



## Aktueller Begriff

### Deutscher Bundestag ■ Wissenschaftliche Dienste

#### Scoring

Der Begriff „Scoring“ stammt aus dem Englischen und bedeutet zählen, einstufen, rechnen, „Punkte machen“.

Scoring ist das systematische Verfahren, künftiges Verhalten von Personen oder Personengruppen, die bestimmte gemeinsame Merkmale (Eigenschaften, Verhaltensweisen) aufweisen, zu prognostizieren. Dabei wird angenommen, dass Personen mit gleichen oder vergleichbaren Merkmalen sich auch gleich oder zumindest ähnlich verhalten. Scorings dienen immer häufiger als Grundlage für wirtschaftliche Entscheidungsprozesse. Im Unterschied zum Unternehmens-Rating wird das Scoring in erster Linie im Verbraucherbereich eingesetzt.

Beim Scoring werden zum einen personenbezogene Daten und zum anderen Erfahrungswerte aus der Vergangenheit zu Grunde gelegt. Mittels mathematisch-statistischer Analyse wird aus dieser Daten- und Erfahrungswertemenge eine Kennzahl, der Score gebildet und daraus Schlüsse über das Verhalten der „gescorten“ Person in der Zukunft gezogen.

Daten und Erfahrungswerte, die als Merkmale in das Scoring mit einfließen können, sind die allgemeinen finanziellen Verhältnisse, soziodemografische Daten (z.B. Alter, Geschlecht, Nationalität, Hautfarbe, Familienstand, Kinderzahl, Religionszugehörigkeit, Adresse, Dauer des Mietverhältnisses, Bildungsstand, berufliche Qualifikation, Arbeitgeber, Gesundheitszustand etc.) oder auch Vertragsdaten (z.B. Anzahl von Verträgen, Konten und Kreditkarten, Informationsbereitschaft des Kunden etc.). Diese Merkmale werden je nach Unternehmen, welches das Scoring durchführt, verschieden bewertet, gewichtet und aggregiert. Die gescorte Person weiß in der Regel nicht, welche der genannten Merkmale konkret in das Scoring eingehen und wie deren Gewichtung ist, d.h. welche Bedeutung sie für die positive oder ggf. auch negative Beurteilung einer Person haben.

Je nach Herkunft der Daten wird zwischen externem und internem Scoring unterschieden. Beim externen, dem so genannten Büro-Scoring stammen die Daten von anderen Unternehmen wie zum Beispiel Wirtschaftsauskunfteien oder Adresshändlern. Diese wiederum erhalten Kundenprofile beispielsweise von Versandhäusern und Versicherungen oder beziehen ihre Informationen aus öffentlich zugänglichen Quellen. Das interne Scoring dagegen nutzt nur unternehmenseigene Kundendaten.

Scoring-Systeme sind in der Regel selbstlernende Systeme, d.h. die Erkenntnisse aus einem aktuellen Score fließen automatisch wieder in die Grunddatenmenge ein. Daraus folgt eine ständige Anpassung des Scorings an veränderte Rahmendaten oder eine veränderte Marktlage.

Gegenstand von Scoring kann jeder Bereich menschlichen Verhaltens sein. Der bekannteste Typ des Scorings ist das Kredit-Scoring, das die Kreditwürdigkeit (Bonität) des Antragstellers und das Kreditausfallrisiko bewertet. Dies erfolgt auf der Grundlage von zuvor definierten, als kreditrelevant angesehenen Merkmalen, die von den Kreditantragstellern erhoben werden. Die Daten für die Bonitätsbewertung werden von Wirtschaftsauskunfteien (u.a. Schufa) gesammelt. Auch in der Werbung wird auf das Scoring zurückgegriffen, um zielgenaue, individualisierte Produktwerbung („one-to-one-Marketing“) zu betreiben, indem das künftige Kaufverhalten prognostiziert wird.

Callcenter nutzen ebenfalls das Scoring. So entscheidet bei einigen großen Mobilfunkunternehmen mit Callcentern der Computer anhand einer Bewertung der Kundendaten (Umsätze etc.), welcher Kunde in der Warteschlange als nächstes bedient wird. Im Bereich der inneren Sicherheit basiert die Rasterfahndung ebenfalls auf dem Scoring.

Das Scoring birgt Chancen und Risiken. Befürworter argumentieren, dass das Verfahren im Verbraucherbereich, insbesondere beim Kredit-Scoring zu schnelleren, gerechteren und objektiveren Entscheidungen führe. Zugleich schütze es den Verbraucher vor Überschuldung. Dagegen kritisieren vor allem Verbraucher- und Datenschützern, dass die Anwendung des Scorings eine so nicht bewiesene Gesetzmäßigkeit menschlichen Verhaltens voraussetze. Dem Verfahren fehle Transparenz, da die Ausgangsdaten einer Bewertung unterzogen würden, die der Verbraucher nicht überblicken könne. Es werde ein Score gebildet, bei dem er weder wisse, wie er zustande gekommen noch wie hoch er sei. Auch würden individuelle Abweichungen und eine mögliche diskriminierende Wirkung nicht hinreichend berücksichtigt. So würden nicht nur personenbezogene Daten wie das Einkommen oder die Zahlungsmoral, sondern auch soziodemografische Werte mit einbezogen, die die Gefahr einer Diskriminierung bergen.

Im Rahmen des Symposiums „Scoring - Chancen und Risiken für Verbraucher“ am 27.6.2006 hat Bundesminister Horst Seehofer die Ergebnisse der von ihm in Auftrag gegebenen Studie „Scoringssysteme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit – Chancen und Risiken für Verbraucher“ gemeinsam mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Verbraucherschutz diskutiert. Nach Auffassung des Bundesministers ist das Scoring gerade im Kreditbereich ein Verfahren, „das die oft notwendige Bonitätsprüfung auf objektivere Grundlagen“ stellt. Allerdings forderte auch er mehr Transparenz beim Scoring. „Der Kunde hat ein Recht darauf zu erfahren, welche Informationen man über ihn erhebt und speichert und was damit gemacht wird.“ Falls diese Transparenz nicht freiwillig hergestellt würde, könne dies mittels einer gesetzlichen Regelung geschehen.

#### Quellen:

- BAUM, Karl-Heinz (2006): Seehofer fordert Datenschutz - Minister kritisiert Prüfverfahren bei Vergabe von Krediten. Frankfurter Rundschau, 28.6.2006. Frankfurt.
- Bundesminister SEEHOFER, Horst (2006): Seehofer fordert die Verbesserung der Transparenz bei Bonitätsprüfung. Pressemitteilung Nr. 111, 27.6.2006. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Berlin.
- DROST, Frank M. (2006): Seehofer warnt Banken – Minister fordert mehr Transparenz bei Bonitätsprüfungen. Handelsblatt. 26.6.2006. Berlin
- KAMP, Meike und WEICHERT, Thilo (2005): „Scoringssysteme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit - Chancen und Risiken für Verbraucher“. Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) im Auftrag des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) bzw. der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), Projekt-Nummer 04HS051. 15.05.2005 bis 25.11.2005. Veröffentlicht am 27.2.2006. Abrufbar unter:  
[http://www.bmelv.de/cln\\_044/nn\\_760530/SharedDocs/downloads/02-Verbraucherschutz/Finanzdienstleistungen/scoring.html](http://www.bmelv.de/cln_044/nn_760530/SharedDocs/downloads/02-Verbraucherschutz/Finanzdienstleistungen/scoring.html) [Stand 24. Juli 2006].
- VON DER HAGEN, Hans (2006): Das ganze Leben in einer Zahl - Scoring-Verfahren standardisieren den Verbraucher. Süddeutsche Zeitung, 15.7.2006. München. Abrufbar unter:  
<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/artikel/780/56724/>. [Stand 24. Juli 2006].
- WEICHERT, Thilo (2006): Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der neu gefassten Bankenrichtlinie und der neu gefassten Kapitaladäquanzrichtlinie. Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD). Abrufbar unter:  
<http://www.datenschutzzentrum.de/scoring/060404-bankenrichtlinie.htm>. [Stand 21. Juli 2006].
- RAUNER, Max (2007): Deutschland privat. Die Zeit, 30/2006, 20.7.2006. Hamburg.

Verfasserinnen: VA'e Stuppert/RK Schreier  
Fachbereich WD 5 (Wirtschaft und Technologie, Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, Tourismus)