin.2019.01.011
- Berger, A. N., & Black, L. K. (2011). Bank size, lending technologies, and small business finance. *Journal of Banking & Finance*, 35(3), 724–735. doi:10.1016/j.jbankfin.2010.09.004

- Berger, A. N., & DeYoung, R. (2001). The Effects of Geographic Expansion on Bank Efficiency. *Journal of Financial Services Research*, 19(2/3), 163–184. doi:10.1023/A:1011159405433
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1990). Collateral, loan quality and bank risk. *Journal of Monetary Economics*, 25(1), 21–42. doi:10.1016/0304-3932(90)90042-3
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995). Relationship Lending and Lines of Credit in Small Firm Finance. *The Journal of Business*, 68(3), 351–381. doi:http://dx.doi.org/10.1086/296668
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2002). Small Business Credit Availability and Relationship Lending: The Importance of Bank Organisational Structure. *The Economic Journal*, 112(447), F32-F53. doi:10.1111/1468-0297.00682
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945–2966. doi:10.1016/j.jbankfin.2006.05.008
- Berger, A. N., Bouwman, C. H., & Kim, D. (2017). Small Bank Comparative Advantages in Alleviating Financial Constraints and Providing Liquidity Insurance over Time. *Review of Financial Studies*, 30(10), 3416–3454. doi:10.1093/rfs/hhx038
- Berger, A. N., Goulding, W., & Rice, T. (2014). Do small businesses still prefer community banks? *Journal of Banking & Finance*, 44, 264–278. doi:10.1016/j.jbankfin.2014.03.016
- Berger, A. N., Klapper, L. F., & Udell, G. F. (2001). The ability of banks to lend to informationally opaque small businesses. *Journal of Banking & Finance*, 25(12), 2127–2167. doi:10.1016/S0378-4266(01)00189-3
- Berger, A. N., Miller, N. H., Petersen, M. A., Rajan, R. G., & Stein, J. C. (2005). Does function follow organizational form? Evidence from the lending practices of large and small banks. *Journal of Financial Economics*, 76(2), 237–269. doi:10.1016/j.jfineco.2004.06.003
- Berraies, S., Ben Yahia, K., & Hannachi, M. (2017). Identifying the effects of perceived values of mobile banking applications on customers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 1018–1038. doi:10.1108/IJBM-09-2016-0137
- Blasio, G. d. (2009). Distance and Internet Banking. In P. Alessandrini, *The changing geography of banking and finance* (S. 109–130). Heidelberg: Springer.
- Bonfim, D., Nogueira, G., & Ongena, S. (2021). “Sorry, We’re Closed” Bank Branch Closures, Loan Pricing, and Information Asymmetries. *Review of Finance*, 25(4), 1211–1259. doi:10.1093/rof/rfaa036
- Boot, A. W. (2000). Relationship Banking: What Do We Know? *Journal of Financial Intermediation*, 9(1), 7–25. doi:10.1006/jfin.2000.0282
- Boot, A. W., & Thakor, A. V. (1994). Moral Hazard and Secured Lending in an Infinitely Repeated Credit Market Game. *International Economic Review*, 35(4), 899–920. doi:10.2307/2527003

- Bragoli, D., Burlina, C., Cortelezzi, F., & Marseguerra, G. (2022). Banking proximity and firm performance. The role of small businesses, community banks and the credit cycle. *Applied Economics*, 54(57), 6605–6624. doi:10.1080/00036846.2022.2073959
- Brevoort, K. P., & Hannan, T. H. (2006). Commercial Lending and Distance: Evidence from Community Reinvestment Act Data. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 38(8), 1991–2012. doi:10.1353/mcb.2007.0000
- Brick, I. E., & Palia, D. (2007). Evidence of jointness in the terms of relationship lending. *Journal of Financial Intermediation*, 16(3), 452–476. doi:10.1016/j.jfi.2007.01.001
- British Business Bank. (2021). *Small Business Finance Markets 2020/21*. Sheffield. Von <https://www.british-business-bank.co.uk/wp-content/uploads/2021/03/BBB-SBFM-Report-2021-Widescreen-AW-tagged-002.pdf> abgerufen
- Carling, K., & Lundberg, S. (2005). Asymmetric information and distance: an empirical assessment of geographical credit rationing. *Journal of Economics and Business*, 57(1), 39–59. doi:10.1016/j.jeconbus.2004.07.002
- Cerqueiro, G., Degryse, H., & Ongena, S. (2009). Distance, Bank Organizational Structure, and Lending Decisions. In P. Alessandrini, *The changing geography of banking and finance* (S. 57–74). Heidelberg: Springer. doi:10.1007/978-0-387-98078-2_4
- Chawla, D., & Joshi, H. (2017). Consumer perspectives about mobile banking adoption in India – a cluster analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 616–636. doi:10.1108/IJBM-03-2016-0037
- Chen, S., Doerr, S., Frost, J., Gambacorta, L., & Shin, H. S. (2023). The fintech gender gap. *Journal of Financial Intermediation*, 54, 101026. doi:10.1016/j.jfi.2023.101026
- Clemes, M. D., Gan, C., & Zhang, D. (2010). Customer switching behaviour in the Chinese retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 28(7), 519–546. doi:10.1108/02652321011085185
- Cole, R. A. (1998). The importance of relationships to the availability of credit. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 959–977. doi:10.1016/S0378-4266(98)00007-7
- Cole, R. A., Cumming, D. J., & Taylor, J. (2019). Does FinTech Compete with or Complement Bank Finance? *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.3302975
- Cole, R. A., Goldberg, L. G., & White, L. J. (2004). Cookie Cutter vs. Character: The Micro Structure of Small Business Lending by Large and Small Banks. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 39(2), 227–251. doi:10.1017/S0022109000003057
- Corrocher, N. (2006). Internet adoption in Italian banks: An empirical investigation. *Research Policy*, 35(4), 533–544. doi:10.1016/j.respol.2006.02.004
- Cotugno, M., Monferrà, S., & Sampagnaro, G. (2013). Relationship lending, hierarchical distance and credit tightening: Evidence from the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37(5), 1372–1385. doi:10.1016/j.jbankfin.2012.07.026

- De La Torre, A., Martínez Pería, M. S., & Schmukler, S. L. (2010). Bank involvement with SMEs: Beyond relationship lending. *Journal of Banking & Finance*, 34(9), 2280–2293. doi:10.1016/j.jbankfin.2010.02.014
- Degryse, H., & Ongena, S. (2005). Distance, Lending Relationships, and Competition. *The Journal of Finance*, 60(1), 231–266. doi:10.1111/j.1540-6261.2005.00729.x
- Degryse, H., & van Cayseele, P. (2000). Relationship Lending within a Bank-Based System: Evidence from European Small Business Data. *Journal of Financial Intermediation*, 9(1), 90–109. doi:10.1006/jfin.1999.0278
- Deutsche Bundesbank. (2020). *Bankenstatistik*. Frankfurt am Main: Deutsche Bundesbank. Von <https://www.bundesbank.de/resource/blob/650638/31f0e833bc6c1bd72356752c41b69dd9/mL/i014449-data.pdf> abgerufen
- Deutsche Bundesbank. (2022). *Bankstellenbericht 2021*. Frankfurt: Deutsche Bundesbank.
- DeYoung, R., Glennon, D., & Nigro, P. (2008). Borrower–lender distance, credit scoring, and loan performance: Evidence from informational-opaque small business borrowers. *Journal of Financial Intermediation*, 17(1), 113–143. doi:10.1016/j.jfi.2007.07.002
- Di Bonaccorsi Patti, E., & Gobbi, G. (2001). The changing structure of local credit markets: Are small businesses special? *Journal of Banking & Finance*, 25(12), 2209–2237. doi:10.1016/S0378-4266(01)00191-1
- Di Bonaccorsi Patti, E., Gobbi, G., & Mistrulli, P. E. (2004). *The interaction between face-to-face and electronic delivery: the case of the Italian banking industry*. Banca d'Italia, Rome.
- Duane, A., O'Reilly, P., & Andreev, P. (2014). Realising M-Payments: modelling consumers' willingness to M-pay using Smart Phones. *Behaviour & Information Technology*, 33(4), 318–334. doi:10.1080/0144929X.2012.745608
- Duqi, A., Tomaselli, A., & Torluccio, G. (2018). Is Relationship Lending Still a Mixed Blessing? A Review of Advantages and Disadvantages for Lenders and Borrowers. *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1446–1482. doi:10.1111/joes.12251
- Duquerroy, A., Mazet-Sonilhac, C., Mésonnier, J.-S., & Paravisini, D. (2022). *Bank Local Specialization*. Paris: Institut d'études politiques de Paris.
- Elsas, R., & Krahnen, J. P. (1998). Is relationship lending special? Evidence from credit-file data in Germany. *Journal of Banking & Finance*, 22(10-11), 1283–1316. doi:10.1016/S0378-4266(98)00063-6
- Fiordelisi, F., Monferrà, S., & Sampagnaro, G. (2014). Relationship Lending and Credit Quality. *Journal of Financial Services Research*, 46(3), 295–315. doi:10.1007/s10693-013-0176-0
- Flögel, F. (2018). Distance and Modern Banks' Lending to SMEs: Ethnographic Insights from a Comparison of Regional and Large Banks in Germany. *Journal of Economic Geography*, 18(1), 35-57. doi:10.1093/jeg/lbx017

- Flögel, F., & Beckamp, M. (2020). Will FinTech make regional banks superfluous for small firm finance? Observations from soft information-based lending in Germany. *Economic Notes*, 49(2), 1-20. doi:10.1111/ecno.12159
- Gallo, M. A., & Vilaseca, A. (1996). Finance in Family Business. *Family Business Review*, 9(4), 387–401. doi:10.1111/j.1741-6248.1996.00387.x
- Garri, I. (2019). *The effects of bank branch closures on credit relationships*. Rome: Banca d'Italia. doi:10.32057/0.TD.2019.1254
- Gerrard, P., & Barton Cunningham, J. (2004). Consumer switching behavior in the Asian banking market. *Journal of Services Marketing*, 18(3), 215–223. doi:10.1108/08876040410536512
- Giannetti, M., & Laeven, L. (2012). The flight home effect: Evidence from the syndicated loan market during financial crises. *Journal of Financial Economics*, 104(1), 23–43. doi:10.1016/j.jfineco.2011.12.006
- Gnan, L., Montemerlo, D., & Huse, M. (2015). Governance Systems in Family SMEs: The Substitution Effects between Family Councils and Corporate Governance Mechanisms. *Journal of Small Business Management*, 53(2), 355–381. doi:10.1111/jsbm.12070
- Haas, R. d., & van Horen, N. (2013). Running for the Exit? International Bank Lending During a Financial Crisis. *Review of Financial Studies*, 26(1), 244–285. doi:10.1093/rfs/hhs113
- Harhoff, D., & Körting, T. (1998). Lending relationships in Germany – Empirical evidence from survey data. *Journal of Banking & Finance*, 22(10-11), 1317–1353. doi:10.1016/S0378-4266(98)00061-2
- Harman, H. H. (1976). *Modern Factor Analysis* (3 Ausg.). Chicago: The University of Chicago Press.
- Hernández-Cánovas, G., & Martínez-Solano, P. (2010). Relationship lending and SME financing in the continental European bank-based system. *Small Business Economics*, 34(4), 465–482. doi:10.1007/s11187-008-9129-7
- Herpfer, C., Mjøs, A., & Schmidt, C. (2023). The Causal Impact of Distance on Bank Lending. *Management Science*, 69(2), 723–740. doi:10.1287/mnsc.2022.4346
- Hodula, M. (2022). Does Fintech credit substitute for traditional credit? Evidence from 78 countries. *Finance Research Letters*, 46, 102469. doi:10.1016/j.frl.2021.102469
- Howorth, C., Peel, M. J., & Wilson, N. (2003). An Examination of the Factors Associated with Bank Switching in the U.K. Small Firm Sector. *Small Business Economics*, 20(4), 305–317. doi:10.1023/A:1022963226621
- Ioannidou, V., & Ongena, S. (2010). “Time for a Change”: Loan Conditions and Bank Behavior when Firms Switch Banks. *The Journal of Finance*, 65(5), 1847–1877. doi:10.1111/j.1540-6261.2010.01596.x

- Jackowicz, K., Kozłowski, Ł., & Strucinski, A. (2021). SMEs and their bank choices: trust-related factors or economic calculations? *International Journal of Emerging Markets*, 16(8), 2092–2116. doi:10.1108/IJOEM-11-2019-0928
- Jocumsen, G. (2004). How do small business managers make strategic marketing decisions? *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 659–674. doi:10.1108/03090560410529277
- Karmel, S. M. (2002). *A comparison of small and medium sized enterprises in Europe and in the USA*. London: Routledge.
- Kärnä, A., & Stephan, A. (2022). Do firms in rural regions lack access to credit? Local variation in small business loans and firm growth. *Regional Studies*, 56(11), 1-15. doi:10.1080/00343404.2021.2016681
- Kärnä, A., Manduchi, A., & Stephan, A. (2021). Distance still matters: Local bank closures and credit availability. *International Review of Finance*, 21(4), 1503–1510. doi:10.1111/irfi.12329
- Kautonen, T., Fredriksson, A., Minniti, M., & Moro, A. (2020). Trust-based banking and SMEs' access to credit. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00191. doi:10.1016/j.jbvi.2020.e00191
- KfW Research. (2022). *KfW Mittelstandspanel 2022*. KfW Bankengruppe, Abteilung Volkswirtschaft, Frankfurt am Main. doi:<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-KfW-Mittelstandspanel/KfW-Mittelstandspanel-2022-Tabellenband.pdf>
- Khan, B. S. (2004). *Consumer Adoption of Online Banking: Does Distance Matter?* Working Paper, University of California at Berkeley, Berkeley, CA.
- Knyazeva, A., & Knyazeva, D. (2012). Does being your bank's neighbor matter? *Journal of Banking & Finance*, 36(4), 1194–1209. doi:10.1016/j.jbankfin.2011.11.011
- Kysucky, V., & Norden, L. (2016). The Benefits of Relationship Lending in a Cross-Country Context: A Meta-Analysis. *Management Science*, 62(1), 90–110. doi:10.1287/mnsc.2014.2088
- La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). Legal Determinants of External Finance. *The Journal of Finance*, 52, 1131-1150. doi:10.2307/2329518
- Lam, R., & Burton, S. (2005). Bank selection and share of wallet among SMEs: Apparent differences between Hong Kong and Australia. *Journal of Financial Services Marketing*, 9(3), 204–213. doi:10.1057/palgrave.fsm.4770154
- Lam, R., & Burton, S. (2006). SME banking loyalty (and disloyalty): a qualitative study in Hong Kong. *International Journal of Bank Marketing*, 24(1), 37–52. doi:10.1108/02652320610642335
- Lardon, A., Deloof, M., & Jorissen, A. (2017). Outside CEOs, board control and the financing policy of small privately held family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 8(1), 29–41. doi:10.1016/j.jfbs.2017.01.002

- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439. doi:10.1016/j.jbusres.2016.01.013
- Lehmann, E., & Neuberger, D. (2001). Do lending relationships matter? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 45(4), 339–359. doi:10.1016/S0167-2681(01)00151-2
- Liberti, J. M., & Petersen, M. A. (2019). Information: Hard and Soft. *The Review of Corporate Finance Studies*, 8(1), 1–41. doi:10.1093/rcfs/cfy009
- Lu, Z., Wu, J., Li, H., & Nguyen, D. K. (2022). Local Bank, Digital Financial Inclusion and SME Financing Constraints: Empirical Evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 58(6), 1712–1725. doi:10.1080/1540496X.2021.1923477
- MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2012). Common Method Bias in Marketing: Causes, Mechanisms, and Procedural Remedies. *Journal of Retailing*, 88(4), 542–555. doi:10.1016/j.jretai.2012.08.001
- Marek, P., & Stein, I. (2022). *Basel III and SME bank finance in Germany*. Deutsche Bundesbank. Frankfurt: Deutsche Bundesbank.
- Milani, C. (2014). Borrower–lender distance and loan default rates: Macro evidence from the Italian local markets. *Journal of Economics and Business*, 71, 1–21. doi:10.1016/j.jeconbus.2013.09.002
- Mitter, C. (2012). Firm-bank relationships and bank selection criteria: empirical evidence from Austrian and German companies. *European Journal of Management*, 12(3).
- Moro, A., & Fink, M. (2013). Loan managers' trust and credit access for SMEs. *Journal of Banking & Finance*, 37(3), 927–936. doi:10.1016/j.jbankfin.2012.10.023
- Murinde, V., Rizopoulos, E., & Zachariadis, M. (2022). The impact of the FinTech revolution on the future of banking: Opportunities and risks. *International Review of Financial Analysis*, 81, 102103. doi:10.1016/j.irfa.2022.102103
- Newby, R., Watson, J., & Woodliff, D. (2003). SME Survey Methodology: Response Rates, Data Quality, and Cost Effectiveness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 163–172. doi:10.1046/j.1540-6520.2003.00037.x
- Nguyen, H. T., Nguyen, T. T., Le Dang, X. P., & Nguyen, H. M. (2022). Informal financing choice in SMEs: do the types of formal credit constraints matter? *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(3), 313–332. doi:10.1080/08276331.2019.1692441
- Nguyen, H.-L. (2019). Are Credit Markets Still Local? Evidence from Bank Branch Closings. *American Economic Journal: Applied Economics*, 11(1), 1-32. doi:10.1257/app.20170543
- Nitani, M., & Legendre, N. (2021). Cooperative lenders and the performance of small business loans. *Journal of Banking & Finance*, 128, 106125. doi:10.1016/j.jbankfin.2021.106125
- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994). The Benefits of Lending Relationships: Evidence from Small Business Data. *The Journal of Finance*, 49(1), 3–37. doi:10.1111/j.1540-6261.1994.tb04418.x

- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (2002). Does Distance Still Matter? The Information Revolution in Small Business Lending. *The Journal of Finance*, 57(6), 2533–2570. doi:10.1111/1540-6261.00505
- Pielsticker, D. I., & Hiebl, M. R. (2020). Survey Response Rates in Family Business Research. *European Management Review*, 17(1), 327–346. doi:10.1111/emre.12375
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. doi:10.1037/0021-9010.88.5.879
- Rice, T., & Strahan, P. E. (2010). Does Credit Competition Affect Small-Firm Finance? *The Journal of Finance*, 65(3), 861–889. doi:10.1111/j.1540-6261.2010.01555.x
- Romano, C. A., Tanewski, G. A., & Smyrniotis, K. X. (2001). Capital structure decision making: A model for family business. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 285–310. doi:10.1016/S0883-9026(99)00053-1
- Roure, C. d., Pelizzon, L., & Thakor, A. (2022). P2P Lenders versus Banks: Cream Skimming or Bottom Fishing? *The Review of Corporate Finance Studies*, 11(2), 213–262. doi:10.1093/rcfs/cfab026
- Saparito, P. A., Chen, C. C., & Sapienza, H. J. (2004). The Role of Relational Trust in Bank–Small Firm Relationships. *Academy of Management Journal*, 47(3), 400–410. doi:10.5465/20159589
- Schriesheim, C. A. (1979). The Similarity of Individual Directed and Group Directed Leader Behavior Descriptions. *Academy of Management Journal*, 22(2), 345–355. doi:10.5465/255594
- Scott, J. A. (2004). Small Business and the Value of Community Financial Institutions. *Journal of Financial Services Research*, 25(2/3), 207–230. doi:10.1023/B:FINA.0000020661.30763.fe
- Seshadri, S., & Broekemier, G. M. (2022). Small Business Executives’ Online Survey Response Intentions: The Effects of Incentives and Survey Length. *Small Business Institute Journal*, 18(2), 1-9. doi:10.53703/001c.32575
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. doi:10.1016/j.tele.2014.05.003
- Sharpe, S. A. (1990). Asymmetric Information, Bank Lending and Implicit Contracts: A Stylized Model of Customer Relationships. *The Journal of Finance*, 45(4), 1069-1087. doi:10.2307/2328715
- Singh, F., & Kaur, M. (2015). Why Exporting SMEs Switch Banks? *Global Business Review*, 16(4), 652–664. doi:10.1177/0972150915581109
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675–1697. doi:10.1108/MD-09-2019-1318

- Stein, J. C. (2002). Information Production and Capital Allocation: Decentralized versus Hierarchical Firms. *The Journal of Finance*, 57(5), 1891–1921. doi:10.1111/0022-1082.00483
- Surowiecki, J. (2014). *The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few*. London: Abacus.
- Tang, H. (2019). Peer-to-Peer Lenders Versus Banks: Substitutes or Complements? *Review of Financial Studies*, 32(5), 1900–1938. doi:10.1093/rfs/hhy137
- Thakor, A. V. (2020). Fintech and banking: What do we know? *Journal of Financial Intermediation*, 41, 100833. doi:10.1016/j.jfi.2019.100833
- Trayler, R., Nielson, J., & Jones, R. (2000). How small business firms select a bank: Comparisons between the United States and Australia. *Journal of Financial Services Marketing*, 5(1), 73–85. doi:10.1057/palgrave.fsm.4770008
- Udell, G. F. (2008). What's in a relationship? The case of commercial lending. *Business Horizons*, 51(2), 93–103. doi:10.1016/j.bushor.2007.10.005
- Udell, G. F. (2009). Financial Innovation, Organizations, and Small Business Lending. In P. Alessandrini, *The changing geography of banking and finance* (S. 15–26). Heidelberg: Springer. doi:10.1007/978-0-387-98078-2_2
- Walthoff-Borm, X., Schwienbacher, A., & Vanacker, T. (2018). Equity crowdfunding: First resort or last resort? *Journal of Business Venturing*, 33(4), 513–533. doi:10.1016/j.jbusvent.2018.04.001
- Widener, S. K. (2007). An Empirical Analysis of the Levers of Control Framework. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7-8), 757-788. doi:10.1016/j.aos.2007.01.001
- Wiersch, A. M., Miseara, L., Marre, A., & Wavering Corcoran, E. (2022). *Small Business Credit Survey - 2022 Report on Employer Firms*. United States Federal Reserve System, Washington, D.C. doi:10.55350/sbcs-20230308
- Xiang, D., Zhang, Y., & Worthington, A. C. (2021). Determinants of the Use of Fintech Finance Among Chinese Small and Medium-Sized Enterprises. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 68(6), 1590–1604. doi:10.1109/TEM.2020.2989136
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860. doi:10.1016/S0166-4972(03)00130-5
- Yuan, K., Li, W., & Zhang, W. (2023). Your next bank is not necessarily a bank: FinTech expansion and bank branch closures. *Economics Letters*, 222, 110948. doi:10.1016/j.econlet.2022.110948
- Zhao, C., Noman, A. H., & Asiaei, K. (2022). Exploring the reasons for bank-switching behavior in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 242–262. doi:10.1108/IJBM-01-2021-0042
- Zhao, T., & Jones-Evans, D. (2017). SMEs, banks and the spatial differentiation of access to finance. *Journal of Economic Geography*, 17(4), 791–824. doi:10.1093/jeg/lbw029

- Zhao, T., Luintel, K. B., & Matthews, K. (2021). Soft information and the geography of SME bank lending. *Regional Studies*, 55(4), 679–692. doi:10.1080/00343404.2020.1851024
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540. doi:10.1108/10662241111176353
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767. doi:10.1016/j.chb.2010.01.013

9 Anhang

Anhang 1: Abdruck des versendeten Fragebogens

An das:
Ludwig-Fröhler-Institut für Handwerkswissenschaften
Max-Joseph-Str.4
80333 München



Fragebogen zum Einfluss der Digitalisierung auf die Bankbeziehungen von Handwerksbetrieben

Wichtige Informationen zum Ausfüllen des Fragebogens:			
1. Die Umfrage ist so angelegt, dass sie leicht und schnell auszufüllen ist. Die Bearbeitungszeit beträgt lediglich 5-10 Minuten. 2. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Bitte füllen Sie den Fragebogen vollständig aus. 3. Die Teilnahme ist freiwillig und erfolgt vollständig anonym - es werden keinerlei Kontaktdaten erfasst oder gespeichert. 4. Der Fragebogen umfasst keine personenbezogenen Daten. Unternehmensbezogene Daten werden lediglich generisch erfasst und sind nicht zum ausfüllenden Betrieb zurückverfolgbar. 5. Die erhobenen Daten werden zu keinem Zeitpunkt an Dritte weitergegeben. Eine gewerbliche Nutzung jeglicher Art ist ausgeschlossen. 6. Alle erhobenen Daten werden nach Abschluss der Analyse und Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist unwiderruflich gelöscht. Eine sofortige Löschung aller Daten kann auch jederzeit auf Ihren Wunsch hin veranlasst werden.			
1: Informationen zu Ihrem Betrieb			
1.1	Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie derzeit in Ihrem Betrieb?	☐ unter 5 ☐ 5 - 9 ☐ 10 - 19	☐ 20 - 34 ☐ 34 - 49 ☐ 50 und mehr
1.2	Wie hoch war im vergangenen Geschäftsjahr Ihr Jahresumsatz in Euro?	☐ unter 50.000 ☐ 50.000 – 125.000 ☐ 125.001 – 250.000	☐ 250.001 – 500.000 ☐ 500.001 – 5 Millionen ☐ über 5 Millionen
1.3	Wo befindet sich der Hauptsitz Ihres Unternehmens?	PLZ: ____-____-____ (Diese Angabe wird benötigt, um Rückschlüsse auf das Filialnetz in Ihrer Umgebung schließen zu können.)	
1.4	In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?	☐ Bau- und Ausbaugewerbe ☐ Metall und Elektro ☐ Verarbeitendes Gewerbe ☐ Bekleidung, Textil und Leder ☐ Lebensmittelhandwerk ☐ Gesundheitshandwerk ☐ Persönliche Dienstleistungen ☐ Sonstiges: _____	
1.5	Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.	☐ Weiblich ☐ Divers	☐ Männlich ☐ Keine Angabe
1.6	Bitte geben Sie Ihr Geburtsjahr an.	____-____-____	
1.7	Welche Bedeutung hat die Digitalisierung für Ihren Betrieb und Ihr Geschäftsfeld insgesamt?	☐ Sehr hohe Bedeutung ☐ Hohe Bedeutung	☐ Eher geringe Bedeutung ☐ Keine Bedeutung

2: Informationen zu Ihren betrieblichen Bankbeziehungen			
2.1	Zu wie vielen verschiedenen Kreditinstituten unterhalten Sie derzeit Geschäftsbeziehungen?	☐ 0 ☐ 1	☐ 2 ☐ 3 oder mehr
2.2	Waren Sie in den vergangenen 5 Jahren von einer Filialschließung eines Kreditinstitutes, zu dem Sie eine Geschäftsbeziehung unterhalten, betroffen?	☐ Ja ☐ Nein	
2.3	Zu welcher dieser Arten von Kreditinstituten unterhalten Sie Geschäftsbeziehungen? (Mehrfachauswahl ist möglich)	☐ Sparkasse/Landesbank ☐ Genossenschaftsbank (z.B. Volksbank, Raiffeisenbank, DZ Bank) ☐ Inländische Geschäftsbank (z.B. Commerzbank, Deutsche Bank) ☐ Ausländische Geschäftsbank (z.B. Santander, BNP, Credit Suisse) ☐ Online- oder Direktbank (z.B. ING, DKB, Consorsbank)	
2.4	Würden Sie eines dieser Kreditinstitute als Ihre Hausbank bezeichnen?	☐ Ja: _____ ☐ Nein → Weiter mit Frage 3.1	
2.5	Seit wie vielen Jahren unterhalten Sie die Geschäftsbeziehung zu Ihrer Hausbank?	☐ Bis zu 2 Jahre ☐ 3 – 5 Jahre	☐ 6 – 10 Jahre ☐ mehr als 10 Jahre
2.6	Wie oft hat in der Zeit, in der Sie mit Ihrer Hausbank zusammenarbeiten, Ihr Ansprechpartner/Betreuer auf Seiten der Bank gewechselt?	☐ Noch nie ☐ Einmal	☐ Zweimal ☐ Dreimal und öfter
2.7	Haben Sie Ihre Hausbank seit der Gründung Ihres Betriebs einmal gewechselt oder einen Wechsel zumindest ernsthaft in Betracht gezogen?	☐ Ja, Wechsel vollzogen. ☐ Ja, Wechsel in Betracht gezogen, aber nicht vollzogen. ☐ Nein.	

3: Informationen zu Ihren Finanzierungsbedingungen						
3.1	Bezogen auf Ihre Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Banken in den vergangenen 5 Jahren, wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?					
		Stimme nicht zu				Stimme voll zu
		1	2	3	4	5
	Banken gewähren Kredite in der Regel nur unter Bereitstellung persönlicher Bürgschaften der Eigentümer.	☐	☐	☐	☐	☐
	Banken gewähren Kredite in der Regel nur unter Bereitstellung betrieblicher Sicherheiten (z.B. Grundschuld oder andere Sachsicherheiten).	☐	☐	☐	☐	☐
	Im Rahmen der Kreditentscheidung durch Banken spielt das Vertrauen der Entscheider in das Unternehmen und sein Management eine große Rolle.	☐	☐	☐	☐	☐
	Ein gutes persönliches Verhältnis zum Bankberater beeinflusst Kreditentscheidungen positiv.	☐	☐	☐	☐	☐
	Laufende, kurzfristige Verbindlichkeiten werden bei Fälligkeit automatisch erneuert bzw. verlängert.	☐	☐	☐	☐	☐
3.2	Zu den verfügbaren Konditionen (Zinsen, Sicherheiten, ...) hätten wir mehr Kreditmittel aufnehmen sollen, als wir es getan haben.					
		Deutlich verschlechtert				Deutlich verbessert
		1	2	3	4	5
	Höhe der Zinsen	☐	☐	☐	☐	☐
	Höhe der verfügbaren Kreditlinien und Darlehen	☐	☐	☐	☐	☐
	Laufzeiten der verfügbaren Kreditlinien und Darlehen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anforderungen an zu hinterlegende Sicherheiten	☐	☐	☐	☐	☐
	Verfügbarkeit und Konditionen von Lieferantenkrediten	☐	☐	☐	☐	☐
3.3	Hatten Sie in den vergangenen 5 Geschäftsjahren einen höheren Kapitalbedarf, als Ihnen Kreditmittel durch Banken gewährt wurden?					
3.4	Wären Sie in den vergangenen 5 Geschäftsjahren bereit gewesen, höhere Zinsen für zusätzliche Kreditmittel zu bezahlen?					
	☐ Ja					☐ Nein
	☐ Ja					☐ Nein

4: Informationen zur Nutzung digitaler Finanzierungsanbieter						
4.1	Welche der folgenden digitalen Finanzierungsmöglichkeiten und -anbieter haben Sie bereits genutzt oder eine Nutzung zumindest konkret in Betracht gezogen?					
		Bereits genutzt	Nutzung in Betracht gezogen	Weder noch	Nicht bekannt	
	Direkt- bzw. Onlinebanken (z.B. ING, DKB, Consors)	☐	☐	☐	☐	
	FinTechs (z.B. N24, Revolut)	☐	☐	☐	☐	
	Crowdfunding	☐	☐	☐	☐	
	Vergleichs- und Vermittlungsplattformen (z.B. Finanzcheck.de, Check24, Smava)	☐	☐	☐	☐	
	Kreditmarktplätze und Peer-to-Peer Kredite (z.B. Auxmoney, FundingCircle)	☐	☐	☐	☐	
4.2	Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen bezüglich der Sicherheit von Transaktionen mit digitalen Finanzdienstleistern zu?					
		Stimme gar nicht zu			Stimme voll zu	
		1	2	3	4	5
	Digitale Finanzdienstleister haben adäquate Schutzmechanismen implementiert, um die Sicherheit meiner vertraulichen Daten und Informationen zu gewährleisten.	☐	☐	☐	☐	☐
	Digitale Finanzdienstleister agieren im Umgang mit Ihren Kunden ehrlich und vertrauensvoll.	☐	☐	☐	☐	☐
	Digitale Finanzdienstleister werden von den Behörden mindestens genauso streng kontrolliert wie traditionelle Kreditinstitute.	☐	☐	☐	☐	☐
4.3	Haben Sie privat schon einmal einen digitalen Finanzdienstleister genutzt?	☐ Ja		☐ Nein		
Vielen Dank für Ihre Zeit und die Beantwortung des Fragebogens!						

2023

Ludwig-Fröhler-Institut
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



DHKT

sowie die
Wirtschaftsministerien
der Bundesländer