

SCHRIFTENREIHE FINANZIERUNG UND BANKEN

Herausgeber: Prof. Dr. Detlev Hummel

Jana Gersch

Studienfinanzierung durch Kreditinstitute



Verlag Wissenschaft & Praxis



Studienfinanzierung durch Kreditinstitute

SCHRIFTENREIHE FINANZIERUNG UND BANKEN

herausgegeben von
Prof. Dr. Detlev Hummel

Band 14

Jana Gersch

Studienfinanzierung durch Kreditinstitute

Verlag Wissenschaft & Praxis



Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-89673-479-2

© Verlag Wissenschaft & Praxis
Dr. Brauner GmbH 2009
D-75447 Sternenfels, Nußbaumweg 6
Tel. 07045/930093 Fax 07045/930094

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung 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.

Printed in Germany

Geleitwort

Der politisch forcierte Übergang zu strukturierten Studienabschlüssen in Deutschland soll einen einheitlichen Bildungsraum in Europa schaffen. Eine Straffung der Studienabläufe wie mehr Mobilität der Studierenden – insbesondere auch durch die schrittweise Einführung von Studiengebühren – stellen alle Beteiligten gleichermaßen vor neue Herausforderungen eines sich verstärkenden Wettbewerbs um Studierende und um Karrieremöglichkeiten.

Eine Finanzierung durch Eltern, Ersparnisse, BAföG und Nebenjobs reicht dabei oftmals nicht mehr aus. Kreditinstitute können hierbei nicht nur die staatlichen Förderungen ergänzen und zur Beschleunigung der Studienabschlüsse beitragen, sondern zugleich im Heimatmarkt eine potentialstarke Kundengruppe entdecken und binden. Dieser Ansatz ist für beide Seiten nicht unproblematisch und kann nur in einem längerfristigen Prozess erfolgreich entwickelt werden. Internationale Erfahrungen – beispielsweise in den USA oder in Australien – zeigen die Brisanz der Thematik.

Basierend auf theoretischen Betrachtungen und auf empirischen Analysen im internationalen Vergleich behandelt die vorliegende Arbeit nachfrageorientierte Gestaltungsmöglichkeiten für Studienfinanzierungen durch Kreditinstitute und andere Wettbewerber im deutschen Markt. Eine deutschlandweite Befragung von Studierenden durch Kooperation der Universität Potsdam mit der HIS (Hochschul-Informationssystem GmbH) ermöglicht der Autorin eine erste Schätzung der Studienkredite in verschiedenen Zukunftsszenarien. Für Institutionen der Finanzwirtschaft werden zugleich Anregungen für Akquisitionen und Produktbündel im Retailgeschäft vermittelt. Dies ist ein wichtiger Beitrag in einer Zeit, wo sich einige Geschäftsmodelle der Finanzwirtschaft als nicht nachhaltig erwiesen haben.

Der hier vorliegende Band 14 der Schriftenreihe Finanzierung und Banken zeugt einerseits von einer Erweiterung des Forschungsspektrums in Potsdam und verbindet zugleich sehr aktuelle Fragestellungen im Hochschulwesen und in der Kreditwirtschaft. In beiden Bereichen müssen strukturelle Schwächen überwunden werden. Der Herausgeber freut sich auf die weitere Diskussion dieser Fragen und hofft auf eine große Resonanz zu den vorgelegten Forschungsergebnissen.

Potsdam, im Februar 2009

Prof. Dr. Detlev Hummel

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand während meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Finanzierung und Banken an der Universität Potsdam und wurde im Dezember 2008 von der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Potsdam als Dissertation angenommen.

Bei meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Detlev Hummel, möchte ich mich nicht nur für die Chance zur Promotion, sondern auch für die konstruktiven Gespräche zur Themenfindung und -begleitung bedanken. Darüber hinaus ermöglichte er mir, insbesondere in der wichtigen Abschlussphase, den notwendigen Freiraum, um konzentriert an der Dissertation arbeiten zu können.

Herrn Prof. Dr. Hans-Georg Petersen danke ich für die Übernahme des Zweitgutachtens, vor allem aber für die wertvollen Hinweise in seinem Doktorandenseminar und die Unterstützung während der gesamten Promotionszeit.

Für die Möglichkeit der Durchführung des gemeinsamen Projektes zur Befragung des HISBUS-Panels möchte ich mich ganz herzlich bei der HIS Hochschul-Informationssystem GmbH und meiner dortigen Projektkollegin Frau Fatma Ebcinoğlu bedanken.

Besonderer Dank gilt Herrn Dr. Bert Helwing und Herrn Michael Pfüller. Sie haben sich durch die Entwürfe der Arbeit gekämpft und mit ihren konstruktiven Anmerkungen zum Gelingen der Arbeit beigetragen. Herrn Dr. Knut Bartels und Herrn Christian Wildmann möchte ich ebenfalls für ihr schnelles und kompetentes Feedback zu den einzelnen Teilen der Arbeit und ihre ständige Gesprächsbereitschaft danken.

Darüber hinaus gaben mir die Mitarbeiter und Doktoranden des Lehrstuhls in Seminaren fachliche Anregungen. Mit ihnen konnte ich außerdem auch auf außeruniversitären Veranstaltungen die Gedanken schweifen lassen, um danach mit neuem Elan die Arbeit fortzusetzen.

Meinen Freunden und meiner Familie danke ich für ihr Verständnis und ihre Geduld in den verschiedenen Phasen der Arbeit. Ihre moralische Unterstützung und ihr ungebrochener Glaube an mich gaben mir Halt und waren wichtiger Ansporn die Arbeit fertigzustellen.

Potsdam, im Februar 2009

Jana Gersch

Inhaltsverzeichnis

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	13
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	16
TABELLENVERZEICHNIS	20
I. EINLEITUNG	23
1 AUSGANGSLAGE	23
2 ZIELSTELLUNG UND ABGRENZUNG	25
3 GANG DER ARBEIT	28
II. GRUNDLAGEN DER STUDIENFINANZIERUNG	31
1 HOCHSCHULFINANZIERUNG UND STUDIENFINANZIERUNG	31
2 DIE HUMANKAPITALTHEORIE	34
2.1 Bildungsökonomische Ansätze im Überblick.....	34
2.2 Grundidee des Humankapitalansatzes	36
2.3 Private Erträge aus Investitionen in Humankapital	38
2.4 Kritik am Humankapitalansatz	44
3 STUDIERENDE ALS ATTRAKTIVE ZIELGRUPPE IM RETAIL BANKING	46
3.1 Vorbemerkungen.....	46
3.2 Kundensegmentierung	47
3.3 Kundenertragswert von Studierenden.....	49
4 HERAUSFORDERUNGEN PRIVATER KAPITALGEBER IM RAHMEN DER STUDIENFINANZIERUNG	52
4.1 Unsicherheit und Informationsasymmetrien.....	52
4.2 Rückzahlungsrisiken bei der Studienfinanzierung	57
III. STUDIENFINANZIERUNGSMODELLE IM VERGLEICH	63
1 DAS ‚KLASSISCHE‘ KREDITMODELL – EINKOMMENSUNABHÄNGIGE RÜCKZAHLUNG.....	64
2 HUMAN CAPITAL CONTRACTS – EINKOMMENSABHÄNGIGE RÜCKZAHLUNG.....	69
3 DAS ‚HYBRIDE‘ MODELL – EINKOMMENSABHÄNGIGES DARLEHEN.....	74
4 ZUSAMMENFASSENDE GEGENÜBERSTELLUNG	79
5 INTERNATIONALE ERFAHRUNGEN	84

IV.	STUDIENFINANZIERUNG IN DEN USA.....	87
1	ÜBERBLICK ÜBER DIE MÖGLICHKEITEN DER STUDIENFINANZIERUNG	87
	1.1 Ausgaben und Finanzierungsquellen der Studierenden.....	87
	1.2 Entwicklung der Studienkreditangebote.....	90
	1.3 Akteure auf dem Studienfinanzierungsmarkt	94
2	STAATLICHE STUDIENFINANZIERUNG	97
	2.1 Studienkredit-Programme.....	98
	2.2 Studienkredittypen.....	100
	2.3 Darlehensrückzahlung	104
	2.4 Ausfallraten.....	105
3	PRIVATE STUDIENFINANZIERUNG.....	107
	3.1 Charakteristika privater Studienkreditnehmer.....	107
	3.2 Ausgestaltung privater Studienkredite.....	110
	3.3 Ausfallraten.....	113
	3.4 Vergleich privater und staatlicher Studienkredite	116
4	DER ZWEITMARKT UND DIE VERBRIEFUNG VON STUDIENKREDITEN	118
	4.1 Studienkredit-ABS Markt.....	118
	4.2 Struktur von Studienkreditverbriefungstransaktionen.....	122
	4.3 Ausgestaltung	128
	4.4 Bonitätsverbesserungen	131
5	ZUSAMMENFASSUNG UND KRITISCHER AUSBLICK	135
V.	MARKTPROGNOSE FÜR DEUTSCHLAND.....	137
1	VORBETRACHTUNGEN	137
	1.1 Studierendenbefragungen als Grundlage der Marktprognose	137
	1.1.1 Die HISBUS-Befragung	137
	1.1.2 Vergleichsuntersuchungen.....	140
	1.2 Die Gesamtnachfrage der Studierenden nach Finanzmitteln	143
	1.3 Allgemeine Nachfragebereitschaft nach Studienkrediten	144
2	MARKTÜBERBLICK: STUDIENKREDITE IN DEUTSCHLAND.....	149
	2.1 Einführung – Gesamtmarkt.....	149
	2.2 Ausgewählte Studienkreditangebote	151
	2.3 Bekanntheit und Nutzung von Studienkrediten.....	157
	2.4 Zusammenfassende Diskussion der Wettbewerbssituation.....	162

3	NACHFRAGERVERHALTEN.....	165
3.1	Einführung zur Nachfrage nach Studienkrediten	165
3.1.1	Komponenten und Determinanten des Nachfragerverhaltens	165
3.1.2	Modellierungsansätze der Studienkreditnachfrage.....	166
3.2	Persönliche und soziodemographische Faktoren.....	171
3.2.1	Die Einkommenssituation.....	171
3.2.2	Die Ausgabensituation.....	175
3.2.3	Finanzierungsdefizite.....	177
3.2.4	Charakteristika der Studienkreditnehmer	186
3.3	Intrapersonelle Faktoren	193
3.3.1	Einstellung der Studierenden zu Studiendarlehen.....	193
3.3.2	Motive für die Auseinandersetzung mit der Thematik Studienkredit	200
3.3.3	Weitere Faktoren	202
3.4	Umfeldfaktoren.....	204
3.5	Zusammenfassung prognoserelevanter Einflussfaktoren	206
4	PROGNOSE DES NEUKREDITVOLUMENS	210
4.1	Prognoseverfahren	210
4.1.1	Mathematisch/statistische Verfahren.....	210
4.1.2	Heuristische Modelle	211
4.2	Entwicklung der Szenarien	212
4.3	Ergebnisse der Szenariobetrachtung.....	219
VI.	DIE NACHFRAGEORIENTIERTE GESTALTUNG DER MARKTPOLITISCHEN AKTIONSPARAMETER IM BEREICH DER STUDIENKREDITE	223
1	ANFORDERUNGEN DER STUDIERENDEN AN DIE AUSGESTALTUNG	223
1.1	Risikoreduzierung.....	224
1.2	Auszahlung	228
1.3	Rückzahlung	231
1.4	Weitere Anforderungen	235
1.4.1	Inhaltsanalyse als Methodik zur Auswertung offener Fragen.....	235
1.4.2	Auswertung der offenen Frage	239
1.5	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	243
2	IMPLIKATIONEN FÜR DIE MARKTPOLITISCHEN AKTIONSPARAMETER	247
3	PRODUKTPOLITIK	250
3.1	Gestaltungsmöglichkeiten von Studienkrediten	251
3.2	Bewertung des Marktangebotes.....	258
3.3	Flexibilität und Individualität der Produktgestaltung.....	261

Inhaltsverzeichnis

3.4	Weitere Angebote für Studierende und Akademiker	266
4	PREISPOLITIK	270
4.1	Ziele und Strategien der Preispolitik	270
4.2	Einflussfaktoren der Preispolitik	271
4.3	Preispolitische Maßnahmen.....	272
4.4	Rabatt- und Bonussysteme	274
5	VERTRIEBS- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK	279
VII.	ZUSAMMENFASSUNG	283
	ANHANG	295
	LITERATURVERZEICHNIS	311

Abkürzungsverzeichnis

ABS	Asset-Backed Security
abgeschl.	Abgeschlossen
Agrar/Forst/Ernaeh.	Agrar-/Forst- und Ernährungswissenschaften
BAföG	Bundesausbildungsförderungsgesetz
BDA	Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
CDO	Collateralised Debt Obligations
CHE	Centrum für Hochschulentwicklung
dbde	dbde Deutsche Bildung GmbH
DKB	Deutsche Kreditbank AG
durchschn.	durchschnittlich
dtl.-weit	deutschlandweit
DSGV	Deutscher Sparkassen- und Giroverband
eff.	effektiv
EURIBOR	European Interbank Offered Rate
FAFSA	Fee Application for Federal Student Aid
FAO	Financial Aid Office
FFELP	Federal Family Education Loan Program (FFEL Programm)
FDLP	William D. Ford Federal Direct Student Loan Program; Direct Loan Program
FN	Fußnote
FSEOG	Federal Supplemental Educational Opportunity Grant
FWS	Federal Work-Study
G	Sättigungsgrenze
HCC	Human Capital Contract

Abkürzungsverzeichnis

HECS	Australien Higher Education Contribution System
HIS	Hochschul-Informations-System GmbH
HISBUS	Studierenden-Panel von der HIS Hochschul-Informations-System GmbH, unterstützt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung
ICL	Income Contingent Loan – einkommensabhängiges Darlehen
i. d. R.	in der Regel
i. H. v.	in Höhe von
Ingenieurwiss.	Ingenieurwissenschaften
IRR	Internal Rates of Return
k. A.	keine Angabe
KA	Kreditnehmeranteil
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KN	Kreditnehmer
KWG	Gesetz über das Kreditwesen – Kreditwesengesetz
Kulturwiss.	Kulturwissenschaften
max.	maximal
MBS	Mortgage Backed Securities
Naturwiss.	Naturwissenschaften
Nicht-KN	Nicht-Kreditnehmer
NBank	Investitions- und Förderbank Niedersachsen
NRW.Bank	Förderbank des Landes Nordrhein-Westfalen
nom.	nominal
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PLUS	Federal Parent Loan for Undergraduate Students
pot. Kreditnehmer i.e.S.	potentielle Kreditnehmer im engeren Sinne
pot. Kreditnehmer i.w.S.	potentielle Kreditnehmer im weitesten Sinne

Abkürzungsverzeichnis

Rechtswiss.	Rechtswissenschaften
RRN	Reset Rate Notes
REEF	Robertson Education Empowerment Foundation
Sem.	Semester
SLABS	Student Loan Asset-Backed Security
SLRF	Student Loan Reserve Fund
SLM	Student Loan Marketing Association (Sallie Mae)
SMO	Secondary Market Organisation
Sozialwiss.	Sozialwissenschaften
SPV	Special Purpose Vehicle – Zweckgesellschaft
staatl.	staatlich
TERI	The Education Resources Institute, Inc.
USA	United States of America
var.	variabel
VR-Banken	Volks- und Raiffeisenbanken
w	Wachstumsrate des Kreditnehmeranteils
Wirtschaftswiss.	Wirtschaftswissenschaften
zugl.	zugelassen
ZUMA	Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nachfrage- und Angebotsseite von Studienkrediten	27
Abbildung 2: Verteilung öffentlicher und privater Quellen an der Finanzierung von Hochschuleinrichtungen	31
Abbildung 3: Finanzierungsquellen der Studierenden.....	33
Abbildung 4: Themenfelder der Bildungsökonomie und Ansatzpunkte der Humankapitaltheorie.....	34
Abbildung 5: Arbeitslosenquoten je Bildungsabschluss im Zeitverlauf: Deutschland und OECD-Durchschnitt	39
Abbildung 6: Entwicklung des Brutto-Stundenlohns von 1992–2002 in den alten und neuen Bundesländern	40
Abbildung 7: Bildungsrendite von Hochschulbildung in ausgewählten OECD-Ländern, 2001	42
Abbildung 8: Wert- und kundenorientierte Segmentierung.....	48
Abbildung 9: Bestandteile des monetären Kundengesamtwertes.....	50
Abbildung 10: Brutto-Jahreseinkommen vollzeiterwerbstätiger Absolventen des Abschlussjahrgangs 1997 nach Erwerbsstatus	60
Abbildung 11: Grundmodelle der Studienfinanzierung durch Finanzdienstleister	63
Abbildung 12: Gesamter Rückzahlungsbetrag und Nettoeinkommen während der Rückzahlungsperiode bei einkommensunabhängiger Rückzahlung	66
Abbildung 13: Einzahlungs- und Ertragsfunktion der Kreditgeber bei klassischen Darlehen.....	67
Abbildung 14: Gesamter Rückzahlungsbetrag und Nettoeinkommen während der Rückzahlungsperiode bei einkommensabhängiger Rückzahlung (HCCs).....	70
Abbildung 15: Einzahlungs- und Ertragsfunktion der Kapitalgeber bei Human Capital Contracts.....	71
Abbildung 16: Funktionsweise eines fondsbasierten Angebots von Human Capital Contracts.....	72
Abbildung 17: Rückzahlungsbetrag und Nettoeinkommen während der Rückzahlungsperiode bei einem einkommensabhängigen Darlehen ...	75

Abbildung 18: Einzahlungs- und Ertragsfunktion der Kreditgeber bei einkommensabhängigen Darlehen	76
Abbildung 19: Einkommensabhängige Darlehen mit Beteiligung von Kreditinstituten	78
Abbildung 20: Nettoeinkommen der Kapitalnehmer während der Rückzahlungsperiode bei den drei Finanzierungsmodellen	80
Abbildung 21: Ertrag der Kapitalgeber in Abhängigkeit des Kapitalnehmereinkommens während der Rückzahlungsperiode bei den drei Finanzierungsmodellen	82
Abbildung 22: Durchschnittliche Gesamtausgaben und Studiengebühren für Vollzeit-Studenten in den Hochschuljahren von 1976/77 bis 2006/07.....	88
Abbildung 23: Entwicklung der Studienkreditvolumina im Zeitverlauf	91
Abbildung 24: Jährliche prozentuale Wachstumsrate privater und staatlicher Studienkredite.....	92
Abbildung 25: Median der Kredithöhe von Bachelor-Absolventen.....	93
Abbildung 26: Übersicht staatliche Studienkreditprogramme und -darlehen	97
Abbildung 27: Kohorten-Ausfallraten für staatliche Studienkredite.....	106
Abbildung 28: Emissionsvolumen von Verbriefungen in den USA	120
Abbildung 29: Verteilung der ABS-Transaktionen ohne MBS in den USA, 1995 und 2005	121
Abbildung 30: Entwicklung des US-Studienkreditverbriefungsmarktes	122
Abbildung 31: Grundstruktur einer ABS-Transaktion	123
Abbildung 32: Verbriefungsstruktur staatlich besicherter Studienkredite	125
Abbildung 33: Beispielhafte Verbriefungsstruktur von privaten Studienkrediten.....	127
Abbildung 34: Spreads zum Drei-Monats Libor dreijähriger AAA-Verbriefungen, 2. April 2007 bis 29. Dezember 2007	130
Abbildung 35: Nachfragebereitschaft.....	145
Abbildung 36: Überblick zur Einführung von Studienkrediten und Studiengebühren im Zeitverlauf	151
Abbildung 37: Bekanntheitsgrad der Darlehen bei den Studierenden.....	158

Abbildung 38: Anteil Studierender mit Darlehen.....	160
Abbildung 39: Nutzungsgrad der Darlehen durch Studienkreditnehmer	161
Abbildung 40: Strukturierung der Ausführungen zum Nachfragerverhalten	170
Abbildung 41: Inanspruchnahme der Finanzierungsquellen insgesamt und Zusammensetzung der monatlichen Einnahmen nach dem Alter	172
Abbildung 42: Zusammensetzung der monatlichen Einnahmen nach Herkunft der Mittel	174
Abbildung 43: Ursachen der Finanzierungslücke.....	180
Abbildung 44: Verteilung der Studierendengruppen innerhalb der jeweiligen sozialen Herkunftsgruppe	188
Abbildung 45: Finanzierungsquellen der Studierendengruppen	190
Abbildung 46: Andere Gründe, die für die Nutzung eines Kredites zur Studienfinanzierung sprechen.....	196
Abbildung 47: Andere Gründe, die gegen die Nutzung eines Kredites zur Studienfinanzierung sprechen.....	198
Abbildung 48: Einschätzung der Chancen und Risiken der drei Studierendengruppen	199
Abbildung 49: Ursachen, sich mit der Finanzierungsalternative Studienkredit auseinanderzusetzen	201
Abbildung 50: Weitere Gründe, sich mit Studienkrediten zu beschäftigen	202
Abbildung 51: Allgemeine Determinanten der Studienkreditnachfrage	206
Abbildung 52: Vereinfachtes Modell der individuellen Nachfrage eines bestimmten Studienkreditangebotes	209
Abbildung 53: Prognose der Studierenden im Hochschulbereich.....	213
Abbildung 54: Kreditnehmeranteils-Szenarien 1-3	217
Abbildung 55: Kreditnehmeranteilsszenario 1 je Kreditvolumenszenario (A-C)	219
Abbildung 56: Kreditnehmeranteils-Szenario 2 je Kreditvolumenszenario (A-C)	220
Abbildung 57: Kreditnehmeranteils-Szenario 3 je Kreditvolumenszenario (A-C)	220
Abbildung 58: Einschätzung der Maßnahmen zur Risikoreduzierung	224
Abbildung 59: Einschätzung der Maßnahmen zur Risikoreduzierung nach Studierendengruppen	228

Abbildung 60: Einschätzung verschiedener Möglichkeiten der Auszahlungsgestaltung nach Studierendengruppen	230
Abbildung 61: Rückzahlungsbeginn und Rückzahlungszeitraum nach Studierendengruppen	232
Abbildung 62: Gestaltung der Rückzahlung nach Studierendengruppen.....	235
Abbildung 63: Ablaufprozess der Inhaltsanalyse	237
Abbildung 64: Weitere Anforderungen im Überblick – Hauptkategorien	240
Abbildung 65: Dimensionen der Absatzpolitik	247
Abbildung 66: Modulare Gestaltung des Leistungsangebotes	262
Abbildung 67: Modulares Leistungsangebot verschiedener Geschäftssparten	263
Abbildung 68: Beispiel für modulare Leistungsgestaltung von Studienkreditangeboten	265
Abbildung 69: Szenarioentwicklungen des jährlichen Neukreditvolumens.....	289
Abbildung 70: Beispielhafte Zusammenführung der Produktausgestaltungsmöglichkeiten zu einem modularen Leistungsangebot	291

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bildungsrenditen von Personen mit Fachhochschul- bzw. Hochschulabschluss gegenüber Personen mit Abitur mit bzw. ohne abgeschlossene Berufsausbildung.....	44
Tabelle 2:	Übersicht Finanzierungsmodelle	79
Tabelle 3:	Übersicht über praktizierte Grundmodelle in ausgewählten Ländern	84
Tabelle 4:	Anteil unterschiedlicher Quellen an der Studienfinanzierung.....	89
Tabelle 5:	Anteil Vollzeit-Undergraduates, die einen Studienkredit erhalten, in den Jahren 1992/93 bis 2003/04 sowie entsprechende mittlere jährliche Wachstumsraten.....	92
Tabelle 6:	Anteil der privaten Studienkreditnehmer verschiedener Studierendengruppen und durchschnittliches Kreditvolumen 2003/2004 bzw. 1999/2000.....	107
Tabelle 7:	Ausgewählte Charakteristika verschiedener Studierendengruppen getrennt nach Studierenden mit und ohne privatem Studienkredit, 2003/2004	109
Tabelle 8:	Standard & Poor's erwartete kumulative Ausfallraten für private Studienkredite	114
Tabelle 9:	Vergleich staatlicher und privater Studienkredite	117
Tabelle 10:	Ausgewählte Charakteristika der Teilnehmer der HISBUS-Befragung	140
Tabelle 11:	Absolute und prozentuale Verteilung der Studierendengruppen in der HISBUS-Befragung.....	147
Tabelle 12:	Zusammenfassung der Nachfragebereitschaft	148
Tabelle 13:	Bewilligte jährliche Kreditvolumina des Bildungskredites.....	152
Tabelle 14:	Kurzübersicht KfW-Studienkredit.....	153
Tabelle 15:	Kurzübersicht des Studienkredits der Deutschen Bank.....	153
Tabelle 16:	Kurzübersicht des Studienkredits der Dresdner Bank	154
Tabelle 17:	Kurzübersicht des DKB Studenten-Bildungsfonds	155
Tabelle 18:	Kurzübersicht Studienkredit der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken	155

Tabellenverzeichnis

Tabelle 19:	Kurzübersicht des Finanzierungsangebotes der CareerConcept AG.....	156
Tabelle 20:	Kurzübersicht des Finanzierungsangebotes der Deutsche Bildung GmbH.....	157
Tabelle 21:	Determinanten des Angebots und der Nachfrage von Studienkrediten ausgewählter Modelle.....	169
Tabelle 22:	Aktuelle Finanzierungslücke nach ausgewählten Merkmalen	179
Tabelle 23:	Erwartete Finanzierungslücke während des Studiums, nach derzeitigem ungedeckten Finanzierungsbedarf.....	182
Tabelle 24:	Zusammenfassung Finanzierungsbedarf	183
Tabelle 25:	Genannte (mögliche) kreditfinanzierte Ausgaben und abgeleitetes durchschnittliches monatliches Kreditvolumen.....	185
Tabelle 26:	Verteilung ausgewählter Merkmale bei den Studierendengruppen....	187
Tabelle 27:	Verteilung der Studierendengruppen bei Studierenden unterschiedlicher Studienfächer.....	189
Tabelle 28:	Variablen der logistischen Regression.....	191
Tabelle 29:	Ergebnisse der logistischen Regression.....	192
Tabelle 30:	Motive für oder gegen die Finanzierung mit Studienkrediten.....	194
Tabelle 31:	Ausgewählte Determinanten und ihre Wirkung auf die Nachfrage ...	208
Tabelle 32:	Nettobedarfs-Szenarien: angenommene monatliche Finanzierungsvolumina pro Student	218
Tabelle 33:	Gegenüberstellung der Ergebnisse der Aussagen zur Ausfallversicherung und Restschuldlöschung	226
Tabelle 34:	Einschätzung verschiedener Möglichkeiten der Auszahlungsgestaltung	229
Tabelle 35:	Zusammenfassung der Ausgestaltungsanforderungen aus den geschlossenen Fragen der HISBUS-Befragung.....	245
Tabelle 36:	Charakteristika und Ausprägungen von Studienfinanzierungsprodukten	252
Tabelle 37:	Bewertung der aggregierten Dimensionen des CHE-Studienkredit-Tests 2007.....	260

Tabellenverzeichnis

Tabelle 38:	Rabattbeispiele bei Studienkrediten.....	276
Tabelle 39:	Bonusbeispiele bei Studienkrediten.....	277
Tabelle 40:	Top-Ten FFELP-Studienkreditgeber gemessen an dem ausgegebenen Kreditvolumen im Jahr 2006.....	296
Tabelle 41:	Top-Ten Konsolidierungskreditgeber gemessen an dem ausgegebenen Konsolidierungskreditvolumen im Jahr 2006.....	296
Tabelle 42:	Chance: Eltern entlasten	297
Tabelle 43:	Chance: Studienbezogene Dinge leisten.....	298
Tabelle 44:	Chance: Verzicht auf Erwerbstätigkeit	299
Tabelle 45:	Risiko: Investitionsverzögerung	300
Tabelle 46:	Risiko: Kreditrückzahlung nicht leistbar	301
Tabelle 47:	Risikoreduzierungsmaßnahmen nach ausgewählten Merkmalen, Teil 1	302
Tabelle 48:	Risikoreduzierungsmaßnahmen nach ausgewählten Merkmalen, Teil 2	303
Tabelle 49:	Auszahlungsgestaltung nach ausgewählten Merkmalen, Teil 1	304
Tabelle 50:	Auszahlungsgestaltung nach ausgewählten Merkmalen, Teil 2	305
Tabelle 51:	Weitere Anforderungen – Kategoriensystem mit Anworthäufigkeiten, Teil 1.....	306
Tabelle 52:	Weitere Anforderungen – Kategoriensystem mit Anworthäufigkeiten, Teil 2.....	307
Tabelle 53:	Weitere Anforderungen – Kategoriensystem mit Anworthäufigkeiten, Teil 3.....	308
Tabelle 54:	Weitere Anforderungen – ausgewählte Antwortgruppierungen.....	309

I. Einleitung

1 Ausgangslage

Die Entwicklung des Bankenmarktes in Deutschland war nach der Jahrtausendwende geprägt von sinkenden Margen, Volatilität an den Wertpapiermärkten und abfallenden Provisionseinnahmen. Die Banken reagierten daraufhin häufig mit Restrukturierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen. Im Ergebnis wurden sowohl der Personal- als auch der Verwaltungsaufwand gesenkt. BAXMANN, U. G. (2007) hingegen bemängelt gerade die einseitige Orientierung an der Aufwandsseite. Erfolge resultierten seiner Ansicht nach weniger aus Maßnahmen zur Ertragssteigerung. Daher sei der Fokus für die Zukunft stärker auf die Ertragsseite zu lenken, ohne jedoch den zu bewältigenden Aufwand zu vernachlässigen. „Gesucht sind mithin kreditwirtschaftliche Strategien, die darauf hinauslaufen, das Volumen an Zins-, Provisions- und Handelserträgen zu erhöhen und soweit als möglich auf eine stabile Basis zu bringen“¹, so der Autor. Grundsätzlich können sich die Strategien zum einen auf das etablierte Leistungsangebot, zum anderen auf die Erweiterung dessen beziehen.²

So zeigte eine im August 2006 durchgeführte Befragung von Führungskräften der hundert größten deutschen Kreditinstitute zu Trends und Strategien bis 2009, dass drei Viertel der Befragten die Konzentration auf bestimmte Kundensegmente als eine relevante Strategie für ihr Unternehmen ansehen.³ „Außerdem halten 60 Prozent der Topbankentscheider neue Geschäftsfelder für notwendig, um die Zukunft ihrer Banken zu sichern. Geplant sind bis 2009 vor allem Innovationen im Vertrieb, im Privatkundengeschäft und bei Finanzierungen.“⁴ Dies lässt darauf schließen, dass Retail Banking weiterhin eines der wichtigsten Geschäftsfelder der Banken sein wird.

Hier setzt die vorliegende Arbeit an, in der ein in Deutschland bisher noch wenig beachteter Teil des Privatkundengeschäftes, die privaten Studienkredite, im Mittelpunkt steht. Studienkredite geben die Möglichkeit, die Dynamik im Privatkundensektor aufzugreifen. Kreditinstitute haben weitreichende Erfahrungen sowie die notwendigen Strukturen, um Studienfinanzierungen anzubieten. Hier besteht ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Unternehmen. Zudem suchen Kreditinstitute langfristige Kundenbeziehungen zu Studierenden bzw. späteren Akademikern. Die Besonderheiten dieser Kundengruppe sollten erkannt und genutzt werden, da sie für Kreditinsti-

¹ BAXMANN, U. G. (2007), S. 552.

² Vgl. BAXMANN, U. G. (2007), S. 550 und 552 f.

³ Vgl. STERIA MUMMERT CONSULTING/ F.A.Z.-INSTITUT FÜR MANAGEMENT-, MARKT UND MEDIENINFORMATIONEN GMBH (HRSG.) (2006), S. 5.

⁴ ebd.

tute eine attraktive Kundengruppe mit hohem Ertragswert sowie Cross-Selling-Potential darstellen.⁵ Der Studienkredit kann ein wichtiges Ankerprodukt sein, durch welches die Studierenden auf das Kreditinstitut aufmerksam werden.⁶ Das Potential liegt somit nicht nur in der Wirtschaftlichkeit des Produktes, sondern auch in der langfristigen Bindung des Kunden. Eine starke Kundenbindung erhöht die Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft von Finanzdienstleistungsunternehmen.

Auch bei den Nachfragern von Studienkrediten gab es in den letzten Jahren einschneidende Neuerungen. Zum einen verändern sich für die Studierenden durch die Einführung der neuen Studienabschlüsse Bachelor und Master die Studienabläufe. Zum anderen entschied das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) bereits am 26. Januar 2005, dass die Erhebung von Studiengebühren in den Entscheidungsbereich der Bundesländer fällt.⁷ Daraufhin beschlossen sieben Bundesländer die Einführung von Studiengebühren für das Erststudium und setzten dies bis zum Wintersemester 2007/2008 um. Die Einführung von Studiengebühren stellt die Frage der Finanzierung des Studiums in ein neues Licht. Sowohl die Finanzierung der Studiengebühren wie auch der Lebenshaltungskosten der Studierenden rücken damit stärker in das Blickfeld der Kreditinstitute und ihrer Mitbewerber.

⁵ Vgl. Teil II sowie REIFNER, U./TURNER, A. (2005), S. 17 und THANHEISER, M./GILGE, B. (2007), S. 28.

⁶ Vgl. KLEE, T. (2006), S. 44.

⁷ Vgl. BUNDESVERFASSUNGSGERICHT (2005).

2 Zielstellung und Abgrenzung

Ausgehend von den aktuellen Entwicklungen untersucht die vorliegende Arbeit die Studienfinanzierung als Wettbewerbsfeld von Finanzdienstleistungsunternehmen. Ziel ist es, nachfrageorientierte Produktgestaltungsmöglichkeiten der Studienfinanzierung – unter Beachtung internationaler Erfahrungen und der vorhandenen Wettbewerbssituation – für den deutschen Markt herauszuarbeiten. Für noch nicht in diesem Marktsegment aktive Banken wird aufgezeigt, dass Studienkredite eine interessante Erweiterung des eigenen Leistungsspektrums darstellen können, während für bereits am Markt aktive Anregungen gegeben werden.

Die Basis strategischer bankbetrieblicher Entscheidungen sollte eine Situationsanalyse des Finanzinstitutes (interne Analyse) und seiner Umwelt (Umfeldanalyse) bilden. Bei der internen Analyse wird das Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz näher untersucht. Die Betrachtung der eigenen Ressourcensituation ermöglicht es, institutsspezifische Stärken und Schwächen zu identifizieren, die Wettbewerbsvor- bzw. -nachteile begründen. Außerdem sind Chancen- und Risikopotentiale des Kreditinstituts zu ermitteln. Die Ergebnisse dieser Betrachtungen sind institutsspezifisch. Daher ist die interne Analyse nicht Gegenstand dieser Untersuchung. Im Rahmen der Umfeldanalyse stehen hingegen der Markt, auf dem das Kreditinstitut inklusive seiner Wettbewerber agiert im Fokus der Betrachtung. Es sind gesellschaftliche Werte und Trends, rechtliche sowie politische Rahmenbedingungen (Unternehmensumwelt) zu analysieren und regelmäßig bei Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen.⁸ Ferner ist es für Kreditinstitute wichtig, neben der Konkurrenzsituation auch den Kunden, sein Verhalten und seine Präferenzen bei Finanzdienstleistungen zu kennen, um ihre Leistungspolitik so zu steuern, dass ein erfolgreicher Marktauftritt zum erwünschten Erfolg führt.⁹ Diese Faktoren sind für alle Marktteilnehmer gleichermaßen bedeutend und somit Schwerpunkt der Analyse.¹⁰

Auf die Hochschulfinanzierung wird im Rahmen dieser Arbeit nicht näher eingegangen. Es wird vielmehr die Verbindung zwischen den Kreditinstituten und ihren Kunden – den Studierenden – fokussiert. Zudem wird das auf dem deutschen Studienkreditmarkt vorhandene Wettbewerbsumfeld betrachtet. Zur grundlegenden Zielstellung ergeben sich daraus folgende zu vertiefende Teilaspekte:

⁸ Vgl. des Weiteren zu den Voraussetzungen erfolgreicher strategischer Planung BÜSCHGEN, H. E. (1998), S. 552.

⁹ Vgl. ebd., S. 642.

¹⁰ Vgl. zur bankbetrieblichen Unternehmensanalyse BÜSCHGEN, H. E./ BÜSCHGEN, A. (2002), S. 53 ff. oder auch SCHIERENBECK, H. (2003), S. 533.