

## Stellungnahme der SCHUFA Holding AG

zu dem Antrag der Bundestagsfraktion  
Bündnis 90/Die Grünen  
„Mehr Datenschutz beim so genannten Scoring“

aus Anlass der öffentlichen Anhörung  
des Innenausschusses des Deutschen Bundestages  
am 5. März 2007

In ihrem Antrag „Mehr Datenschutz beim so genannten Scoring“ formuliert die Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen mehrere Forderungen, die die Bundesregierung umsetzen soll. Zu diesen, aber auch zu Behauptungen aus dem Antrag nimmt die SCHUFA Holding AG nachfolgend Stellung:

### Einleitung

Die Rolle der SCHUFA im deutschen wie europäischen Wirtschaftsgefüge ist seit jeher von zwei Aspekten geprägt: zum einen von der unmittelbaren Dienstleistungsfunktion für die kreditgewährenden Vertragspartner unterschiedlicher Branchen, zum anderen von der mittelbaren Wirkung auf den Verbraucher.

Als Finanzintermediär wurde das Traditionsunternehmen SCHUFA früh erkannt und genutzt, schon in den 20-er Jahren des letzten Jahrhunderts. Die Öffentlichkeit nimmt seither die Rolle der SCHUFA für ihre Vertragspartner, speziell die Banken, in der Regel als ihre Kernfunktion und ihren Unternehmenszweck wahr.

Weniger bekannt und entsprechend weniger gewürdigt ist, dass diese Dienstleistung sich unmittelbar auf den Kredit- oder Kaufwunsch des Verbrauchers auswirkt. Dabei entfaltet sich eine zumeist positive Wirkung. Zu

93% sorgt die Einschaltung der SCHUFA dafür, dass ein angefragter Konsumentenkredit unbürokratisch und sekundenschnell auch zum Tragen kommen kann.

Doch diese Normalität, diese „Unauffälligkeit“ im unkompliziert verlaufenden, positiven Kreditprozess hat ihren Preis. Das Unternehmen SCHUFA, das wie kein anderes in Deutschland für die Regel einer Kreditermöglichung und für verbrauchernahe Transparenz steht, wird nur dann als Informations-Dienstleister wahrgenommen, wenn die Ausnahme eintritt, eben die Ablehnung eines Kredites.

Die SCHUFA speichert und pflegt die Datensätze von gut 63 Millionen erwachsenen Bundesbürgern. Kritikern scheint allein schon diese (fast) Vollständigkeit ein Dorn im Auge. Doch gerade diese ist ein bedeutsames Qualitätskriterium eines Kreditbüros modernen Zuschnitts (wie es etwa das Ende 2006 ergangene EuGH-Urteil zu Kreditbüros postuliert). Denn nur bei der Sicherheit eines Jeden, als geschäftsaktiver und zunehmend mobiler Bürger sich jederzeit, überall und bei jeder Art Kreditaufnahme auf „seine“ Schufa-Daten verlassen zu können, kann diese sekundenschnell, fair und reibungslos vonstatten gehen. Hierzu muss die SCHUFA jedoch vernetzt agieren, branchenübergreifend und konsequent in der Strenge ihres Qualitätsanspruchs.

Kredite sind hier bei weitem nicht nur die klassischen Bankkredite. Ratenzahlungen, Leasingverträge, Kreditkarten, Versandhandelskauf auf Rechnung, Handy-Nutzung, Wohnungsanmietungen und nicht zuletzt das wachsende Feld des eCommerce bedeuten nur einige Beispiele für Kredite, deren Charakter als finanzieller Vorleistung eines Dritten sich nicht jeder bewusst ist.

Doch sie alle setzen das Vertrauen des Kreditgebers in den ihm meist unbekanntem Kreditnehmer voraus. Dieser wiederum möchte seinen „Vertrauensvorschuss“ jetzt einlösen und nicht erst nach eingehender Prüfung von Einkommensnachweisen, Verdienstbescheinigungen, Führungszeugnissen und manch anderem mehr.

Solch unzeitgemäße Bürokratie erspart das einzigartige Geschäftsmodell der SCHUFA. Es beruht wesentlich auf Positiv-Daten zur Kreditwürdigkeit nahezu

aller deutschen Bürger. Hierin unterscheidet sich die SCHUFA entscheidend von anderen Auskunftsteilen am Markt. Das Gegenseitigkeitsprinzip der Information erlaubt eine andere, neutrale und durchgängig faire Daten- und Bonitätsprognosequalität, also auch beim Scoring.

Die wesentlichen „stillen“ Funktionen, die die SCHUFA im Dienste des Verbrauchers wahrnimmt, sind somit - wie beschrieben - „Kreditermöglichung“ und - im Falle eines Ausnahmefalles - „Überschuldungsprävention“. Erstere war immer in der Öffentlichkeit unstrittig, letztere trotz der positiven Folgen weithin unbekannt. Gleichzeitig bezog sich aber Kritik, die öffentlich in den letzten Jahrzehnten an der SCHUFA geäußert wurde, immer auf die - oft angeblich gefährlichen - negativen Folgen der Kreditverhinderung in Einzelfällen.

Transparenzoffensive der SCHUFA für den Verbraucher

Die SCHUFA hat den Anspruch, weitestgehende Transparenz, die auch für den Verbraucher sinnvoll ist, in die Praxis umzusetzen. Dies führt mitunter zu einem Verzicht auf mögliche Produkte und damit Geschäft. Dies meint zum Beispiel den Verzicht auf wenig aussagekräftige Daten bzw. Score-Verfahren, die nicht die notwendige Datenqualität und -fülle erreichen.

Die SCHUFA betreibt kein Adress-Scoring (Regio-Score; Redlining)

Oft wird z.B. in der Öffentlichkeit das Scoring auf Adress-Basis mancher Auskunftsteilen angegriffen. Wer Scoring eben nicht wie die SCHUFA auf die Negativ- und Positiv-Daten von 63 Millionen natürlichen Personen stützen kann, der muss die Quellen öffentlicher Verzeichnisse weitgehend mit Informationen rund um Adressen kombinieren. Hierzu bleibt unmissverständlich festzuhalten, dass die SCHUFA diese Art Score nicht berechnet.

Die SCHUFA verwendet nur kreditrelevante Informationen und keine Marketingdaten

Ein Weiteres sei hier auch deutlich festgehalten: kreditrelevante Informationen, auch wenn sie branchenübergreifend gewonnen und eingesetzt werden, müssen sich immer aus kreditrelevanten Merkmalen und Quellen speisen. Die SCHUFA teilt daher den Vorbehalt manch kritischer Verbraucher vor der bonitätsbezogenen Nutzung sachfremder, allgemeiner Konsumverhaltens-

informationen, sog. „Marketing-Daten“. Denn nicht nur deren Transparenz ist kaum nachvollziehbar. Auch ihre alleinige Aussagekraft für einen Kreditentscheidungsprozess kann die SCHUFA nicht gelten lassen.

### Bringt die Offenlegung der Score-Formeln Vorteile für den Verbraucher?

Die Verfahren der SCHUFA sind nicht nur sensibel und daher streng diskret, sondern zudem hochkomplex. Nicht allein die Datenmengen, auch die Beachtung aller gesetzlichen Vorgaben (etwa Löschfristen) und Wettbewerbs-Regelungen (etwa Wettbewerbs- und Branchenneutralität und Diskretion) bedeuten alltäglich höchst aufwändige Verfahren der Sicherung und Aktualisierung.

In ihr zentrales Geschäftsgeheimnis gewährt die SCHUFA nur den gesetzlich oder fachlich Berufenen Einblick: die Score-Formel. Abgesehen davon, dass es diese eine Formel gar nicht gibt, sondern sie branchen, fall- und kundenbezogen sehr unterschiedliche Ausprägungen erfährt, richten sich die Score-Formeln ausschließlich nach unabhängiger Wissenschaft, also Mathematik und Statistik. Dass deren Gesetze streng und nach modernsten Verfahren Anwendung finden, überprüfen und zertifizieren unabhängige Wissenschaftsinstitute, beispielsweise das der Universität München.

Die Datenquellen, die in die Score-Formeln einfließen, sind allgemein bekannt und völlig transparent. In den Verfahren kommen keine Informationen hinzu, die nicht von vornherein für das Thema „individuelle Bonität“ statistisch als sinnvoll und aussagekräftig begründet wurden. Die SCHUFA legt all dies den dazu gesetzlich Befugten in jedem Detail zur Ein- und Ansicht offen, im buchstabengetreuen Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes. Doch sie behält sich das Recht vor, nicht allen (also der breiten Öffentlichkeit) alles offen legen zu müssen, wenn dies zum Nachteil der großen Mehrheit wäre. Die SCHUFA muss im Interesse ihrer Kunden wie des Verbrauchers vor dem Missbrauch und der manipulativen Beeinflussbarkeit schützen. Zudem sind die Verfahren ein weiteres Herzstück des langjährigen, wissenschaftlich erworbenen SCHUFA Know-hows. Und welches Unternehmen gäbe all sein Erfahrungswissen gern dem Wettbewerb preis?

### Transparenzprojekte der SCHUFA

Wer Daten der SCHUFA worüber und wozu bezieht, kann der Verbraucher bei der SCHUFA jederzeit erfahren, z.B. über „meineSCHUFA.de“. Insoweit gilt auch hier zu 100 Prozent: Transparenz.

Das Portal „meineSCHUFA.de“ perfektioniert die klassische Eigenauskunft, die dem Verbraucher schon immer ein Abbild seiner SCHUFA-Daten gegeben hat. Seit Oktober 2006 gibt „meineSCHUFA.de“ in der gesamten Republik jedem Verbraucher nun auch die Möglichkeit, sich ein Bild der Dienstleistungen der SCHUFA und seiner eigenen Daten bei der SCHUFA im Internet zu verschaffen. Dieses Instrument nimmt allen Kritiken die Spitze, die der SCHUFA Intransparenz und schwierigen Zugang zu den Daten eines Betroffenen vorwerfen. Denn kein anderes Unternehmen, keine andere Institution verfügt über eine vergleichbare Zugänglichkeit jedes Einzelnen zu seinen über ihn gespeicherten Daten.

Mit dem Portal ist der SCHUFA-Dialog mit dem Endverbraucher in eine neue Ära der Transparenz, auch in Scoring-Fragen, getreten; neue Produkte (wie etwa ein beauskunfteter Basisscore ab April 2007) und Daten-Qualitäten werden möglich. Das Portal leistet zudem einen erheblichen Beitrag, die Forderung des Datenschutzes nach „informationeller Selbstbestimmung“ in die tägliche Praxis umzusetzen.

Transparenz zählt für die SCHUFA zu ihrem handlungsleitenden Grundverständnis gegenüber dem mündigen Verbraucher. Ihn stärker in die Wahrnehmung seiner Daten als Möglichkeit zu deren perfekter „Pflege“ einzubinden, zählt zu den vorrangigen Zielen der Weiterentwicklung des Portals „meineSCHUFA.de“.

Doch Transparenz ist nie Selbstzweck. Kein Unternehmen kann zu 100 Prozent transparent sein und alle Betriebsgeheimnisse offenlegen, da es dann seine Existenz aufs Spiel setzte, seinen wirtschaftlichen Unternehmenserfolg riskierte, zudem kopierbar und durch Betrugsversuche angreifbar wäre. Dennoch hat sich die SCHUFA zu einer so weit wie irgend möglich transparenten Unternehmensgestaltung entschieden.

## Fazit

Eine hochmoderne Volkswirtschaft funktioniert auf der Basis einer gesunden Kreditvergabe. Kredite sind lebensnotwendig für die gesamte gewerbliche Wirtschaft, speziell den Mittelstand, sind aber auch aus dem Wirtschaftsleben der Konsumenten nicht wegzudenken.

Die Sicherstellung der Kreditvergabe ist eine Kernaufgabe der Kreditwirtschaft. Dabei ist es aus volkswirtschaftlicher Sicht höchst notwendig, dass dies zu fairen Preisen geschieht, die das jeweilige Risiko in Betracht ziehen. Dafür ist Scoring weltweit anerkannt und unerlässlich. Es gilt ferner zu berücksichtigen, dass es keinen Anspruch auf Kredit gibt, denn Kredite sind eine Vorleistung, mit der die kreditgebende Wirtschaft dem Verbraucher Vertrauen entgegenbringt.

Eine effiziente Kreditvergabe ist nicht nur im Interesse der Kreditinstitute, sondern auch im ureigensten Interesse des Verbrauchers.

Die Daten, die von der SCHUFA an ihre Vertragspartner geliefert werden, ermöglichen allen Verbrauchern erst die Teilhabe am wirtschaftlichen Leben ohne großen bürokratischen Aufwand, da diese ihre Bonität nicht aufwendig nachweisen müssen. Ohne die schnelle Abfrage ihrer Bonität würde der wirtschaftliche Motor augenblicklich ins Stocken geraten. Kredite würden nicht mehr in einem adäquaten Zeitrahmen und zu einem effizienten Preis gewährt, Waren nicht mehr gegen Rechnung, sondern nur noch gegen Vorkasse verschickt und Ratenzahlungsvereinbarungen im Einzelhandel nicht mehr ohne großen bürokratischen Aufwand möglich.

In der Diskussion um Scoring kann es also unserer Meinung nach nicht darum gehen, die Score-Formeln dem Verbraucher offen zu legen. Es muss vielmehr darum gehen, dem Verbraucher so weit als möglich zu erklären, wie seine Bonitätseinschätzung zustande kommt und wie sie von ihm beeinflusst werden kann. Um auch hier mehr Transparenz zu erreichen, hat die SCHUFA neben der Einrichtung des Portals „meineSCHUFA.de“ auch Projekte initiiert, die im Laufe dieses Jahres realisiert werden. Darunter fallen der Basis-Score, ein Scorewert, der alle drei Monate aktualisiert wird und dem Verbraucher seine

Bonitätseinschätzung mit umfangreichem Erklärungsmaterial näher bringen wird genauso wie ein Score-Simulator, an dem der Verbraucher die Einflüsse auf einen Scorewert beispielhaft erlernen kann. All diese Projekte erhöhen die Transparenz im Sinne des Verbraucherschutzes auf eine sinnvolle Art und Weise.

Die SCHUFA sollte deshalb nicht länger als Kreditverhinderer diffamiert, sondern vielmehr als Kreditermöglcher verstanden und anerkannt werden! Denn gäbe es genau das deutsche Geschäftsmodell einer SCHUFA nicht, entstünden unserer Volkswirtschaft Risikoschäden in Milliardenhöhe, die in niemandes Interesse sein können, am wenigsten in dem des Verbrauchers, der mehr Ausfälle durch höhere Kreditkosten tragen müsste.