

# „Das Interesse der Verbraucher an Scores ist relativ gering“

Interview mit Rainer Neumann



Eine von mehreren Voraussetzungen für kräftige Zuwachsraten im Konsumentenkreditgeschäft war in den vergangenen zehn Jahren eine reibungslos funktionierende Auskunft, die die Banken dabei unterstützt das Risiko in ihren Krediten permanent weiterzuschreiben, so betont es Rainer Neumann gerne. Die häufig laut werdende Kritik der Verbraucherschützer am Scoring betrachtet er als ungerechtfertigt, teilweise würde sie sogar wider besseres Wissen vorgebracht. Zum Eintreten der Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes hat die Schufa einen erweiterten Telefonservice für Verbraucher eingeführt. Red.

wendung zum Verbraucher, dem wir erklären wollen, warum es die Schufa gibt.

Die höchste Steigerung unserer Transparenz ist das Portal [www.meineschufa.de](http://www.meineschufa.de). Dort können Verbraucher rund um die Uhr in die Informationen hineinschauen, die wir über sie notiert haben. 600 000 Bürger haben sich bislang registriert. Dass der Gesetzgeber mit der Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes diese Transparenz für alle Auskunfteien gefordert hat, unterstützt unseren Weg.

In den letzten zehn Jahren lief auch Basel II richtig an. Das bedeutet, dass viele Banken das Risiko in ihren Krediten permanent weiterschreiben. Mit unseren Daten, die

unterstützend eingesetzt werden, können sie diese Aufgabe nahezu perfekt erfüllen. Das ist sicher auch eine Basis dafür, dass sich das Konsumentenkreditgeschäft in den letzten zehn Jahren kräftig weiterentwickelt hat – und zwar ohne die Probleme, die wir in angloamerikanischen Ländern sehen. In Deutschland haben wir über all die Jahre Ausfallquoten von 2,2 bis 2,6 Prozent. Es gibt keine dramatischen Entwicklungen. Wir haben in den Konjunkturzyklen Ausfallquoten auf einem – auch innerhalb Europas – relativ niedrigen Niveau.

**bm** Die Schufa Holding AG feiert am 1. April ihr zehnjähriges Bestehen. Genau so lange führen Sie das Unternehmen. Und in dieser Zeit hat sich das Konsumentenkreditgeschäft in Deutschland dynamisch entwickelt. Inwieweit ist dies der Neuausrichtung der Schufa zuzuschreiben?

Zum 30. März 2000 haben die rund 60 Eigentümer der damals noch acht regionalen Schufa-Gesellschaften ihre Eigentumsanteile in die AG übertragen. Das war der Startschuss zur Erneuerung der Schufa: zur technischen Perfektionierung, aber auch zur verstärkten kommunikativen Hin-



Rainer Neumann, Vorsitzender des Vorstands, SCHUFA Holding AG, Wiesbaden

**bm** Wie haben Sie die Finanz- und Wirtschaftskrise erlebt?

2009 haben wir im Vergleich zum Vorjahr einen Konsumentenkreditboom gesehen, zu dem auch die Abwrackprämie ihren Teil beigetragen hat. In der Krise hatten wir somit erst einmal mehr Schufa-Abfragen. Unsere bisherigen Zahlen deuten auch noch nicht darauf hin, dass die Krise die Verbraucher in dem Maße erreicht hat, dass es Probleme bei den Rückzahlungen gibt. Das Ergebnis einer von uns in Auftrag gegebenen Allensbach-Umfrage zeigt vielmehr, dass zwei Drittel der Verbraucher sich noch nicht von der Krise betroffen fühlen.

**bm** Seit etwa fünf Jahren bietet die Schufa auch Daten zu ge-

**werblichen Kunden an. Wie hat sich dieser Geschäftsbereich entwickelt?**

Seit Mitte der neunziger Jahre notieren wir Informationen nicht nur zu Kreditgeschäften von Privatpersonen, sondern auch von natürlichen Personen. Denn bei Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern ist die Bonität sehr stark von den Eigentümern beeinflusst. Deshalb können die Daten, die wir über diese Personen gespeichert haben, den kleinen Unternehmen nützen, ihre Bonität nachzuweisen. So haben wir 2004 begonnen, unter der Bezeichnung Schufa Business Line Informationen über kleine Unternehmen anzubieten. Dieser Bereich nimmt kräftig zu.

**Welche weiteren neuen Services planen Sie?**

Was wir zum Inkrafttreten der Bundesdatenschutzgesetznovelle am 1. April beispielsweise eingeführt haben, ist ein erweiterter Telefonservice. Damit möchten wir Verbrauchern bei auftretenden Problemen abschließend weiterhelfen, bis ihre Fälle geklärt sind. In dem bedauerlichen Fall, wo beispielsweise über einen Identitätsdiebstahl negative Daten entstanden sind, können dann die Daten sofort bereinigt werden.

Im letzten Jahr hat sich zudem entwickelt, dass wir mit der Creditinfo, die ihren Sitz in Island hat, Joint-Venture-Tochtergesellschaften in osteuropäischen Ländern unterhalten. Gleichzeitig arbeiten wir in enger Partnerschaft mit Auskunfteien in den großen europäischen Ländern, um mit Daten unserer Partner die Flexibilität, die die europäische Union fordert, im Kreditbereich zu unterstützen. Das ist eine Herausforderung, mit der wir uns in den letzten 18 Monaten intensiv befasst haben.

**Welches Image hat die Schufa heute?**

Wenn man mit Personen ins Gespräch kommt, sieht die große Mehrheit den Sinn der Schufa ein. Das zeigt auch die Resonanz auf Info-Nachmittage für Verbraucher bei uns im Haus. Aus unserer Sicht ist Aufklärung der Schlüssel zum Verständnis und zur Akzeptanz. Für uns ist es wichtig, dass möglichst viele Menschen verstehen, wozu wir da sind und wem unsere Informationen alles nutzen. Daran arbeiten wir permanent.

**Wie ist das Verhältnis der Schufa zu den Verbraucherschützern?**

Eigentlich gibt es überhaupt keinen Ansatzpunkt für die Verbraucherschützer, Kritik an der Schufa zu üben. Trotzdem gibt es einige Standardvorwürfe, die wir immer wieder zu hören bekommen.

Ein Thema, das die Verbraucherschützer sehr intensiv bearbeiten, ist das Scoring. Es gab im vergangenen Jahr dazu eine Studie im Auftrag des Verbraucherschutzministeriums, allerdings mit wenig mathematisch-statistischem Tiefgang. Der Verfasser hat angenommen, dass alle Banken auf Basis des Schufa-Basiscores Kredite vergeben. So agiert aber kein einziges Kreditinstitut. Sondern die Banken haben in der Regel integrierte Scorekarten entwickelt, die aus drei Informationsblöcken bestehen: den Daten, die man dem Kreditantrag entnimmt, den Erfahrungsdaten der Bank mit dem Kunden und den von Auskunfteien eingelieferten Daten über die Kredithistorie und das Kreditverhalten des Kunden. Diese Scorekarten sind unterschiedlich ausgeprägt und haben deshalb eine unterschiedliche Trennschärfe.

All diese statistischen Zusammenhänge kommen in den bisherigen Untersuchungen der Verbraucherschützer wenig zum Ausdruck. Vielmehr scheint man sich

vorzustellen, dass mit Score-Karten vorzüglich Verbraucher diskriminiert werden. Das würde aber voraussetzen, dass Bankmanager Freude daran haben, Kreditwünsche von Kunden mit guter Bonität abzulehnen und umgekehrt denen Kredite zu geben, denen man sie besser verweigern würde. Beides ist für die Führung einer Bank sinnlos. Scorekarten werden vielmehr eingesetzt, um mehr Menschen, die einen Kredit zurückzahlen können, diesen auch geben zu können. Warum dieser in fünf Minuten erarbeitbare Zusammenhang von Verbraucherschützern häufig so nicht gesehen wird, ist mir ein Rätsel.

Ein weiterer typischer Vorwurf, der immer wieder erhoben wird, lautet: „Die Anzahl der Eigenauskünfte wird in der Scorekarte berücksichtigt.“ Das war im Jahr 2000 so. Aber schon ab dem Jahr 2001 war in keiner Scorekarte mehr die Anzahl der Eigenauskünfte erfasst. Trotzdem höre ich den Vorwurf heute noch. Ich möchte beinahe sagen, dass man solche Argumente wider besseres Wissen immer wieder vorbringt.

Ein dritter Punkt, der von den Verbraucherschützern immer wieder aufgegriffen wurde, war der Vorwurf, dass die Anzahl der Kreditanfragen bei der Kreditvergabe eine große Rolle spielte. Genau diese Variable hat der Gesetzgeber jetzt untersagt. Hintergrund: Jede Kreditanfrage führt bei uns zu einem Merkmal „Anfrage Kredit“. Dieses Merkmal speichern wir – übrigens auf Impuls der Datenschützer – ein Jahr lang.

Die Verbraucher können in der Eigenauskunft sehen, wer über sie abfragt, um eventuellem Missbrauch auf die Spur zu kommen. Den Banken haben wir – mit Einverständnis der Datenschützer – zugestanden, diese Merkmale zehn Tage lang zu sehen, damit die parallele Bearbeitung mehrerer Kreditanträge aufgezeigt wird. In den Arbeitsanweisungen mancher Banken steht, dass man mit einem Kreditwunsch

**„Die Schufa ist die einzige Auskunftei, die standardmäßig Scores ohne Anschriftendaten berechnet.“**

sehr zurückhaltend umgehen sollte, wenn ein Kunde mehr als fünf oder sieben Kreditanfragen laufen hat.

Dies fiel einer Medienanfrage einmal auf, und daraus entstand die Diskussion, ob Verbraucher, die nur Kreditkonditionen abfragen, einen Nachteil haben sollten. Wir haben daraufhin ein neues Merkmal für die Kreditkonditionenabfrage geschaffen, das wir „Anfrage Kreditkonditionen“ nennen. Mittlerweile greifen die Banken auch durchaus zum richtigen Merkmal – „Anfrage Kredit“ für echte Kreditanträge, „Anfrage Kreditkonditionen“ für bloße Konditionenabfragen. Das wurde in mehreren Untersuchungen abgefragt.

**bm** Auch der Vorwurf, dass allein die „falsche“ Adresse zu einem schlechten Score führen kann, taucht immer noch in Medienberichten auf ...

Ja, das stimmt. Und hier möchte ich manchmal Vorsatz unterstellen. Ich möchte es klipp und klar sagen: Die Schufa ist die einzige Auskunftei, die standardmäßig Scores ohne Anschriftendaten berechnet. Das haben wir mit unserer Datenbasis über 65 Millionen Bürger gar nicht nötig.

In diesen Zusammenhang fällt auch der Vorwurf, die Schufa liefere Material für „Red Lining“. Das ist ein Begriff aus den USA und bezeichnet die vor 30 oder 40 Jahren geübte Praxis, bestimmte Bezirke auf dem Stadtplan rot einzugrenzen und an Kunden aus diesen Straßenzügen keinen Kredit zu vergeben. Tatsächlich haben wir vor Jahren für das Bundesland Berlin, das den Schuldnerberatungsstellen in Problemzonen eine Million Euro zusätzlich zur Verfügung stellen wollte, eine Aufgliederung erstellt, in welchen Stadtvierteln es eher Probleme mit der Rückzahlung von Krediten gibt und in welchen weniger.

Wenn im Fernsehen diese grün, gelb, orange und rot kolorierten Karten von Berlin gezeigt werden und dabei unterstellt wird, dass in den rot markierten Bezirken keine Kredite gewährt würden, drängt sich mir der Verdacht auf, dass hier wider besseres Wissen Effekthascherei begangen wird. Stadtteile, in denen 85 Prozent der Bürger ihre Kredite ohne Probleme zurückzahlen, sind keine „Red-Lining-Bezirke“.

**bm** Wie häufig gibt es bei der Schufa Fälle falscher Zuordnung von Negativdaten?

Woher Verwechslungen kommen, ist nicht immer zweifelsfrei festzustellen. Solche Fälle können zum Beispiel durch Identitätsdiebstahl entstehen, etwa indem jemand unter falschem Namen eine Kreditkarte beantragt und dann den Kartenkredit nicht zurückzahlt. Die Anzahl solcher Identitätsdiebstähle ist überschaubar. Bei 65 Millionen Bürgern, über die wir Informationen gespeichert haben, dürfte die Zahl im Hunderter-Bereich liegen.

**bm** Welche Fortschritte erzielt Ihre Öffentlichkeitsarbeit beim Ausmerzen unberechtigter Vorwürfe, die das Image der Schufa wie auch der Banken beschädigen?

Manchmal haben wir es mit unserer Öffentlichkeitsarbeit schon schwer. Wir stecken den Kopf aber nicht in den Sand und verzeichnen in den letzten Jahren deutliche Fortschritte. Natürlich wird es immer wieder Ansätze für kritische Berichte geben. Bei den Multiplikatoren in den Medien ist aber doch über die Jahre klarer geworden, wie die Schufa funktioniert. Und an dieser Aufklärung arbeiten wir auch in Zukunft weiter.

„Wichtig wäre es gewesen, einen Zulassungsvorgang für Auskunfteien zu implementieren.“

**bm** An welchen Stellen sind Sie von der Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes tangiert, das am 1. April in Kraft getreten ist?

Die Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes hatte zwei Ziele:

1. Einen noch besseren gesetzlichen Grund für die Arbeit der Auskunfteien zu bauen. Das ist aus unserer Sicht nicht ganz gelungen. Mittlerweile gibt es in Deutschland über 100 Auskunfteien, die zur Verfügung stehen, wenn Bonitätsentscheidungen getroffen werden. Wichtig wäre es gewesen, dass man einen Zulassungsvorgang für Auskunfteien gesetzlich implementiert hätte. Verbraucher hätten eine Möglichkeit, sich zu erkundigen, wer ihre Daten hat. Sie könnten diese Daten dann anschauen und gegebenenfalls korrigieren.

2. Der zweite Punkt, den das Gesetz regeln möchte, ist das Scoring. Ob das Thema in ein Datenschutzgesetz gehört, ist unter Fachleuten umstritten. Was der gesamten Wirtschaft dabei viel Arbeit macht, ist eine Auskunftspflicht, die in § 34 BDSG niedergelegt wurde. Wir Auskunfteien müssen zwölf Monate lang alle Scores beauskunften, die wir weitergegeben haben. Unternehmen aus der Wirtschaft müssen dies sechs Monate lang tun. Das bedeutet, dass wir diese Scores speichern und erläutern müssen. Das ist ein großer IT-Aufwand, zumal wir auch alle Scores beauskunften müssen, die wir momentan berechnen könnten. Wir haben für die unterschiedlichsten Branchen Wahrscheinlichkeitsverfahren entwickelt. Dazu gibt es dann für verschiedene Branchen und Anlässe verschiedene Scores, bei denen im Hintergrund ganz verschiedene Logiken und Formeln stehen. Diese Scores müssten wir dann alle dem Verbraucher übermitteln.

Vater des Gedankens ist der Wunsch, Scoring so transparent wie möglich zu machen. Aber ob das Thema durch diesen Dschungel an Scores für den Verbraucher

wirklich transparenter wird, weiß ich nicht.

**bm Können Sie den Aufwand, der durch diese neue Beauskunftungspflicht entsteht, beziffern?**

Anfangs hat das Bundesinnenministerium Kosten von 600 000 Euro für die gesamte Volkswirtschaft angenommen. Diese Zahl hat man zu Recht deutlich nach oben korrigiert. Der Aufwand für die gesamte Industrie dürfte sich sicher im Milliardenbereich bewegen.

Ob das zielführend ist, möchte ich nicht beurteilen. Ab dem 1. April werden wir sehen, wie häufig diese Abfragen von Verbrauchern überhaupt in Anspruch genommen werden. Das Teure ist aber die Implementierung der Verfahren.

**bm Mit welcher Nutzung rechnen Sie?**

Wir gehen nicht unbedingt davon aus, dass die Verbraucher die Datenübersicht extrem rege in Anspruch nehmen werden. Aus unserer Erfahrung in den letzten Jahren wissen wir, dass das Interesse von Verbrauchern an ihren Scores relativ gering ist.

**bm Mit der Gesetzesnovelle wurde auch die kostenlose Selbstauskunft eingeführt. Was wird das die Schufa kosten?**

Das ist eine ganz schwierige Frage, weil die in § 34 BDSG definierte Übersicht, die alle Daten speichernde Institutionen geben sollen, sehr wenig genutzt wird.

Schufa-Eigenauskünfte sind sehr bekannt. Das führte dazu, dass die Mehrheit der bisherigen Eigenauskünfte zu wirtschaftlichen Zwecken verwendet wurde. Beispielsweise haben Vermieter ihre Mietinteressenten dazu aufgefordert, eine Ei-

genauskunft vorzulegen, und damit einen vollständigen Einblick in die Daten bekommen, die bei der Schufa über den Mietinteressenten vorliegen. Dieser Einblick ist umfassender, als das, was eine Bank sieht, wenn sie eine Schufa-Auskunft einholt. Denn die Bank sieht anonymisierte Daten. In der Eigenauskunft dagegen steht exakt, bei welchem Anbieter welches Konto geführt wird.

Der Gesetzgeber hat diese Entwicklung gesehen und deshalb ins Gesetz geschrieben, dass Eigenauskünfte, die zu wirtschaftlichen Zwecken verwendet werden können, bepreist werden können. Das haben wir in der Vergangenheit getan und nachgewiesen, dass der Preis, den wir dafür berechnen, unter unseren Selbstkosten liegt. Mit der Gesetzesnovelle werden wir wieder eine Trennung vornehmen zwischen der kostenlosen schriftlichen Datenübersicht einmal im Jahr und einer Auskunft, die man einem Dritten als Bonitätsnachweis zur Verfügung stellen kann. Dafür verlangen wir dann einen wirtschaftlichen Preis.

**bm Was halten Sie von der Forderung, den Verbrauchern den Zusammenhang zwischen Scoring und Kreditentscheidung beziehungsweise Scoring detailliert zu erklären?**

Die Amerikaner, die das Scoring 20 Jahre vor uns Deutschen begonnen haben, haben die Diskussionen bereits hinter sich. Der amerikanische Kongress hat vor einiger Zeit die amerikanische Zentralbank beauftragt, eine Untersuchung zur Diskriminierung durch Scores durchzuführen. Das Ergebnis dieser Untersuchung war nachvollziehbar: Menschen können diskriminieren, aber Scoreformeln nicht. Denn sie werden über mathematische Verfahren aus Vergangenheitswerten ermittelt. Hier kann man nicht

manipulieren und diskriminieren, sondern mit Scoring wird Diskriminierung vermieden.

Die Transparenz von Scorekarten aus Verbrauchersicht ist seit 20 bis 30 Jahren beginnend in den USA, später auch in England ein Thema. Die Amerikaner haben vor einigen Jahren den Weg gewählt, die wichtigsten Merkmale in Scorekarten zu erläutern. Das führte dazu, dass die Verbraucher sich darauf einrichteten und man wieder neue Merkmale finden musste.

**„Menschen können diskriminieren, aber Scoreformeln nicht.“**

Ein Beispiel: Anfangs galt eine hohe Ausnutzung von Kreditrahmen als statistisch kritisch. Daraufhin haben sich die Verbraucher mehrere Kreditkarten zugelegt und die Kreditrahmen nur zu jeweils 20 bis 30 Prozent ausgenutzt. Diese Zusammenhänge haben wir der deutschen Öffentlichkeit über eine Studie der Universität San Diego zur Verfügung gestellt.

In Großbritannien hat man in einer Vereinbarung zwischen Verbraucherschützern und Kreditanbietern festgelegt, dass Transparenz Manipulation und Betrugsversuchen Vorschub leistet. Dort hat man deshalb einen anderen Weg eingeschlagen. Verbraucher, die das Gefühl haben, dass ihre Kreditanfrage wegen eines schlechten Scores abgelehnt wurde, haben die Möglichkeit, bei einer Art neutralen Schiedsstelle in der Bank ihren Fall vorzutragen. Dieses Verfahren ist im deutschen Gesetzgebungsverfahren auch angesprochen worden und führte zu den Regelungen im § 6 BDSG. Danach müssen Banken bei Ablehnungen Verbrauchern erklären, warum sie den Kreditwunsch abgelehnt haben.

Dass Kunden mit schlechteren Bonitäten schlechtere Konditionen erhalten, hängt nicht mit dem Scoring zusammen. Im Gegenteil: Durch die Scores ist diese Differenzierung sogar feiner geworden, wodurch vielen Kunden eine bessere Kondition gestellt werden kann als früher.