

Wachsender Markt

Die Einführung von Studiengebühren hat zu einem erhöhten Finanzbedarf bei Studenten geführt. Die sich hieraus ergebenden Potentiale sind zum Großteil noch nicht ausgeschöpft.

Ab dem Sommersemester 2007 werden bereits 60 Prozent der Studierenden in Deutschland von Studiengebühren betroffen sein, was eine Mehrbelastung von bis zu 500 Euro im Monat bedeutet. Die Banken haben ihre Chancen erkannt und rechtzeitig eigene Produkte auf den Markt gebracht. Mehr als 40 Anbieter, darunter auch die KfW-Bankengruppe, umgarnen mittlerweile die Studentenschaft.

Die Angebote stehen in der Regel Studierenden aller Fachrichtungen zur Verfügung. Sie unterscheiden sich jedoch beträchtlich hinsichtlich Konditionen und diverser Leistungsbestandteile. Während beispielsweise Landesbanken oder die KfW nur monatliche Auszahlungsbeträge anbieten, die maximal der Höhe der Studiengebühren entsprechen, bieten andere Anbieter Auszahlungsbeträge von bis zu 1500 Euro an.

Grundsätzlich stehen Studierende einem Kredit zur Finanzierung ihres Studiums nicht abgeneigt gegenüber, wobei ein Studienkredit eher als ergänzende Finanzierungsquelle betrachtet wird und zeitlich begrenzt sein sollte. Neben diversen Vorteilen haben Kredite für Studenten auch eine Reihe ernsthafter Nachteile. Besonders kritisch sehen sie die Gefahr einer Verschuldung, wenn nach dem Studium kein Job in Aussicht ist, aber die Tilgung des Kredites naht.

Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass bei der Wahlentscheidung für einen Studierendenkredit insbesondere der Zinssatz und die monatliche Rückzahlungsrates ausschlaggebend sind. Beide Kriterien sind fast für die Hälfte des Entscheidungsverhaltens verantwortlich. Auf Platz zwei folgt die Möglichkeit einer Sondertilgung.

Bei der Entscheidung für einen Studienkredit nimmt der monatliche Auszahlungsbetrag nur eine mittlere Rangstelle ein, da die meisten Studierenden den Kredit nur als finanzielle Ergänzung ansehen. Der größte Teil der Studenten erwartet von einem Darlehen eine monatliche Auszahlung von bis zu 100 Euro. Weniger als jeder Zehnte ist nur an einem Kredit über 500 Euro monatlich interessiert.

Der Anbieter ist dagegen einer der unwichtigsten Entscheidungsfaktoren. Ob bereits eine Bankverbindung zu dem Kreditanbieter besteht oder nicht, ist für die Wahlentscheidung sekundär. Die Mehrheit der Studierenden nutzt daher auch das Internet als wichtigste Informationsquelle. Erst danach wird die Hausbank als weiterer Informationskanal genannt.

Was bei der Produktgestaltung also zählt, sind im Wesentlichen die Konditionen. Ein unterdurchschnittlicher Zinssatz trägt zur Attraktivität des eigenen Produktes maßgeblich bei. Bei Studierenden, die nur die Studiengebühren finanzieren möchten, stehen daher die privaten Geldinstitute in hartem Wettbewerb zur KfW und den Landesbanken, die mit guten Konditionen am Markt vertreten sind. Hohe Auszahlungsbeträge stellen bei der Markterschließung keinen sonderlichen Wettbewerbsvorteil dar.

Flexibilität bei Rückzahlung gewünscht

Bei der Gestaltung des Rückzahlungsmodus sollte den Kundenwünschen entsprechend auf möglichst viel Flexibilität geachtet werden. Rückzahlungsraten sind von einer Vielzahl von Faktoren abhängig (zum Beispiel Rückzahlungsdauer, Sondertilgung, Karenzzeiten). Entscheidend ist jedoch dabei, den Interessenten auch über diese Möglichkeiten aufzuklären und den Vorteil der verschiedenen Elemente aufzuzeigen. Entsprechende Kommunikationsmaßnahmen sind daher für einen Produkterfolg unerlässlich. Diese sollten dann auch diverse Sicherheitsaspekte umfassen, um den Studierenden die Angst vor einem Kredit zu nehmen. Vorstellbar wären hier auch ergänzende Versicherungen zur zusätzlichen Absicherung.

VON ANDREAS POHLE UND
PETRA HINTERMEYER

Andreas Pohle, Bereichsleiter Finanzforschung, TNS Infratest GmbH, München;
Petra Hintermeyer, Diplom-Volkswirtin, Berching