

Studie

**Scoring im Praxistest:  
Aussagekraft und Anwendung von Scoringverfahren  
in der Kreditvergabe und Schlussfolgerungen**

**Dieter Korczak & Michael Wilken  
GP Forschungsgruppe**

**München, 15. Januar 2008**

Diese Studie wurde im Auftrag des  
Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. erstellt

## Inhaltsverzeichnis

Abstract/Managementfassung .....	5
Abstract/Summary .....	7
<b>ZIELSETZUNG DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>8</b>
<b>METHODISCHE ANLAGE .....</b>	<b>10</b>
<b>ERSTER ABSCHNITT: SCORINGSYSTEME IM DISKURS .....</b>	<b>11</b>
I. Die Argumente des Daten- und Verbraucherschutzes .....	15
I.1 Ist die Praxis des Scoring legal? .....	15
I.1.1 Die Rechtmäßigkeit der Scoreberechnung .....	15
I.1.2 Betroffenenrechte und mangelnde Transparenz des Scoringverfahrens .....	15
I.1.3 Automatisierte Entscheidung und der § 6a BDSG .....	18
I.1.4 Vollzugsdefizit oder Gesetzgebungsbedarf? .....	20
I.2 Welche Aussagekraft hat Scoring in der Praxis? .....	22
I.2.1 Die mangelnde Prognosefähigkeit der Scores .....	22
I.2.2 Die mangelnde Qualitätskontrolle .....	23
I.2.3 Diskriminierung und Red Lining-Problematik .....	24
I.2.4 Der Kenntnisstand der Verbraucher .....	26
I.3 Ist Scoring ethisch zu rechtfertigen? .....	27
I.3.1 Erschüttertes Grundvertrauen .....	27
I.3.2 Der Mensch als Nummer oder die Ethik der informationellen Selbstbegrenzung .....	27
I.4 Was wären die Alternativen? Die USA als Beispiel? .....	28
II. Die Position von Auskunfteien und Scoring-Anbietern .....	31
II.1 Argumente der Auskunfteien zur Legalität der Scoring-Praxis .....	31
II.1.1 Scoring-Formel, Wissenschaftlichkeit und Geschäftsgeheimnis .....	31
II.1.2 Transparenz der Datenquellen .....	32
II.1.3 Keine automatisierten Entscheidungen .....	33
II.2 Argumente der Auskunfteien zur Aussagekraft des Scoring in der Praxis .....	33
II.2.1 Mehr Kredite durch gute Scoringverfahren .....	33
II.2.2 Die Seriösität der Daten .....	35
II.2.3 Keine Diskriminierung durch Scoring .....	35
II.3 Die Position der Auskunfteien zur Kreditvergabegerechtigkeit .....	36
II.3.1 Der Kredit als finanzielle Vorleistung .....	36
II.3.2 Interessenidentität von Verbrauchern und Kreditgebern .....	36
II.3.3 Risk-Pricing und Gerechtigkeit .....	37
II.4 Welche Alternativen sehen die Auskunfteien? .....	38
II.4.1 Die USA sind kein Beispiel .....	38
II.4.2 Verbesserungsvorschläge .....	38
III. Die Position von Scoring-Usern .....	39
III.1 Kreditinstitute .....	39
III.2 Versicherungen .....	42
IV. Übersicht über die Pro- und Contra-Argumente .....	45
V. Der Bericht des BMI zum Datenschutz bei Auskunfteien .....	51
VI. Die neue Gesetzesinitiative zur Änderung des BDSG .....	57
VI.1 Angestrebte Veränderungen .....	57
VI.2 Gesichtspunkte und Argumente .....	57
VI.2.1 Aus der Sicht des Daten- und des Verbraucherschutzes .....	57
VI.2.1.1 Generelle Einschätzung .....	57
VI.2.1.2 Mangelhafte Regelung des Scoring .....	58
VI.2.1.3 Unzureichende Regelungen zu den Auskunfteien .....	60

VI.2.1.4	Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse sind nach wie vor sakrosankt.....	61
VI.2.1.5	Konsens der Datenschützer .....	61
VI.2.2	Aus der Sicht von Banken.....	62

**ZWEITER ABSCHNITT: EMPIRISCHE ÜBERPRÜFUNG DER SCORING-PRAXIS . 64**

I.	Studiendesign .....	64
I.1	Auswahl der Untersuchungsstichprobe und Studienablauf.....	66
I.2	Auswahl und Sozio-Demografie der Testpersonen .....	70
II.	Erfasste Kundenmerkmale für das Scoring .....	71
II.1	Kontoinformationen.....	72
II.2	Berufliche Situation.....	73
II.3	Lebenssituation.....	74
II.4	Wohnort .....	74
II.5	Anlagenbesitz .....	74
II.6	Kreditbelastung.....	75
II.7	Fazit.....	75
III.	Aufklärung über den Einsatz von Scoring und Schufa-Abfrage .....	77
IV.	Transparenz der Scoringverfahren.....	78
IV.1	Bewerbung des Kreditangebots .....	78
IV.2	§ 6a BDSG (automatisierte Entscheidung) im Praxistest.....	79
V.	Bedeutung von Restschuldversicherungen .....	81
VI.	Cross-Selling .....	83
VII.	Relevanz der Scoringverfahren und Auswirkung von Konditionenanfragen .	84
VII.1	Die Relevanz des Schufa-Basiscore und des Schufa-Branchenscore .....	84
VII.2	Auswirkung von Konditionenanfragen .....	87
VIII.	Zinsangebot in Abhängigkeit vom Score .....	89

**DRITTER ABSCHNITT: ÜBERTRAGUNG DER ERGEBNISSE..... 102**

I.	Zusammenfassung und Fazit .....	102
II.	Konsequenzen für andere Bereiche.....	106
III.	Handlungsempfehlungen .....	108

Literaturverzeichnis .....	110
Anhang 1: Die Praxis des Scoring .....	117
Anhang 2: Erfahrungsberichte (Auswahl) .....	135
Anhang 3: Dokumentationsbogen .....	149

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	„Was verstehen Sie unter Scoring“ (N=1.001).....	11
Tabelle 2:	Beurteilung des Einsatzes von Scoring (N=1.001) .....	11
Tabelle 3:	Übersicht Scoring-Anbieter .....	13
Tabelle 4:	Übersicht über den Diskurs zwischen Daten-, Verbraucherschutz und Scoring-Anbietern/-Usern.....	47
Tabelle 5:	Netto-Stichprobe der Kreditinstitute .....	68
Tabelle 6:	Struktur der Testpersonen .....	71
Tabelle 7:	Erfasste Merkmale beim Scoring (in %) .....	76
Tabelle 8:	Kreditinstitute und Scoring-Schwerpunkte.....	77
Tabelle 9:	Erläuterung Bonitätsprüfung und Aufklärung des Einsatz von Scoring ...	77
Tabelle 10:	Einwilligung zur Schufa-Abfrage .....	78
Tabelle 11:	Werbebotschaften von Kreditinstituten.....	79
Tabelle 12:	Angebot Restschuldversicherung.....	82
Tabelle 13:	Angebot weiterer Bankprodukte .....	84
Tabelle 14:	Score und Beruf.....	86
Tabelle 15:	Speicherung von Konditionenanfragen in der Basisscore-Auskunft .....	89
Tabelle 16:	Differenz der Zinssätze verschiedener Kreditinstitute für eine Testperson.....	92
Tabelle 17:	Übersicht Zusammenhang Nettoeinkommen, Scoring, angebotener Zins und Konditionen .....	95

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Studiendesign.....	66
Abbildung 2:	Studienablauf.....	69
Abbildung 3:	Bewerbung von Restschuldversicherungen .....	82

## **Abstract/Managementfassung**

Die GP Forschungsgruppe hat im Winter 2007 im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. ein Gutachten zum Zusammenhang von Datenschutz, Verbraucherschutz und Scoring erstellt. Das Gutachten sollte im Wesentlichen klären, inwieweit Scoringverfahren die Bonität von Kreditnehmern angemessen und transparent abbilden, welche Daten für Scoring verwendet werden, ob Scoring diskriminiert und ob gegen das Verbot der automatisierten Entscheidung (§ 6a BDSG) verstoßen wird.

Die Bearbeitung der Thematik erfolgte in zweierlei Hinsicht: erstens wurde eine systematischer Literaturreview durchgeführt, der die noch junge Diskussion zwischen Daten- und Verbraucherschutz einerseits, Scoring-Anbietern und -Nutzern andererseits abbildet. Zweitens wurden über das Erhebungsverfahren des ‚Mystery Shopping‘ empirische Daten zum Einsatz und zur Vorgehensweise beim Scoring eingeholt. Im Rahmen der empirischen Erhebung haben 21 Testpersonen mit unterschiedlichem biografischem Hintergrund bei 20 Kreditinstituten bundesweit gestreut insgesamt 82 Konditionenfragen durchgeführt. Die Verläufe und Ergebnisse der Testgespräche wurden von den Testpersonen in einem Dokumentationsbogen erfasst. Die Testpersonen haben außerdem vor und nach Beginn der Testgespräche ihren Basisscore bei der Schufa eingeholt.

Die Literaturrecherche zeigte, dass es einen erheblichen Dissens zwischen Daten- und Verbraucherschutz einerseits und Scoring-Anbietern und -Nutzern andererseits gibt. Deutlich unterschiedliche Auffassungen bestehen vor allem hinsichtlich der Prognosefähigkeit, dem Nutzen, der Transparenz, der Qualitätskontrolle, der Diskriminierung von Verbrauchern und der Einhaltung des § 6a BDSG. Während Daten- und Verbraucherschutz eine Offenlegung, Überprüfung und Kontrolle von Scoring fordern, ziehen sich Scoring-Anbieter und -Nutzer letztlich auf die Position des Geschäftsgeheimnisses zurück.

Hinsichtlich des Gesetzesentwurfes der Bundesregierung zur Änderung des BDSG sind die Reaktionen ebenfalls gespalten. Während Daten- und Verbraucherschutz vor allem Rechtsunsicherheit, Freiräume für inflationären Einsatz von Scoring und fehlende Kontrolle des Datenaustausches zwischen Auskunftsteilen bei diesem Entwurf bemängeln, sehen Banken darin unverhältnismäßige Auflagen für die Transparenz.

Trotz der Behauptung, dass es sich beim Scoring um ein valides mathematisch-statistisches Verfahren zur Prognose von Kreditausfallwahrscheinlichkeiten handelt, ist die Anbieterseite einen entsprechenden empirischen Nachweis bislang schuldig geblieben. Auch die im Rahmen der Studie durchgeführte empirische Erhebung konnte keinen diesbezüglichen Nutzen des Scoring erkennen. Der betriebene Datensammelaufwand steht in keinem Verhältnis zu Ergebnis und Nutzen. Es waren weder Zusammenhänge zwischen Alter, Geschlecht, Familienstand, Einkommenssituation oder Beruf und angebotenen Zins- und Laufzeitkonditionen zu erkennen noch zu den von der Schufa vergebenen Scorewerten. Der Einsatz von Scoring ist Verbrauchern in keiner Weise transparent gemacht worden. Gegen das Verbot der alleinigen automatisierten Entscheidung wurde bei der Angebotserstellung regelmäßig verstoßen. Das Scoring hat den Praxistest nicht bestanden.

Vor einer Aufweichung der Datenschutzbestimmungen wird daher gewarnt. Es wird vielmehr empfohlen, dass Scoring-Anbieter und -Nutzer den empirischen Nachweis der prognostischen Validität ihrer Scoringverfahren erbringen. Des Weiteren sollte die Transparenz des Verfahrens und des Vorgehens zwingend vorgeschrieben werden. Verbraucher müssen kostenfrei Einblick in die über sie gespeicherten Daten nehmen können. Scoringverfahren sollten einer regelmäßigen Qualitätskontrolle von unabhängiger Seite unterzogen werden und – wie bei Arzneimitteln üblich – erst nach einer Prü-

## Scoring im Praxistest

fung zugelassen werden. Bei fehlendem Nachweis ihrer prognostischen Validität sollte die Bezeichnung ‚*wissenschaftlich*‘ für Scoring als irreführende Werbung verboten werden.

Der Verbraucherschutz sollte Informationsbroschüren herausgeben, die über Sinn, Einsatz, Nutzen und Risiken von Scoring aufklären.

## **Abstract/Summary**

The Federation of German Consumer Organisations (vzbv) commissioned the GP Forschungsgruppe to conduct a study on data protection, consumer protection and scoring. The study was conducted in winter 2007. The aim of the study was to clarify whether scoring measures the creditworthiness of consumers in an appropriate way, which data are used for scoring, whether scoring discriminates and whether relevant data protection laws (such as § 6a BDSG) are considered.

The study was conducted by means of a review of the scientific literature and an empirical survey using the technique of mystery shopping. 21 test persons with different biographical background conducted 82 requests for loans at 20 different banks.

The literature survey demonstrated that there is a considerable discrepancy between the opinions of data and consumer protection representatives on one hand and scoring providers and users on the other hand. Different opinions are especially pertinent regarding prognostic validity, benefit, transparency, quality control, discrimination of consumers and data protection. Data and consumer protection representatives call for more transparency and control of scoring whereas scoring providers and users point out to treat scoring as a business secret.

Regarding the new proposal of the German Federal Government to make some changes of the BDSG the two positions are different as well. Data and consumer protection find fault with legal insecurity, inflationary use of scoring and missing control of data exchange between registration offices in the proposal. Banks do see inappropriate obligations concerning transparency.

Though banks claim that scoring is a scientific method they failed to proof this claim so far. The study did not support this claim either. The data collection effort is in no way comparable to the outcome and benefit of scoring. There are no interrelationships between, for example, age, sex, family status, income or profession and offered interest rates or Schufa scores. The use of scoring has not been made transparent to the consumers. The prohibition of the single use of automated decision making was regularly violated. Scoring did not pass the practical examination.

Therefore it is warned to tighten the data protection regulations. In fact it is recommended that scoring providers and users have to proof empirically the prognostic validity of their scoring methods. Transparency of the procedure should be made obligatory. Consumers must have the possibility to get a free of charge insight which data are stored. Scoring should undergo a regular quality control by an independent institution. Similar to medical drugs, scoring should be finally approved by an approval procedure. If the evidence cannot demonstrate that scoring has prognostic validity the use of the term 'scientific' should be forbidden for scoring.

Consumer organizations should edit a booklet which explains use, benefit and risks of scoring.

## ZIELSETZUNG DER UNTERSUCHUNG

Diese Studie zielt darauf ab, den Zusammenhang zwischen Daten- und Verbraucherschutz exemplarisch am Scoring in der Kreditwirtschaft darzustellen und zu prüfen, zu welchen Ergebnissen Scoringverfahren führen, ob sie für die Verbraucher von Vorteil sind und inwieweit die gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden.

Wegen der Zunahme von Datenbeständen und immer effizienterer Datenverarbeitungstechniken ist davon auszugehen, dass personenbezogene Daten in einem immer größeren Umfang von Unternehmen genutzt werden, um Verbraucher zu segmentieren und zu bewerten. Die Schlüsseltechnik für die automatisierte Datenverarbeitung und -bewertung stellt das Scoring dar. **Unter dem Begriff Scoring wird die automatisierte Bewertung von Informationen über Verbraucher und eine daraus resultierende Entscheidung zusammengefasst.** Zur Ermittlung eines Scorewerts werden – vereinfacht dargestellt – aus dem zu einer Person vorliegenden Datenbestand nach den in einer Scorekarte festgelegten Regeln bestimmte Merkmale ausgesucht und je nach Relevanz für die jeweilige Fragestellung gewichtet. Aus diesen Merkmalswerten wird mit Hilfe eines mathematisch-statistischen Verfahrens ein Scorewert errechnet. Bei den branchenspezifischen Scores variieren die in die Berechnung einfließenden Merkmale und ihre Gewichtung je nach Relevanz für die Fragestellungen der jeweiligen Branchen.

Am bekanntesten ist die Verwendung von Scoringverfahren in der Kreditwirtschaft zur Bonitätseinstufung von Verbrauchern. Dort geht es bei der Anwendung der Verfahren nicht mehr primär darum, ob einem Verbraucher ein Kredit gewährt wird, sondern zu welchem Preis. Da die diesbezügliche Datenverarbeitung der Unternehmen in der Regel für die Verbraucher unsichtbar im Hintergrund automatisiert abläuft, wissen viele Verbraucher nicht, dass über sie gespeicherte Daten bereits heute einen Einfluss u.a. auf die Art der an sie gerichteten Werbung, auf Vertragskonditionen und auf Preise haben. Der Zusammenhang zwischen Daten- und Verbraucherschutz ist für viele Verbraucher nicht ohne weiteres ersichtlich.

Wertvolle Vorarbeiten zur Beurteilung der Datenschutz- und Verbraucherschutzproblematik, die sich aus der Anwendung von Scoringverfahren ergeben können, hat das im Januar 2006 veröffentlichte Gutachten des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein geleistet. In diesem Gutachten werden im Hinblick auf das Kredit-Scoring eine Reihe von Beeinträchtigungen der Verbraucherinteressen festgestellt: nach Auffassung des ULD fließen in das Scoring sehr viele Merkmale ein, die zwar in einem statistisch signifikanten Zusammenhang mit der Prognose des Kreditverhaltens stehen sollen, deren tatsächliche Aussagekraft für die Bonität eines Kunden aber fraglich sei. Mögliche individuelle Abweichungen würden nicht hinreichend berücksichtigt, fraglich sei auch eine möglicherweise diskriminierende Wirkung der Scores. Vor allem hat das ULD eine mangelnde Transparenz der Scoringverfahren für die Verbraucher festgestellt.

Um das Gefahrenpotential des Scoring für Verbraucher abzuschätzen, wird hier am Beispiel der Kreditwirtschaft dargestellt, wie Scoringverfahren verwendet werden und welche Auswirkungen die automatische Datenverarbeitung in diesem Bereich für Verbraucher habe. Soweit möglich werden die Ergebnisse exemplarisch auf weitere existierende und denkbare Einsatzgebiete für das Scoring übertragen.

Zur Beurteilung des Einsatzes von Scoringverfahren wird ermittelt, welche personenbezogenen individuellen Daten für das Scoring verwendet werden und zu welcher Bonitätseinschätzung von Verbrauchern diese Daten jeweils im empirischen Test führen. Anhand realer Kreditkonditionenanfragen wird darüber hinaus geprüft, ob Verbraucher über die Bedeutung und Verwendung automatisierter Entscheidungen aufgeklärt werden und inwieweit die in diesem Bereich relevanten gesetzlichen Bestimmungen in der Praxis eingehalten werden. Zu diesem Zweck wurden Konditionenanfragen mit unterschiedlicher Kredithöhe (5.000/10.000 €) und Laufzeit (12/ 24 Monate) gestellt.

Die Untersuchung gliedert sich in drei Hauptabschnitte:

Im einleitenden Abschnitt wird die noch recht junge Diskussion über die Verbindung zwischen Daten- und Verbraucherschutz zusammengefasst und verdeutlicht, welche Probleme und Fragen das Scoring in der Kreditwirtschaft aufwirft. Außerdem werden in diesem Teil die verschiedenen und denkbaren Einsatzbereiche des Scorings skizziert sowie die Diskussion über die Verwendung von Scoringverfahren aus Verbraucher- und Anbietersicht komprimiert erläutert.

Im zweiten Abschnitt werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung dargestellt. Im Einzelnen wird geprüft:

- Stimmt die Behauptung von Banken und Scoring-Anbietern, dass Scoringverfahren auch im Interesse von Verbrauchern sind, da auf diese Weise mehr Verbraucher schneller und zu besseren Konditionen einen Kredit erhalten?
- Führt das Einholen von Angeboten dazu, dass sich der Scorewert verschlechtert?
- Diskriminiert Scoring?
- Werden beim Scoring Kriterien berücksichtigt, die nicht kreditrelevant sind?
- Woher stammen die verwendeten Daten/Scores?
- Sind die Datensätze korrekt und vollständig?
- Wie transparent wird das Scoring eingesetzt?
- Wird gegen das Verbot der automatisierten Entscheidung (§ 6a BDSG) verstoßen?
- Wird Verbrauchern Einblick in die zugrundeliegenden Daten und deren Gewichtung gewährt?

Im dritten Abschnitt werden die Ergebnisse der Teiluntersuchungen in die allgemeine Diskussion über den Einsatz von Scoringwerten eingebracht. Scoringverfahren werden auch für Werbemaßnahmen, von Call-Centern und zunehmend auch von der Versicherungswirtschaft sowie bei der Vermietung von Wohnraum verwendet. Es wird deshalb erörtert, welche Schlussfolgerungen für den Einsatz von Scoringverfahren im Bereich der Kreditwirtschaft auf andere Handlungsbereiche gezogen werden können und welche politischen Handlungsempfehlungen daraus abzuleiten sind.

## METHODISCHE ANLAGE

Aus dem von uns früher durchgeführten Gutachten „*Verantwortungsvolle Kreditvergabe*“ (Korczak 2005) ist bekannt, dass Kreditinstitute die Anwendung von Scoringverfahren als Geschäftsgeheimnis betrachten. Sie sind in der Regel nicht bereit, konkrete oder nähere Informationen zur Datengrundlage, Gewichtung und Anwendung der von ihnen eingesetzten Scoringverfahren zu geben. Zu einem ähnlichen Ergebnis gelangte das ULD bei dem Versuch, nähere Auskünfte zu Scoringverfahren zu erhalten. Lediglich 29 (5,8%) von 500 angeschriebenen Kreditinstituten waren bereit, dem ULD Informationen zu übermitteln. Zehn der antwortenden Kreditinstitute gaben an, keine Scoring-Systeme einzusetzen. „Der Rücklauf von nur 29 Antworten gibt einen Hinweis darauf, dass die Thematik aus Sicht der Banken entweder nicht für wichtig angesehen wird oder diese hierzu keine Auskunft geben wollen.“ (ULD 2006:4)

Ebenfalls bekannt ist nach dem o.g. Gutachten (Korczak 2005), dass Auswahl und Zusammenstellung der Bonitätskriterien zu einem Scoring-Modell von Kreditinstitut zu Kreditinstitut unterschiedlich sind.

Für die methodische Anlage der Studie hat dies zweierlei Konsequenzen. Zum einen wurden die unterschiedlichen Positionen von Datenschutz und Verbraucherschutz sowie Anbietern und Nutzern von Scoring-Systemen durch eine ausführliche Recherche der verfügbaren Veröffentlichungen und Stellungnahmen gesammelt, gesichtet, analysiert und vergleichend gegenübergestellt. Im ersten Abschnitt der Studie werden die Ergebnisse dazu präsentiert.

Um die Hintergründe und die Alltagsrealität des Einsatzes von Scoringverfahren in Erfahrung zu bringen, wurde zweitens ein geeignetes Erhebungsverfahren eingesetzt. Da wie oben dargestellt, direkte Erhebungstechniken nur eine geringe Resonanz bei der Untersuchungsstichprobe hervorrufen, ist ein indirektes Erhebungsverfahren ausgewählt worden, nämlich die Technik des „*Mystery Shopping (Scheinkäufe)*“.

„*Mystery Shopping is a long-established research technique used by a wide variety of commercial, governmental and other organisations. Its purpose is to help such bodies to assess and improve the standards of service they provide to their customers, by comparing their achieved performance against their own organisation's targets.*“ (Esomar 1999:1)

Wenn Scheinkäufe professionell unter Beachtung der Grundsätze des IHK/Esomar Internationalen Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung sowie den gültigen Vorschriften zum Datenschutz durchgeführt werden, sind sie eine legitime und valide Form der Forschung.

Im Rahmen des *Mystery Shopping* sind insgesamt zweiundachtzig Testanfragen in zwanzig Städten durch einundzwanzig Testpersonen bei elf verschiedenen Kreditinstituten bzw. deren lokalen Filialen durchgeführt worden. Als Testpersonen sind reale Personen mit konkreten Biografien und bewusst keine virtuellen Personen mit konstruierten Identitäten zum Einsatz gekommen. Da sich jede Testperson vor der ersten und nach der letzten Konditionenabfrage ihren Schufa-Basissscore mitteilen ließ, war der Einsatz konkreter Personen für die Validität und Signifikanz der Ergebnisse zwingend. Die methodische Vorgehensweise der empirischen Phase der Studie ist im Detail im zweiten Abschnitt dargestellt.

## ERSTER ABSCHNITT: SCORINGSYSTEME IM DISKURS

Spätestens seit der Vorlage des Gutachtens des ULD vom Januar 2006 ist in der Fachöffentlichkeit eine lebhafte und kontroverse Diskussion zu Sinn, Nutzen, Anwendungsbereichen und Anwendungsberechtigung des Scoring entbrannt.

Trotz der Aufnahme dieses Themas in den Medien (z.B. ARD 2006; Computerwoche 2006; Süddeutsche Zeitung 2007) ist die Kenntnis innerhalb der Bevölkerung zum Begriff des Scoring selbst sehr gering. In einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung aus dem November 2007 geben 12% an, dass sie den Begriff „Scoring“ kennen. Weitere 14% sagen, dass sie diesen Begriff schon mal gehört oder davon gelesen haben. Zwar wissen rund 10% der Bevölkerung, dass Scoringverfahren zur Einstufung der Kreditwürdigkeit eines Kreditnehmers herangezogen werden, aber nur einer verschwindend kleinen Minderheit von 0,8% ist ausdrücklich bewusst, dass das Scoring direkte Auswirkungen auf Kreditkonditionen wie Kredithöhe oder Kreditzins hat.

**Tabelle 1: „Was verstehen Sie unter Scoring“ (N=1.001)**

Einstufung der Kreditwürdigkeit/ Bonität	10,4%
Risikoeinstufung/Risikoabschätzung bei einem Kreditnehmer	2,3%
Zählen von Punkten/Punktesystem	1,6%
Risikobepreisung/Bewertungsmaßstab für Kreditkonditionen	0,8%
Sonstige Nennungen	5,4%
Ohne nähere Angabe/weiß nicht mehr/nur gehört	5,3%
Habe Begriff noch nie gehört	74,2%

Quelle: ZEITSENSOR No. 4/ 2007

Auf die konkrete Frage, ob der Einsatz von Scoring „fair“ oder „unfair“ ist, lehnen zwei Drittel der Bevölkerung den Einsatz von Scoring zur Beurteilung von Kreditnehmern und zur Bestimmung von Konditionen und Zinsen für Ratenkredite ab.

**Tabelle 2: Beurteilung des Einsatzes von Scoring (N=1.001)**

<b>Frage:</b> „Was halten Sie davon, dass immer mehr Banken dazu übergehen, die Konditionen und Zinsen für Ratenkredite von der Beurteilung des Kreditnehmers abhängig zu machen? Das heißt Kunden erhalten je nach Beruf, Familienstand, Wohngegend etc. unterschiedliche Zins- und Kreditkonditionen?“	
Halte ich für fair, da dann das Risiko des einzelnen Kreditnehmers richtig berücksichtigt wird	32,0%
Halte ich nicht für fair. Das einzige Kriterium sollte sein, ob der Kreditnehmer genügend Geld aus seinem laufenden Einkommen für die Kreditrückzahlung zur Verfügung hat	60,4%
Weiß nicht, habe keine Meinung dazu	7,6%

Quelle: ZEITSENSOR No.4/2007

Die Meinung der Bevölkerung zum Einsatz von Scoring ist somit eindeutig; die Bevölkerungsmehrheit lehnt Scoring ab. In der Fachdiskussion werden zahlreiche Pro- und Contra-Argumente zum Scoring von den unterschiedlichen Positionen des Daten- und Verbraucherschutz einerseits, Scoring-Anbietern und -Nutzern andererseits ausgetauscht.

Zur Nachzeichnung dieser Diskussion und zur Präzisierung dessen, was beide Positionen im Kern voneinander unterscheidet, werden in den folgenden Kapiteln die wichtigsten Argumente und Gesichtspunkte dargestellt. Als wichtig erscheint es uns jedoch, vorab die zentralen Leistungsangebote von Scoring-Anbietern zu rekapitulieren.

In der Mitgliederliste des Bundesverbandes Deutscher Inkasso-Unternehmen (BDIU) sind 132 Unternehmen von *Acoreus Collection Services* bis hin zu *Verband der Vereine Creditreform e.V.* gelistet, die sich mit der Ermittlung von Risikodaten befassen. Unter den Mitgliedern befinden sich auch die großen Anbieter von Scoring wie Bürgel, EOS, Infoscore, Schufa und Creditreform.

Die Größenordnung des Marktes für den Einsatz und Vertrieb von Scoringsystemen ist schwer abzuschätzen, da keine Markttransparenz gegeben ist. Der unter Konsumenten bekannteste Anbieter von Scoring, die Schufa, gehört mit 80,5 Millionen Euro Umsatz (2006) in diesem Konzern eher zu den kleinen Anbietern. Allein die Umsätze von Schöber (135 Mio.), EOS (231 Mio.), Bürgel (474 Mio.) und Creditreform (458 Mio.), auch wenn sie unter anderem mit dem Verkauf von Scoringverfahren erzielt werden, zeigen aufgrund ihrer Dimension, dass das Angebot von Scoringprodukten ein lohnendes Geschäft darstellt.

Dies wird auch daran deutlich, dass die Schufa im Jahr 2003 den Umsatz mit Eigenauskünften mit 5,8 Mio. Euro angibt und CEG Consumer Reporting, das Unternehmen der Creditreform, *„für eine verantwortungsvolle Kreditvergabe“* (Eigenwerbung), im Jahr 2004 40 Mio. € Umsatz gemacht hat. Auch hier ist die Einschränkung angebracht, dass bei der CEG dieser Umsatz zum größeren Anteil wahrscheinlich durch Firmenscoring erzielt wurde. Im Geschäftsbericht 2006 gibt die Schufa an, 1,17 Mio. Eigenauskünfte an Konsumenten erteilt zu haben. Da eine Eigenauskunft, bei der auf ausdrücklichen Wunsch hin auch der Basisscore mitgeliefert wird, in der Regel 7,80 Euro kostet, kann der Umsatz der Schufa mit Eigenauskünften für das Jahr 2006 auf rund 9,1 Mio. Euro geschätzt werden. An dieser beeindruckenden Umsatzsteigerung innerhalb von drei Jahren wird deutlich, dass Scoring profitabel ist – jedenfalls für die Anbieter.

Für diesen Geschäftsbetrieb werden Millionen von Einzeldaten gespeichert und die Anbieter versuchen sich darin zu übertreffen, immer neue Auskunftsquellen zu erschließen. Dabei sind die sogenannten *„harten“* Negativmerkmale mehr oder minder bei allen Anbietern die gleichen: Zwangsvollstreckung, Haft(androhung), Eidesstattliche Versicherung, Privatinsolvenz. Die Definition von so genannten *„weichen“* Negativmerkmalen ist dagegen völlig ins Belieben der Scoring-Anbieter gestellt, dies können bereits Mahnungen sein oder aber die Wohnung in der *„falschen“* Straße am *„falschen“* Wohnort.

Eine detaillierte Darstellung des Leistungsangebots der wichtigsten Scoring-Anbieter findet sich im Anhang 1. In der Tabelle 3 sind die wichtigsten Merkmale der einzelnen Anbieter als Überblick dargestellt. Es wird deutlich, dass bereits gegenwärtig zahlreiche Verknüpfungsmöglichkeiten von Daten bei den einzelnen Anbietern vorhanden sind. Für Konsumenten ist es schwer, sich über Scoring zu informieren. In einfacher Sprache formulierte Informationsbroschüren liegen bislang nur vom Bankenfachverband und dem Bundesverband der Banken vor.

Tabelle 3: Übersicht Scoring-Anbieter

	Schufa	Credit-Reform	Arvato (Bertelsmann-Tochter)	experian	Bürgel	Schober	Vermieterverein	Eos	Post	SAF
<b>Daten-Menge</b>	Daten zu 64 Mill. Personen	Größte Datenbank über Unternehmen	k.A. (2) 270 Töchter in 37 Ländern	Führender Systemanbieter für Entwicklung von Scorecards	40,6 Millionen Datensätze	Consumer-Business-Geodaten, Adressen	Konsumtenauskunft von CEG	k.A.	Alle Gebäude in Deutschland	u.a. 10 Mill. Bonitätsprüfung
<b>Daten-Art</b>	Persönl. und finanz. Vertragsdaten	Wirtschaftsinformationen, Inkasso, Marketing	Interne, externe, Datenderivate	Systemanbieter mit Anbindung an über 70 Auskunfteien	B2B und B2C-Datenbanken	Zielgruppen- und Marktinformationen	CEG	Informat. Debitoren Forderung	Addressmanagement	Info. Forder. Adressen Außen-dienst.
<b>Mit-Arbeiter</b>	758	4.300	1.900 in Deutschland	12.000 weltweit	Ca. 1.000	400	38 RA	3.100	60	2.500
<b>Umsatz</b>	80,5 Mil. (2006)	458 Mil. (2006)	4-8 Milliarden weltweit	2 Milliarden weltweit	474 Millionen (2005)	135 Mil. (2006)	k.A.	231 Mill.	k.A.	1 Milliarde
<b>Vertrags-Partner</b>	4.500, 80 Mill. Anfragen jährlich	Banken, Leasing, Versicherungen, Versandhandel, Telekomunik. 14,5 Mio. Auskünfte	Handel, Mobilfunk	In Deutschland: Volks- und Raiffeisenbanken und Münchener Hypothekenbank	k.A.	Große und KMU's aus allen Branchen	Vermieter	20.000 Kunden, Banken, Versicherungen, Handel	k.A.	Handel, Finanzd., Energie, Telekom. West LB Volksb.
<b>Daten</b>	Modulare Palette von Auskunft bis Entsch. System	Kreditrisiko	Adressen, Bonität, Marketing- und Risikoscoring Inkasso, Forderungskauf	-	Positive und Negative Zahlungserfahrungen	5,5 Mill. Firmen-Adressen 50 Mill. Privat-adressen	Neben der Rechtsauskunft Daten der CEG	Bei Privatkunden auch Zahlungserfahr.	Gebäude in 9 Risikoklassen	Risiko-prävention für den Handel

## Scoring im Praxistest

### Fortsetzung Tabelle 3

	Schufa	Credit-Reform	Arvato (Bertelsmann-Tochter)	experian	Bürgel	Schober	Vermieterverein	Eos	Post	SAF
<b>Negativmerkmale</b>	harte und weiche (1)	harte und weiche	k.A.	-	Harte	k.A.	Siehe CEG	harte	k.A.	k.A.
<b>Art der Scores</b>	Basisscore Branchenscores, Consumer-Line	CEG	Marketingscores Informa Consumer Score, 6 Varianten, Basic, Handel, Banken, Telekomm., Storno für Versicherungen, Xselling	Unterstützung bei jeder Art von Scoringverfahren	Bürgel Consumer Score	Consumerprofile mit Zusatzdaten zu jeder Adresse	CEG	k.A. Kooperation mit Experian und Bürgel	Post Adress Risk	k.A.
<b>Score-Werte</b>	0 bis 1000	Ampel	k.A.	-	Schulnoten (1-6)/ Ampel	k.A.	CEG	k.A.	k.A.	k.A.

- 1) Harte Negativmerkmale: Inkassoverfahren, EV, Haft, Zwangsvollstreckung  
 Weiche Negativmerkmale: Scheckrückgaben, Wechselprotest, Mahnbescheide, Zahlungsverzug
- 2) keine Angaben auf der Homepage des Unternehmens

## **I. Die Argumente des Daten- und Verbraucherschutzes**

### **I.1 Ist die Praxis des Scoring legal?**

Beim Scoring werden verschiedene personenbezogene Merkmale in bestimmter Weise berücksichtigt und durch Transferierung in mathematische Berechnungsverfahren in Beziehung zueinander gesetzt. Das Ergebnis ist ein abstrakter Zahlenwert. Im Kontext mit einer dazugehörigen gewählten Skala erhält dieser abstrakte Zahlenwert seine Bedeutung.

In rechtlicher Hinsicht stellen sich eine Reihe von Fragen, zum Beispiel auf welcher rechtlichen Grundlage Scoring durchgeführt wird, ob die Durchführung ordnungsgemäß ist und die relevanten Datenschutzbestimmungen eingehalten werden und inwieweit die Rechte Betroffener tangiert und gewahrt werden.

#### **I.1.1 Die Rechtmäßigkeit der Scoreberechnung**

Auf dem Symposium des BMELV zu „Chancen und Risiken für Verbraucher“ im Juni 2006 stellt Dr. Thilo Weichert, Landesbeauftragter für den Datenschutz Schleswig-Holstein fest:

Als Rechtgrundlage für das Kredit-Scoring kommt sowohl die Betroffeneneneinwilligung als auch ein Vertrag oder vertragsähnliches Verhältnis mit dem Kreditantragsteller in Betracht. Eine Berufung auf ein berechtigtes Interesse des Kreditunternehmens, das die schutzwürdigen Betroffeneninteressen überwiegt, ist nicht möglich.

Voraussetzung für die Rechtmäßigkeit der Scoreberechnung ist

- die nach einem anerkannten Verfahren festgestellte wissenschaftlich-statistische Relevanz und Gewichtung der einbezogenen Daten
- die Plausibilität der Daten für die Beurteilung der Kreditwürdigkeit und
- den Ausschluss von Merkmalen, die einem Nutzungs- oder Diskriminierungsverbot unterliegen.

Voraussetzung sind auch regelmäßig durchgeführte Qualitätskontrollen. Dazu ist eine Dokumentation des Verfahrens und eine Protokollierung der individuellen Scoregenese und -nutzung erforderlich. (Weichert 2006a:1)

Nach Dr. Johann Bizer vom Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz existieren bisher keine Standards zur Dokumentation des Verfahrens. Eine Nachprüfung der Qualitätskontrolle der mathematisch-statistischen Methode durch die Aufsichtsbehörden ist de facto nicht möglich. Was die Protokollierung der konkreten Scoreberechnungen angeht, so gibt es in der Praxis keine Standards. Eine Einzelfall-Revision ist nicht möglich. (Bizer 2006c:8)

#### **I.1.2 Betroffenenrechte und mangelnde Transparenz des Scoringverfahrens**

Die Scoringverfahren sind für Verbraucher völlig undurchsichtig. Die Datenschutzansprüche gelten zwar für die Betroffenen im gesamten Scoring-Prozess. „Doch können diese Ansprüche in der Praxis...nicht durchgesetzt werden. Solange keine Benachrichtigung erfolgt und keine Auskunft gewährt wird, können auch die Korrekturrechte nicht realisiert werden.“ (Weichert 2006a:9)

Score-Erstellung und -Übermittlung durch ein externes Unternehmen muss bei der ersten Übermittlung dem Betroffenen zumindest in allgemeiner Form mitgeteilt werden. „Dessen ungeachtet dürften die wenigsten Kreditnehmer überhaupt Kenntnis von der Durchführung des Scoring haben. In keinem Fall dürften sie eine realistische **Vorstellung von der Art, dem Ausmaß und der Bedeutung** des Verfahrens haben.“ (dito. Hervorhebung von den Autoren) (a.a.O.:9)

Auch Bizer verweist darauf, dass Scoringsysteme personenbezogene Daten von Kunden und Interessenten mit weiteren Informationen aus allgemein-zugänglichen Quellen und mit soziodemografischem Material zusammenführen, um die Kreditwürdigkeit des Verbrauchers zu prognostizieren. „Das Datenschutzrisiko dieser Verfahren besteht für den Betroffenen darin, dass eine solche Datenverarbeitung für ihn nicht transparent ist, obwohl die über ihn zusammengestellten Informationen für ihn individuell von großer Bedeutung sind.“ (Bizer 2006a:147) So werden Datensammlungen von Auskunftsteilen bspw. im Rahmen einer Bonitätsprüfung verwendet. Durch die Zusammenführung verschiedener Einzeldaten, die auch aus öffentlich zugänglichen Quellen stammen können, entstehen neue Informationen, die über den Informationsgehalt der Einzeldaten weit hinaus gehen. Das ganze Verfahren sei für den Betroffenen intransparent.

Tiaden (2006:13) fordert denn auch, Transparenz herzustellen über:

- Merkmale, die in die Berechnung des Scorewertes einfließen,
- über die dafür genutzten Daten der betroffenen Person, und
- über die vier Merkmale, die den konkreten Score-Wert der Person am stärksten negativ beeinflusst haben.

Bizer (2006c:6) formuliert die Transparenzansprüche aus Sicht des Datenschutzes:

- Information über den Grund einer Negativentscheidung
- Kostenfreie Auskunft über berechenbare Scores
- Kostenfreie Auskunft über die übermittelten Daten
- Informationen über den logischen Aufbau (z.B. die vier wichtigsten Merkmale)
- und die Benachrichtigung bei Externem Scoring.

In der Praxis gibt es wegen des Transparenzdefizits keine Korrekturmöglichkeiten für den Einzelnen.

Die Schufa ist zwar inzwischen bereit, auf Anfrage den tagesaktuellen Scorewert mitzuteilen, nicht jedoch denjenigen Wert, der tatsächlich dem jeweiligen Vertragspartner übermittelt wird. (Schaar 2007b:3)

Völlig unklar ist auch, welche Merkmale mit welcher Gewichtung bei dem jeweiligen Score in die Berechnung eingehen. „Hier verbergen sich erhebliche Risiken: Falschmeldungen an die Auskunftsteile, unbefugte Weitergabe von Daten, Verwendung dieser Daten für Scoreberechnungen, was etwa zum Verlust der Kreditwürdigkeit führen kann. Der Betroffene ...hat auch keine Möglichkeit, die Berechnung zu überprüfen und Gegenargumente vorzubringen.“ (a.a.O.:3)

Schaar fordert branchenspezifische Regelungen und eine „Beschränkung auf relevante individuelle Informationen zu Zahlungsverhalten, Einkommens- und Vermögensverhältnissen, denn aus der Sicht eines Kreditunternehmens sind andere Daten bonitätsrelevant als für einen Wohnungsvermieter oder Handyanbieter. Branchenübergreifende Auskunftssysteme sind dagegen zu begrenzen.

Das Scoreverfahren muss offengelegt werden: die Betroffenen müssen wissen, welche Daten mit welcher Gewichtung in den Score eingeflossen sind.“ (a.a.O.:3)

Nach Schaar (2007a:9) gehört zur Transparenz notwendigerweise auch die Forderung, die Betroffenen darüber zu informieren, wenn ihre Daten verloren gegangen sind oder gestohlen wurden.

In der gleichen Stellungnahme argumentiert Schaar auch in folgender Weise:  
Wenn dem Betroffenen keine Information zur Verfügung steht, wie sein Scorewert konkret berechnet wurde und weshalb bei ihm etwa ein besonders hohes Risiko dafür bestünde, dass er den Kredit nicht zurückzahlen könne, dann würde „dem Einzelnen auch das Wissen darüber vorenthalten, wie sich sein „Wert“ für die Gesellschaft bestimmt.“ (a.a.O.:11)

Kaum jemand weiß wohl, welche Daten Wirtschaftsauskunfteien über einen gespeichert haben. „Um umfassend informiert zu sein, müsste man .... bei allen in Deutschland tätigen Auskunfteien nachfragen, ob und ggf. welche Daten über einen gespeichert sind. Trotz der grundsätzlich im Datenschutz verankerten Kostenfreiheit muss der Bürger für jede erteilte Auskunft bezahlen.“ (a.a.O.:11)

In seiner Stellungnahme im Rahmen der öffentlichen Anhörung zur „Modernisierung des Datenschutzes“ (vzbv Fachbereich Wirtschaft 2007a) stellt der Bundesverband der Verbraucherzentralen fest, dass die Datenschutzaufsicht an einer zu geringen Kontrollichte leidet, die zu einem erheblichen Vollzugsdefizit mit gravierenden Folgen für die Verbraucher führt. (a.a.O.:6)

Exemplarisch wird dieses Defizit verdeutlicht anhand einer Untersuchung, die das Wirtschaftsmagazin WISO (1,2006) durchgeführt hat. Nach der geltenden Rechtslage, wie sie das BDSG darstellt, hat jeder Bürger gegenüber Unternehmen das Recht, zu erfahren, welche Daten über ihn gespeichert sind, was mit diesen Daten gemacht wird und wie fehlerhafte oder veraltete Daten gelöscht werden können.

Das Ergebnis der Untersuchung war, dass Unternehmen ihrer Auskunftspflicht nur in sehr ungenügendem Maße nachkommen. Die Hälfte der Unternehmen musste angemahnt werden, von einigen Unternehmen hätten die Verbraucher bis heute nichts gehört, hätte WISO nicht ganz offiziell nachgehakt. Um die praktische Bedeutung der Auskunftsrechte des Verbrauchers ist es also nicht zum Besten bestellt. (a.a.O.:7)

Dr. Alexander Dix, der Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit, bemerkt zum Problem der mangelnden Transparenz, dass es dem Betroffenen wenig nütze, wenn er erfährt, dass er einen für ihn notwendigen Kredit nicht erhält, weil sein Scorewert zu schlecht sei. Es sei notwendig, dass er „Kenntnis über die Informationen erhält, die zur Bildung des für ihn ungünstigen Scorewerts geführt haben. Denn nur so kann er die Möglichkeit erhalten, die Bewertung in Frage zu stellen und individuelle Besonderheiten seiner Situation aufzudecken.“ (Dix 2007:11)

Dix bekräftigt die vielfach von Datenschützern unterstrichene Position, dass – selbst wenn man das Verfahren zur Bildung des Scorewerts ganz oder teilweise als Betriebs- und Geschäftsgeheimnis qualifizieren würde, der Schutz des informationellen Selbstbestimmungsrechts der automatisiert bewerteten Betroffenen grundsätzlich Vorrang vor den Geheimhaltungsinteressen der verantwortlichen Stellen habe. (Dix 2007:12)

Hinzu kommt ein weiteres Argument von Seiten des Verbraucherschutzes (vzbv 2007a:8 f.):

Auf ganze Gruppen bezogen können statistische Aussagen zwar signifikante Schlüsse erlauben, auf den konkreten Einzelfall bezogen, können statistische Merkmale jedoch nicht als objektiv eingestuft werden. Sie können nur dann zu mehr oder weniger zutreffenden Aussagen kommen, wenn die Datenlage ausreichend und zutreffend ist.

Aus diesen Gründen müssen Datenbestände und Scoringverfahren für den Verbraucher transparenter werden.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert, dass

- „Verbraucher das Recht haben müssen, auch die von Dritten gemeldeten Daten einsehen und ggf. korrigieren zu können,
- bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit von Verbrauchern nur kreditrelevante personenbezogene Faktoren berücksichtigt werden dürfen,
- klare Haftungsregeln für Unternehmen und Auskunftsteien eingeführt werden müssen, sollten Scores und Bonitätsbewertungen auf unsachlicher oder diskriminierender Grundlage beruhen,
- Scoringunternehmen Verbrauchern die über sie gespeicherten Daten kostenlos zur Verfügung stellen müssen.“ (a.a.O.:9)

Hinzu kommt noch eine weitere Forderungen:

Das wünschenswerte Verhalten des „mündigen Bürgers“, der sich auf dem Markt informiert, um sich die für ihn günstigsten Kreditvarianten auszusuchen, indem er sich bei mehreren Banken informiert, wird sanktioniert, indem solche Anfragen einen negativen Einfluss auf seinen Scorewert haben.

Zwar differenziert die Schufa in letzter Zeit zwischen Kreditanfragen mit negativer Auswirkungen auf den Score und Konditionsabfragen ohne diese Wirkung, jedoch hat das in der Praxis nur sehr geringe Bedeutung, da in den meisten Fällen Banken die Anfragen von (potentiellen) Kreditkunden als „Kreditanfragen“ behandeln. (nach Finanztest 1/07)

Daher fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband, dass nur der Abschluss eines Kreditvertrages zu einem Eintrag bei (Kredit-) Auskunftsteien führen darf. (a.a.O.:9)

Weiterhin setzt sich der Verbraucherzentrale Bundesverband dafür ein, die Verweigerung von Auskünften über einen neuen Bußgeldtatbestand zu ahnden; außerdem sollten Verbraucher – ähnlich wie in den USA – einmal jährlich über die über sie gespeicherten Daten informiert werden. (vzbv 2007c:9)

### **I.1.3 Automatisierte Entscheidung und der § 6a BDSG**

Was das Verbot der automatisierten Entscheidung nach § 6a Abs. 1 BDSG angeht, ist die Auffassung des Datenschutzes eindeutig:

Entscheidungen, die für Betroffene rechtliche Folgen nach sich ziehen, dürfen nicht ausschließlich auf die automatisierte Entscheidung personenbezogener Daten gestützt werden. (Weichert 2006a:8)

Die Regelung des § 6a ist eindeutig auf das Kredit-Scoring anwendbar, sowohl bei der Frage, ob ein Kredit eingeräumt wird, als auch hinsichtlich der Kreditbedingungen. Diese Regelung im Gesetz verbietet nicht generell die Anwendung von Scores, sondern stellt darauf ab, dass eine Entscheidung letztlich von einer konkreten Person überprüft wird, der Antragsteller über das Scoring und eine eventuell für ihn negative Entschei-

dung informiert wird und ihm die Möglichkeit eingeräumt wird, „seine berechtigten Interessen zu formulieren und in den Entscheidungsprozess einzubringen.“ (a.a.O.:8)

Bisher gibt es keine empirischen Erkenntnisse darüber, inwieweit dem § 6a in der Praxis der Kreditvergabe Rechnung getragen wird. Einzelerfahrungen aus dem Bereich des Verbraucherschutzes und der Datenschutzaufsicht sprechen eher dafür, dass der Score nicht nur eine, sondern die entscheidende Rolle bei der Kreditvergabe und der Gestaltung der Kreditbedingungen zukommt.

In besonderem Maße defizitär ist nach der Feststellung von Weichert die Transparenz des Scoring für den Verbraucher. Die Datenschutzansprüche gelten für den gesamten Scoringprozess, können aber in der Praxis nicht durchgesetzt werden. „Solange keine Benachrichtigung erfolgt und keine Auskunft gewährt wird, können auch die Korrekturrechte nicht realisiert werden.“ (a.a.O.:9)

In den „Thesen zum Kredit-Scoring“ beim Symposium des BMELV (2006c) wird diese Position prägnant zusammengefasst: „Das Verbot automatisierter Entscheidungen (§ 6a BDSG) ist umfassend auf Kredit-Scoring anwendbar. Der Betroffene ist über eine möglicherweise negative Entscheidung zu informieren und ihm ist die effektive Möglichkeit zu geben, seine berechtigten Interessen einzubringen.“ (Weichert 2006c:1)

Die gleiche Forderung findet sich bei Tiaden (2006:13). Aus der Sicht des Datenschutzes stellt sich neben anderen Anforderungen das „Verbot automatisierter Einzelentscheidung“.

Dix argumentiert in seiner Stellungnahme bei der öffentlichen Anhörung des Innenausschusses zum Thema: „Modernisierung des Datenschutzes“ im März 2007 ähnlich: Die Regelungen des §10 Abs.1 des Kreditwesengesetzes schützen das Persönlichkeitsrecht der Betroffenen im Bereich des Kredit-Scoring nur unzureichend. Diesem dringenden Regelungsbedarf ist der Gesetzgeber nachgegangen und hat mit dem § 6a BDSG eine Norm geschaffen, die auch Scoringverfahren umfassen soll.

Laut Dix hat sich diese Regelung nach den Erfahrungen der Aufsichtsbehörden als völlig untauglich erwiesen und ist nicht geeignet, ihr Ziel zu erreichen.

„Häufig orientieren sich Unternehmen bei ihren Entscheidungen an einem Scorewert. Es kann dabei sogar durchaus vorkommen, dass es hausinterne Anweisungen gibt, die den Mitarbeitern vorgibt, ab einem bestimmten Scorewert keine positive Vertragsentscheidung zu treffen. Informell habe ich immer wieder solche Rückmeldungen von Mitarbeitern insbesondere von Kreditinstituten erhalten. Eine derartige Anweisung ist jedoch bislang nie nachweisbar gewesen. Nutzer von Scoringverfahren behaupten bisher offiziell stets, dass sie einen Scorewert lediglich als eine von mehreren „Entscheidungshilfen“ ansehen.“ (Dix 2007:10)

Scoringverfahren bei Finanzdienstleistungsunternehmen dienen nicht nur dazu, die Bonität von Verbrauchern generell einzuschätzen, sondern sie bestimmen auch weitgehend den Preis für einen Kredit. (vzbv Fachbereich Wirtschaft 2007:8)

Jede Entscheidung, die nicht zu einem Zins führt, der in der Werbung versprochen wird, sei eine negative Entscheidung. Daher darf eine Bonitätsbewertung und entsprechende Kreditentscheidung nach § 6a BDSG nicht auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidung durchgeführt werden. In der Praxis wird gegen diesen Grundsatz jedoch regelmäßig verstoßen. (a.a.O.:8)

Wenn es sich um ein externes Scoring, dessen Zustandekommen als Geschäftsgeheimnis deklariert wird, handelt, können weder der Verbraucher, noch der Mitarbeiter der Bank weder wissen, wie der Score-Wert zustande gekommen ist, noch können sie wissen, ob die zugrundegelegten Daten zutreffend sind. Möglichkeiten zur Korrektur unvollständiger oder fehlerhafter Daten sind dann ebenfalls unmöglich. (a.a.O.:8)

Daher fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband, dass § 6a BDSG konsequent angewendet wird:

- entweder bekommen alle Verbraucher die beworbenen Bestkonditionen (da ja dann keine Negativentscheidung vorliegt), oder
- es muss den Bankmitarbeitern und den Verbrauchern „die Möglichkeit gegeben werden, sämtliche Daten und Annahmen, die in die automatisierte Entscheidung eingeflossen sind, einzusehen und zu kommentieren. Erst durch eine Offenlegung haben Verbraucher und Kreditanbieter die Möglichkeit, Bewertungen zu revidieren, um daraus einen neuen Bewertungsfaktor zu erstellen, der nicht allein auf der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten basiert. Dies bedeutet in letzter Konsequenz, dass die Einstufung des Scoringverfahrens als Geschäftsgeheimnis aufzugeben ist.“ (a.a.O.:8)

§ 6a Abs. 1 BDSG sei so anzupassen, dass das Verbot auch dann greift, wenn die Entscheidung **wesentlich** auf einer automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beruht. (vzbv 2007c:8)

### I.1.4 Vollzugsdefizit oder Gesetzgebungsbedarf?

In diesem Punkt sind die Positionen, wie sie von Datenschützern bezogen werden, nicht völlig einheitlich.

Weichert argumentiert, dass bei einer verbraucherfreundlichen Auslegung der bestehenden gesetzlichen Regelungen kein spezifischer Gesetzgebungsbedarf bestünde. „Die Missachtung der Verbraucherbelange ist nicht einer ungenügenden Gesetzeslage zuzuschreiben, sondern einem großen Vollzugsdefizit.“ (Weichert 2006a:11)

Auch Bizer vertritt eine ähnliche Auffassung: die Mängel im Verbraucherdatenschutz beruhen nicht so sehr auf Lücken im bestehenden Recht, sondern mehr auf der fehlenden Einhaltung des Rechts und auf Unzulänglichkeiten im Datenschutzmanagement. Allerdings gäbe es Defizite bei der gesetzlichen Ausgestaltung der Benachrichtigungspflicht und beim Auskunftsanspruch des Betroffenen. „Zudem ist das Vollzugsdefizit auf die Komplexität der an Abwägungsklauseln reichen Datenschutzregelungen zurückzuführen.“ (Bizer 2006a:14)

Auch in seinen „Thesen zum Kreditscoring“ vertritt Weichert die Auffassung, dass es im Interesse des Verbraucher- und Datenschutzes beim Kredit-Scoring keiner wesentlichen gesetzlichen Änderungen bedarf, wünschenswert wäre jedoch eine Verbesserung der Auskunftsansprüche und die Aufnahme eines Bußgeldtatbestandes für den Fall der Auskunftsverweigerung gegenüber dem Betroffenen. (Weichert 2006c:2)

Schaar vertritt eine etwas weitergehende Position: die Auskunftsrechte eines Betroffenen müssten dringend erweitert werden, auch in dem Sinne, dass nicht nur ein branchenübergreifender Scorewert auf Verlangen mitgeteilt werden muss, sondern jeder

dem jeweiligen Vertragspartner übermittelte. Im Sinne einer verbesserten Transparenz hält er es für unerlässlich, dass auch diese spezifischen Werte offengelegt werden müssen, um Betroffenen Informationen zu geben, welcher Wert zu Entscheidungen – etwa zur Ablehnung eines Kreditantrages – beigetragen haben, die ihn unmittelbar betreffen. (Schaar 2007a:11f.)

Der Rückzug auf „Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse“ von Unternehmen sei nicht hinnehmbar und hier sei der Gesetzgeber gefordert.

Nach seiner Meinung „...sind klare gesetzliche Rahmenbedingungen notwendig, auch um eine solide und bonitätsrelevante Datengrundlage zu gewährleisten. Hier sind branchenspezifische Regelungen erforderlich und insbesondere eine Beschränkung auf relevante individuelle Informationen zu Zahlungsverhalten, Einkommens- und Vermögensverhältnissen.....Branchenübergreifende Auskunftssysteme sind ...zu begrenzen.“ (a.a.O.:12)

Auch Dix fordert eine Klarstellung vom Gesetzgeber, „dass Scoringverfahren, wenn sie im Zusammenhang mit natürlichen Personen eingesetzt werden, als eine risikoträchtige Verwendung personenbezogener Daten anzusehen ist, die nur unter bestimmten, näher zu regelnden Voraussetzungen zulässig ist.“ (Dix 2007:12)

Außerdem ist zu empfehlen, „dass für Scoringverfahren nur solche Kriterien verwendet werden dürfen, die bei vernünftiger Betrachtungsweise einen Bezug zur Vertragserfüllung aufweisen.“ (ebd.)

Außerdem bleibt zu klären, welche Grenzen Auskunftssystemen gesetzt werden sollten. Beispielsweise habe sich die Schufa in den letzten Jahren von einer Kreditschutzorganisation zu einer umfassenden Auskunft gewandelt, die fast alle wirtschaftlichen Aktivitäten erfasst. Der Gesetzgeber sollte möglichst klare Grenzen setzen und die Frage klären, welchen Datenumfang welche Auskunft für wen haben sollte. In diesem Zusammenhang ist auch zu klären, inwieweit branchenübergreifende Auskunftssysteme zulässig sind. (a.a.O.:13)

Regelungsbedarf sieht er zudem hinsichtlich der Speicherdauer von Negativmerkmalen und der Entgeltlichkeit der Selbstauskünfte.

Dringend empfehlenswert ist zudem eine Informationspflicht für Unternehmen bei Datenschutzpannen. Gerade die Erfahrungen aus den USA hätten gezeigt, dass Unternehmen hier unter einen heilsamen öffentlichen Druck geraten. Eine stärkere Transparenz bei Datenschutzpannen führt nicht nur dazu, dass solche Mängel schneller behoben werden, sondern führt auch zu verstärkten präventiven Maßnahmen. (a.a.O.:15)

Nach Bizer weist das geltende Datenschutzrecht Lücken auf, besonders was den Datenschutz bei Auskunfteien angeht. Auch hier sollte das Prinzip der ausdrücklichen Einwilligung gelten. Das Recht müsse der zunehmenden verdeckten Datenerhebungen durch neue Technologien, wie z.B. der Verwendung von Scoringssystemen, wirksamer Grenzen setzen. (Bizer 2007:2)

## **I.2 Welche Aussagekraft hat Scoring in der Praxis?**

Die Anbieter von Scoring werden nicht müde zu betonen, dass Scoring auf einem mathematisch-statistischen Verfahren beruht, ohne aber, wie es bei jeder sozial- und naturwissenschaftlichen Untersuchung üblicher wissenschaftlicher Standard ist, die Methode und das Vorgehen genau zu beschreiben. Es stellt sich somit die Frage, inwieweit die eingesetzten Verfahren und Methoden einer Qualitätskontrolle unterzogen werden (können) und nach welchen Erfolgskriterien die Prognosefähigkeit der Scores bemessen wird.

Wenn es nicht transparent nachvollziehbar ist, ob und aufgrund welcher Merkmale eine Person günstige oder ungünstige Scores und dadurch einen kostengünstigen, kostengünstigen oder gar keinen Kredit erhält, dann müsste geprüft werden, inwieweit Benachteiligung oder Diskriminierung vorliegt.

### **I.2.1 Die mangelnde Prognosefähigkeit der Scores**

Um überhaupt rechtens durchgeführt werden zu können, muss das konkrete Scoringverfahren geeignet sein, valide Aussagen über die Kreditfähigkeit machen zu können. In diesem Punkt sind Zweifel angebracht.

Ein Schwachpunkt jedes Scoring liegt darin, dass der Prognosefähigkeit Grenzen gesetzt sind. Grundlage der Verfahren sind Einzelmerkmale, denen eine bestimmte Aussagefähigkeit hinsichtlich des Kreditausfallrisikos zugesprochen wird. Verwendet werden auch kombinierte Merkmale, die aus zwei oder mehreren Einzelmerkmalen zusammengesetzt sind. (Weichert 2006a:6)

Nun sind die für Scoringverfahren und die Einteilung in Risikoklassen verwendeten Daten sehr vielfältig und variieren von Auskunft zu Auskunft, wie Peter Schaar, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, darstellt. Dabei werden neben Daten aus vergangenen oder bestehenden Vertragsbeziehungen auch Daten verwendet, die durch Teilnahme an Bonusprogrammen, Konsumentenbefragungen oder Kundenkarten gesammelt worden sind.

Schon im eigenen Interesse werden seriöse Auskunfteien darauf verweisen, dass sie nur bonitätsrelevante Daten für die Berechnung von Scorewerten verwenden. Letztlich kann aber jedes Verhalten als bonitätsrelevant gedeutet werden, wenn nur eine entsprechende Korrelation vorliegt. „Auskunfteien wollen – bildlich gesprochen – aus dem Vollen schöpfen: je mehr Daten, desto besser.“ (Schaar 2007b:2)

Roul Tjaden, die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (LDI) Nordrhein-Westfalen, fordert eine solide Datengrundlage, die sich auf branchenrelevante und zutreffende Informationen zu Zahlungsverhalten, Einkommens- und Vermögensverhältnissen beschränkt. (Tjaden 2006:13)

„Die Prognosefähigkeit der derzeitigen Scoringverfahren ist begrenzt“ argumentiert auch der Verbraucherzentrale Bundesverband im 2. Datenschutz-Kolloquium der Schufa am 7.3.2007. (vzbv 2007c:5)

Individuelle Merkmale des potentiellen Kreditnehmers blieben ausgeblendet. Es bliebe völlig unklar, ob das bei der Vergleichsgruppe ermittelte Ausfallrisiko auch auf den potentiellen Kreditnehmer zuträfe.

Die Datenbasis bildeten die Vergangenheitswerte der Vergleichsgruppe. Wieso sollen das die Zukunftswerte dieser Vergleichsgruppe sein?

Die Forderung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes ist denn auch: „Nur bonitätsrelevante, personenbezogene Faktoren dürfen in die Beurteilung der Bonität/Kreditwürdigkeit von Verbrauchern einfließen. Vergleichbar dem US Equal Credit Opportunity Act bedarf es einer Festschreibung/Klarstellung, was (keine) bonitätsrelevanten Faktoren sind.“ (a.a.O.:8)

### **I.2.2 Die mangelnde Qualitätskontrolle**

Dass regelmäßige Qualitätskontrollen nach Auffassung der Datenschützer zu den rechtlichen Voraussetzungen gehören, um überhaupt Scoringverfahren anwenden zu dürfen, wurde oben schon erwähnt.

Die eingesetzten Methoden – Maßnahmen des „Data-Mining“ bzw. des „Knowledge Discovery in Databases“ – sind einer regelmäßigen Qualitätskontrolle zu unterziehen. (Weichert 2006a:6) Aufgrund des gesellschaftlichen Wandels unterliegt die Merkmalsrelevanz dauernden Änderungen und es können sich aufgrund der wissenschaftlichen Überprüfung wandlungsbedingte Fehler erweisen. Unverzichtbarer Bestandteil der Qualitätssicherung ist die rückblickende Verifikation oder eben Falsifikation der in der Vergangenheit vorgenommenen Prognosen.

Um eine solche retrospektive Qualitätsüberprüfung durchführen zu können, bedarf es der Dokumentation der Datenbasis und der erfolgten Rechenschritte. Bisher wurden in der Öffentlichkeit noch keine Anforderungen oder Standards definiert, geschweige denn festgelegt.

In einer Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der neu gefassten Bankenrichtlinie wird vom gleichen Autor (Weichert 2006b:4) darauf verwiesen, dass den verwendeten Merkmalen in Bezug auf das Kreditausfallrisiko nicht nur eine Signifikanz, sondern auch eine Plausibilität zukommen müsse.

In den „Thesen zum Kredit-Scoring“ (Weichert 2006c:1) wird diese Forderung noch einmal explizit bekräftigt: „Die wissenschaftlich-statistische Methode soll regelmäßig einer Qualitätskontrolle unterzogen werden, wofür eine Dokumentation des Verfahrens und eine Protokollierung der individuellen Scoregenese und -nutzung erforderlich ist.“

Aber nicht nur das Verfahren selbst, sondern auch die Datengrundlage bedarf einer ständigen Qualitätskontrolle. Nach einem Test der bei der Schufa gespeicherten Daten, der in „Börse Online“ veröffentlicht wurde, waren nur bei 11 von 32 eingesetzten Testern die Auskünfte korrekt. Acht Auskünfte waren unvollständig, bei 13 waren ein oder gleich mehrere Fehler enthalten – und das in bonitätsrelevanten Bereichen. (www.boerse-online.de vom 27.10.2006)

Die Nutzung falscher, unvollständiger oder überholter Daten beim Scoring führt – auch bei einer Anwendung von elaborierten mathematisch-statistisch-wissenschaftlichen Scoringverfahren- zu falschen Prognosen der Zahlungsfähigkeit von Kunden.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert denn auch sehr klar, dass die für das Scoringverfahren eingesetzten mathematisch-statistischen Methoden regelmäßig einer unabhängigen Qualitätskontrolle zu unterziehen seien. (vzbv 2007c:8)

### I.2.3 Diskriminierung und Red Lining-Problematik

Die Europäische Union und die europäischen Staaten haben durch verschiedenste Gesetze nicht nur im Arbeitsrecht, sondern auch im Zivilrecht Diskriminierung verboten und Gleichbehandlung eingefordert. (Richtlinie 2000/43/EG; Richtlinie 2000/78/EG; Richtlinie 2002/73/EG; Richtlinie 2004/113/EG). In der Europäischen Menschenrechtskonvention ist in Art. 14 das Diskriminierungsverbot wegen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der Sprache, der Religion, der politischen oder sonstigen Anschauung, der nationalen oder sozialen Herkunft, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt oder eines sonstigen Status verankert.

Das Grundgesetz (GG) enthält mit besonderen Gleichheitssätzen Rechtssätze gegen Benachteiligung, deren mittelbare Wirkung im Zivilrecht weitgehend unumstritten ist. Niemand darf danach wegen seines Geschlechts, seiner Abstammung, Rasse, Sprache, Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen und politischen Anschauungen benachteiligt und bevorzugt werden. Wegen seiner Behinderung darf niemand benachteiligt werden.

Im Zivilrecht betrifft das Benachteiligungsverbot den Zugang zu und die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen, die der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen. Hier gilt das Gesetz bei sogenannten Massengeschäften, die laut Definition „typischerweise ohne Ansehen der Person zu vergleichbaren Bedingungen in einer Vielzahl von Fällen zustande kommen.“

Vor diesem grundgesetzlichen Hintergrund ist es umso erstaunlicher, dass es dennoch zur Diskriminierung von Personen durch die Anwendung von Scoringverfahren kommt. Entsprechende Fälle werden in zahlreichen Publikationen von Datenschutzbeauftragten beschrieben.

Tiaden (2006:12) spricht sehr prononciert von der „Statistischen Sippenhaft“. Wenn Merkmale wie „Zahl der Kreditanfragen“ und „Zahl der Umzüge“ als Merkmale erfasst und verarbeitet werden, dann würde zudem auch noch Verhalten diskriminiert, das üblicherweise gesellschaftlich als sehr erwünscht bewertet wird: der mündige Bürger, der sich am Markt informiert und orientiert, um sich das für ihn passende Angebot auszuwählen, und der hochmobile Arbeitnehmer, der – sich an wirtschaftliche Wandlungsprozesse anpassend – stets zur Verlagerung seines Wohnsitzes bereit ist.

Bei Nutzung mikrogeografischer und soziodemografischer Daten könne es zur Ausgrenzung von Stadtteilen mit nachfolgender Ghettoisierung kommen. Durch die Ausgrenzung ganzer Bevölkerungsgruppen würde ein „statistisches Kastenwesen“ gefördert.

Ihre Forderung eines Diskriminierungsverbotes umfasst – entsprechend der o.g. Ausführungen – alle Merkmale wie Geschlecht, Wohnort und -umfeld, Alter (mit Ausnahmen) sowie alle sensitiven Daten, die in §3 Abs. 9 BDSG gelistet sind, wie z.B. ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder sexuelle Orientierung.

Auch Weichert nimmt zur Verwendung soziodemografischer Variablen Stellung: sie hätten in aller Regel nur eine sehr indirekte Aussagekraft zum Kreditausfallrisiko. Als Beispiel wird die weitverbreitete Verwendung der Adresse aufgeführt: „Wer in einem Viertel wohnt, in dem statistisch ein hohes Kreditausfallrisiko besteht, dem wird dieses zugerechnet.“ (2006a:7) Der Wohnort kann aber nach völlig anderen Kriterien erfolgt sein als denjenigen, die etwas mit der finanziellen Leistungsfähigkeit zu tun haben; im

Gegenteil, sie könne sogar Ausdruck eines besonderen finanziellen Erfolges sein (z.B. verkehrsgünstige Anbindung bei hochmobilen Personen). Die Nutzung soziodemografischer Merkmale führt zwangsläufig dazu, dass jede Abweichung von Gruppenstandards – besondere Individualität – negativ bewertet werden kann.

Schaar äußert sich ebenfalls zu diesem Problem und verweist dabei auf eine *neue* Form der Diskriminierung durch Scoringverfahren. Beim Scoring handelt es sich um ein Verfahren, durch das Kreditssuchende und Kaufinteressenten aufgrund statistischer Befunde Risikoklassen zugeordnet werden. Anhand von Hunderten von Kriterien, die die Konsumenten als *Input* liefern, werden ihnen dann die errechneten Eigenschaften dieser Risikoklassen branchenweise als *Output* zurückgespielt. Das soll dann angeblich ein zutreffendes Bild von der Bonität dieser Personen darstellen, und unabhängig vom tatsächlichen Verhalten der Betroffenen wird dann deren Kreditwürdigkeit eingeschätzt, selbst dann, wenn keinerlei negative Merkmale über diese Personen und ihr Zahlungsverhalten in der Vergangenheit vorliegen. (Schaar 2007a:10)

Selbst beim Abschluss von Versicherungsverträgen, beim Online-Kauf, im Versandhandel, beim Abschluss eines Handyvertrages, beim Anmieten einer Wohnung wird vorab mittels eines Scores das Ausfallrisiko aufgrund der Zuordnung zu einer Risikoklasse bestimmt, und das auch bei bisher völlig unbescholtenen (potentiellen) Kunden. Hinzu kommt: „Dieses Aussieben nach Arm und Reich ist zu einem wichtigen Instrument im Produktmarketing geworden.“ (a.a.O.:10)

Das Prinzip ist immer das gleiche: „Kunden mit schlechtem Score bekommen schlechtere Konditionen. Sie zahlen höhere Zinsen für Kredite, können Waren nur per Vorkasse bestellen oder werden als Kunden erst gar nicht akzeptiert. Dies ist nichts anderes als eine neue Form der Diskriminierung, die Menschen zum Opfer einer erhöhten statistischen Wahrscheinlichkeit macht.“ (a.a.O.:11)

Mit ähnlichen Gedankengängen argumentiert Schaar auch bei der Konferenz des BMELV (2007b) zu den „Herausforderungen und Chancen einer digitalisierten Welt“: die von Auskunft zu Auskunft variierenden Datenbestände ordnen Einzelpersonen Risikoklassen zu auch ohne Berücksichtigung des bisherigen Zahlungsverhaltens der betreffenden Person. Das sei ein Fall von klarer Diskriminierung, insoweit als dem Betreffenden das statistische Verhalten einer fiktiven Gruppe persönlich zugerechnet wird. (Schaar 2007b:1)

Pointiert formuliert Schaar seine Vorbehalte in „Der Mensch ist keine Nummer“ (2007c:2): von der statistischen Norm abweichendes Verhalten würde bestraft. „In einer Kontroll- und Überwachungsgesellschaft sind abweichendes Verhalten und non-konforme Lebensmodelle nicht mehr hinnehmbar. Sie sind statistisch nicht erfassbar und bergen zu viele Risiken, die sich nicht in einfachen mathematischen Formeln darstellen lassen.“

Seitens der Auskunfteien und der Kreditinstitute wird gegen die Diskriminierungsargumente immer angegeben, dass Verbraucher erst seit der verstärkten Nutzung des Kredit-Scorings überhaupt Zugang zu Krediten bekommen hätten, die vorher aufgrund des subjektiven Eindrucks eines Kundenberaters abgelehnt worden wären. Der Verbraucherzentrale Bundesverband weist darauf hin, dass es sich hier um eine Hypothese oder Behauptung handele, die durch keinerlei empirische Basis gestützt sei. (vzbv 2007:5) Auch wir haben bei unseren Recherchen keine Studie gefunden, die die These der Auskunfteien und Kreditinstitute stützen würde.

Das so genannte ‚*Subprime lending*‘ in den USA und der damit verbundene Zusammenbruch mehrerer Hypothekenbanken hat auf eine besondere Komponente der Diskriminierung hingewiesen: dem *Redlining*. Bereits 1995 wiesen Loeb et al. darauf hin, dass Risikobepreisung adverse Effekte im Sinne einer Selbsterfüllung hervorruft. Schlechte Risikoeinstufungen führen zu schlechteren Konditionen und höheren finanziellen Belastungen, die wiederum eher ein Scheitern der Erfüllung von Zahlungsverpflichtungen bewirken. „Poor Americans also pay more than twice, on average, what residents of middle-class neighbourhoods pay for property insurance. In high-minority, low-income areas, residents pay an average of \$7.21 per \$1,000 of homeowner's insurance. Residents of low-minority, middle-income neighbourhoods, by contrast, pay an average of \$3.53 per \$1,000. ...Even so, a study done last year by the National Association of Insurance Commissioners reviewed three decades of insurance industry performance in urban areas and concluded: „Insurance redlining is widespread and has adversely affected residents of poor and minority neighbourhoods.“ (Loeb et al. 1995).

Udo Reifner hat in seiner Kritik des Privatverschuldungsindex (PVI) der Schufa darauf hingewiesen, dass mit der Konstruktion und Vermarktung des PVI die Diskriminierung von Wohnorten und Stadtteilen auch in Deutschland Eingang gefunden hat. (Reifner 2007)

### **I.2.4 Der Kenntnisstand der Verbraucher**

Die bisher dargestellten Probleme werden noch dadurch verstärkt, dass der Informationsstand der Verbraucher, besonders was die Details angeht, als eher gering anzusehen ist. Dies bestätigte sich bereits in der eingangs zitierten Repräsentativerhebung.

Auch das „Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein“ hat in einer empirischen Untersuchung Kenntnis und Praxis der Datenschutzrechte durch die Verbraucher durch repräsentative Telefonbefragung von Verbrauchern und schriftliche Befragung von betrieblichen Datenschutzbeauftragten, VerbraucherberaterInnen und Experten der Aufsichtsbehörden untersucht. (Bizer et al. 2006)

Als Ergebnis zeigt sich, dass die Verbraucher über die Informationspflichten von Unternehmen und über ihre Auskunfts- und Widerspruchsrechte im Allgemeinen informiert sind, aber ihre Rechte kaum wahrnehmen.

Die befragten VerbraucherberaterInnen und Datenschutzexperten schätzen selbst die Detailkenntnisse der Verbraucher eher skeptisch ein: bei der „Durchführung und Ausgestaltung von Scoringverfahren und bei der Übermittlung von Daten an zentrale Datenbanken der Versicherungswirtschaft gehen die Befragten durchschnittlich davon aus, dass die Verbraucher schlecht bis sehr schlecht informiert sind.“ (Bizer et al. 2006:132)

Nach Einschätzung der Aufsichtsbehörden stellen die Auskunfteien, zentrale Warndateien, Inkassounternehmen und die Wohnungswirtschaft für die Verbraucher besonders undurchsichtige Bereiche dar. Was Scoringverfahren angeht, so wird der Informationsstand als schlecht bis sehr schlecht eingeschätzt. Hier herrscht nach Einschätzung der Aufsichtsbehörden ein Informationsdefizit. Seien die Verbraucher aber nicht über die möglichen Verarbeitungsarten ihrer Daten informiert, dann seien auch dem-

entsprechend ihre Möglichkeiten sehr begrenzt, die Verwendung ihrer Daten zu kontrollieren. (a.a.O.:134)

Die Autoren stellen zusammenfassend fest, dass den Verbrauchern Art und Umfang von Datenflüssen und die operativen Verwendungen eher unbekannt sind. „Die geringe Wahrnehmung der Datenschutzrechte ist nach Interpretation der Verfasser auf ein gewisses Systemvertrauen der Verbraucher zurückzuführen, das durch die mangelnde Transparenz der tatsächlichen Verwendungsbedingungen aufrechterhalten wird.“ (a.a.O.:13)

### **I.3 Ist Scoring ethisch zu rechtfertigen?**

#### **I.3.1 Erschüttertes Grundvertrauen**

Letztlich sollte eine stärkere Transparenz der Datengewinnung und Datenverarbeitung auch im langfristigen wohlverstandenen Interesse der datenverarbeitenden Unternehmen liegen.

Das Vertrauen großer Teile der Bevölkerung in die Rechtmäßigkeit und Sorgfalt, mit der mit Daten umgegangen wird, ist nicht ohne weiteres konstant und unerschütterlich. Die Beispiele der Versicherungswirtschaft und des Versandhandels zeigen deutlich, dass ganze Branchen sehr schnell das Vertrauen verspielen können.

„Je abhängiger das Geschäft dieser Branche von der Akzeptanz der Verbraucher ist, desto gravierender können die geschäftlichen Auswirkungen eines solchen Misstrauens der Verbraucher sein.“ (Bizer 2006a:141) Ein ähnliches Schicksal könnte durchaus auch die Kreditwirtschaft treffen.

Nach der Studie des ULD zeigte sich, dass Banken ihre Kunden entweder nicht über den Einsatz von Scoringssystemen informieren, oder nur auf spezielle Nachfrage des Kunden. (Bizer et al.:28f.) Den Verbrauchern wird weder die Nutzung interner noch externer Scorewerte bei der Kreditentscheidung transparent gemacht. „Bei der hohen öffentlichen Aufmerksamkeit des Themas Kreditscoring spricht einiges für die Annahme, dass die Vertrauenswürdigkeit der Banken in Sachen Datenschutz durch dieses Verhalten nicht gerade gestiegen ist.“ (a.a.O.:141)

In seiner Arbeit: „Scoring: ein Desaster der Kreditwirtschaft“ beschreibt Bizer sehr plastisch die Gefahren für die Vertrauenswürdigkeit der Kreditinstitute. Das Misstrauen vieler Kunden sei – von wenigen Ausnahmen abgesehen – grundsätzlich berechtigt. „Das Dilemma der Kredit gewährenden Wirtschaft besteht darin, dass sie mit der Offenlegung der Scoringverfahren das sorgsam aufgebaute Versprechen von Vertrauen und Integrität demontieren müsste. Zum Desaster wird es, weil sie sich zu keiner verbraucherfreundlichen Gegenstrategie durchringen kann und damit das Misstrauen der Kunden letztlich nur bestätigt.“ (Bizer 2006b:2)

#### **I.3.2 Der Mensch als Nummer oder die Ethik der informationellen Selbstbegrenzung**

Schaar hat 2007 pointiert auf die Gefahren der Datensammelwut von Unternehmen und Behörden aufmerksam gemacht:

Durch Internetnutzung, RFID-Funkchips, das Navigationssystem GPS in Kombination mit dem Mobilfunk, biometrische Daten, allgegenwärtige Videoüberwachung, Online-

plattformen, Kunden- und Kreditkarten – also durch einen ganz normalen Alltag im Informationszeitalter – entsteht ganz beiläufig ein breiter Datenstrom. „Die Informationselite eröffnet damit der staatlichen und privatwirtschaftlichen Datensammelwut freiwillig alle Tore.“ (Schaar 2007c:1)

Die Wahrnehmung durch die eigenen Sinne wird ersetzt durch die Auswertungen von Datenbeständen in Computern. So verlässt sich der Kundenberater eines Kreditinstituts nicht mehr auf seine Erfahrungen, sondern reduziert seinen Gesprächspartner auf einen mittels mathematisch-statistischen Verfahrens errechneten Scorewert, dessen angebliche Objektivität jeden Zweifel beseitigt.

Scoringverfahren sind nicht beschränkt auf die Kreditwirtschaft. Versandhäuser, Telekommunikationsanbieter und Versicherungen entscheiden anhand von Scorewerten, ob sie mit einem bestimmten Kunden einen Vertrag abschließen oder nicht. „Vertrauen wird nur noch demjenigen entgegengebracht, der einen guten Wert vorweisen kann.“ (a.a.O.:2)

Wessen Verhalten von der statistischen Norm abweicht, der wird bestraft durch schlechtere Versicherungsbedingungen, teurere Kreditkonditionen „oder gleich mit dem Ausschluss aus der Gemeinschaft der Vertragswürdigen.“ (a.a.O.:2)

Er fordert daraus eine Ethik der informationellen Selbstbegrenzung: nicht alles, was machbar ist, dürfe auch gemacht werden, und: „Der Mensch ist keine Nummer, kein Scorewert! Denn auch Daten sind trügerisch, unvollständig, ambivalent und fehlerhaft. Sie bieten vielfältige Möglichkeiten des Missbrauchs und des Irrtums.“ (a.a.O.:3)

### I.4 Was wären die Alternativen? Die USA als Beispiel?

In die Debatte um Scoringverfahren werden in jüngster Zeit von Datenschützern als in gewisser Weise vorbildhaft Gesetzesinitiativen und die Praxis des Datenschutzes in den USA eingebracht, zumindest in vielen der Einzelstaaten. Die Entwicklung ist gekennzeichnet durch verbraucher- und datenschutzrechtliche Fortschritte, durch den Wandel zu mehr Transparenz und durch stärkere Verbraucherorientierung.

Die ersten Score-Modelle wurden vor einem halben Jahrhundert von Fair Isaac (FICO-Score) entwickelt. Lange wurde Scoring als Geschäftsgeheimnis gegenüber Verbrauchern bezeichnet und insgeheim durchgeführt. Zunächst wurden in einzelnen Bundesstaaten Betroffenenrechte gestärkt, inzwischen auch landesweit.

Tiaden (2006) nimmt dazu ausführlich Stellung: aus Sicht des Datenschutzes ist zu fragen, welche personenbezogenen Merkmale überhaupt für die Berechnung von Scores herangezogen werden dürfen und wie transparent die Bewertung der einzelnen Daten für den Betroffenen sein kann und muss?

Nach dem **Equal Credit Opportunity Act** – verabschiedet bereits 1976 – dürfen folgende Merkmale bei der Entscheidung über Kredite und Konditionen nicht berücksichtigt werden:

- Rasse, Hautfarbe, Religionszugehörigkeit, Herkunft
- Geschlecht
- Familienstand
- Bezug öffentlicher Leistungen
- Alter darf als Merkmal nur ausnahmsweise als Schutzvorkehrung für ältere Kreditsuchende in die Entscheidung einfließen. (a.a.O.:5)

Laut Tiaden verzichten Fair Isaak und alle großen Auskunfteien darüber hinaus auch auf weitere Scoremerkmale:

- Einkommen, Beschäftigung, Dauer der Beschäftigung, Arbeitgeber
- Wohnort und Wohnumfeld
- Zinssätze bei vergangenen und laufenden Krediten
- Verpflichtungen zum Unterhalt
- Anfragen zu Kreditkonditionen (a.a.O.:6)

Fair Isaak macht auch durch Veröffentlichung transparent, welche Merkmale in das Scoringverfahren eingehen und deren ungefähre Wertigkeit:

- zu ca. 35% Zahlungsverhalten in den vergangenen Jahren
- zu ca. 30% Schulden Ist-Stand
- zu ca. 15% Dauer der dokumentierten Krediterfahrungen
- zu ca. 10% Zahl der in jüngster Zeit beantragten und gewährten Kredite
- zu ca. 10% Art der bisherigen Kredite, Konten, Kreditkarten etc. (a.a.O.:7)

Jeder, der wissen will, welche konkreten Merkmale zu den einzelnen Kategorien in seinen Score zur Zeit eingehen, kann das in Erfahrung bringen auf der Seite [www.myfico.com/Credit/Education/WhatsInYourScore](http://www.myfico.com/Credit/Education/WhatsInYourScore) .

Nach dem Equal Credit Opportunity Act ist ein potentieller Kreditgeber bei jeder Kreditablehnung verpflichtet, den Betreffenden über die Gründe für diese Entscheidung aufzuklären. Dabei reicht es nicht aus, in allgemeiner Form auf den zu niedrigen Score-Wert zu verweisen. Der Grund muss konkret benannt werden, z.B. „Ausschlaggebend war ihr zu geringes Einkommen.“

Auch bei der Entscheidung über die Kreditkonditionen (z.B. Höhe des Zinssatzes) ist der Kreditgeber zur Auskunft verpflichtet. (a.a.O.:8)

Die Verpflichtung zur Aufklärung über den Credit Score geht sogar noch weiter. Nach dem „**Fair Credit Reporting Act**“ aus dem Jahre 2003, ergänzt durch den „**Fair and Accurate Credit Transactions Act**“ ist der potentielle Kreditgeber verpflichtet zur Auskunft über:

- den aktuellen, bzw. zuletzt erstellten Scorewert der anfragenden Person
- die Spannweite der bei diesem Score-Modell möglichen Werte
- das Datum der Score-Erstellung
- die für die Score-Berechnung verantwortliche Stelle
- die Datengrundlage und, was besonders wichtig scheint,
- die Nennung der vier Merkmale mit dem stärksten negativen Einfluss auf den Scorewert (und gegebenenfalls eine Auskunft darüber, ob das Merkmal „Zahl der Bonitätsauskünfte in jüngster Zeit“ einen negativen Einfluss auf den Score-Wert hatte). (a.a.O.:9)

Auch Schaar verweist auf in seiner Stellungnahme zum Thema „Modernisierung des Datenschutzes“ auf andere Regelungen in den USA:

Dort ist es möglich und machbar, dass jeder Bürger einmal jährlich kostenlos darüber informiert wird, welche Daten Auskunfteien über ihn gespeichert haben. Dieser Anspruch auf Transparenz und Information wird rechtlich höher gewertet als vermeintliche Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse. Über die Scoring-Komponenten, deren Berechnung und Gewichtung ist zu informieren. Die Auskunftserteilung erstreckt sich auch auf nicht gespeicherte, aber zusammengeführte Daten. (Schaar 2007a:4)

Nachdem es Hackern gelungen war, die Daten von 40 Millionen Kreditkartenkunden zu stehlen, hat der Staat Kalifornien diese wohl bisher größte Datenschutzpanne zum Anlass genommen, im Jahre 2003 das „Security Breach Information Act“ zu erlassen, das bisher von 33 weiteren US-Bundesstaaten übernommen wurde. Nach diesem Gesetz sind Unternehmen verpflichtet, die Betroffenen zu informieren, wenn auf sie betreffende Daten unrechtmäßig zugegriffen oder die Daten unrechtmäßig oder vertragswidrig benutzt wurden. Dadurch wird das Risiko von Folgeschäden vermindert. Die Betroffenen haben größere Chancen, unangenehme Folgen zu vermeiden oder den Schaden zu begrenzen. (a.a.O.:9f.)

Zur Zeit wird in den USA diskutiert, die Rechtslage durch ein einheitliches föderales Gesetz zu vereinfachen. Auch Kanada erwägt, eine entsprechende gesetzliche Regelung einzuführen. (a.a.O.:9)

Letztlich – und das hält Schaar für den bedeutsamsten Effekt – bestraft der Markt Unternehmen, die mit den ihnen überlassenen Daten nicht sorgfältig genug umgehen. (a.a.O.:10)

## **II. Die Position von Auskunfteien und Scoring-Anbietern**

Seit der Veröffentlichung des Gutachtens „Scoringssysteme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit“ haben die Schufa Holding AG mehrfach und auch Experian Stellung bezogen. Die wesentlichen Argumente und Behauptungen, die in unterschiedlichen Variationen genannt werden, werden hier kurz dargestellt und kommentiert. Generell fällt auf, dass auf Argumente des Daten- und Verbraucherschutzes von Seiten der Auskunfteien nicht in direkter Gegenrede eingegangen wird.

### **II.1 Argumente der Auskunfteien zur Legalität der Scoring-Praxis**

Aufgrund der Ausführungen des Daten- und Verbraucherschutz zur Legalität der Scoringverfahren war zu erwarten, dass sich die Auskunfteien in ihren Entgegnungen auf Wissenschaftlichkeit, Betroffenenrechte und Transparenz, der Auskunftspflicht sowie der Einhaltung des § 6a BDSG beziehen.

#### **II.1.1 Scoring-Formel, Wissenschaftlichkeit und Geschäftsgeheimnis**

Der Forderung nach dem Nachweis der Wissenschaftlichkeit von Scoringverfahren begegnen die Auskunfteien mit dem Argument des Geschäftsgeheimnisses. Schufa und Experian vertreten die Auffassung, dass die Scoring-Formel nicht öffentlich gemacht werden könne. Zwar könne grundsätzlich eine erhöhte Transparenz bei der Verwendung von Scores im Interesse der Verbraucher und der Unternehmen sein. „Eine Offenlegung der gesamten Scorekarte inkl. der Bewertung einzelner Kriterien ..... ist aufgrund der damit einhergehenden Offenlegung von Geschäftsgeheimnissen und erhöhter Manipulations- und Betrugsgefahren ...nicht sinnvoll.“ (Sasse und Dittombée 2007:10)

Basis des Scorewerts seien Daten, die absolut transparent wären. Der Weg von den Merkmalen zum Scorewert – der Verarbeitungsvorgang – könne aber nicht transparent gemacht werden, da diese Formel einen enormen Vermögenswert für die Schufa darstelle. (Neumann 2006:4) Die Score-Formel ist ihr zentrales Geschäftsgeheimnis, in das nur den gesetzlich oder fachlich Berufenen Einblick gewährt wird. Die Score-Formel in ihren branchen-, fall- und kundenbezogenen Varianten richte sich ausschließlich „nach unabhängiger Wissenschaft, also Mathematik und Statistik.“ (Schufa 2007:4)

Die Schufa verweist in diesem Zusammenhang auf ihre Kooperation im Rahmen des Sonderforschungsbereiches SFB 386 mit der Arbeitsgruppe „Business and Economics Statistics“ der LMU München. Die Arbeitsgruppe des Sonderforschungsbereiches beschreibt ihr Forschungsprogramm als Herausforderung, große Datenmassen mit modernen statistischen Instrumenten einer adäquaten Analyse zuzuführen, wobei die Methodenforschung wesentlich durch externe Partner initiiert wurde. Zu diesen Partnern gehört die Schufa, aber auch eine Reihe von anderen großen Institutionen wie die Allianz, die HypoVereinsbank, die Deutsche Bank, die Telekom und die Oberfinanzdirektion Hannover. Sichtbares Ergebnis dieser Kooperation ist eine Veröffentlichung des Principal Investigators Prof. Ludwig Fahrmeir zum Thema Kreditrisikomessung, in der aber nur auf wenigen Seiten auf das Thema Scoring – und dann vor allem auf Firmenscoring – eingegangen wird. (Henking et al. 2006). Soweit andere Arbeiten aus

dieser Arbeitsgruppe veröffentlicht worden sind, ist nur erkennbar, dass verschiedene Methoden beim Kreditscoring verglichen worden sind, die sehr unterschiedlich das Datenmaterial hinsichtlich Transparenz, Trennschärfe und Stabilität abbilden. Die ermittelten Trennschärfen ( $\sim 0.5$ ) sind insgesamt nicht sehr überzeugend, die Stabilität der Ergebnisse (*hier ist wohl die Reproduzierbarkeit gemeint*) wird nur für das Verfahren der logistischen Regression als leicht positiv eingestuft. (Krieger 2005) Aufgrund der Arbeiten des Instituts für Statistik der LMU München, das von der Schufa als Referenzadresse angegeben wird, ist nicht zweifelhaft, dass die mathematischen Berechnungen von Datenmengen ordnungsgemäß durchgeführt worden sind. Das kann aber nicht als Nachweis oder Beleg für die Wissenschaftlichkeit der Scoringverfahren ausreichen. Für ein solches Label müssten nicht nur die Rechenoperationen sauber und mathematisch-statistisch einwandfrei durchgeführt werden, das wäre die Mindestanforderung. Vielmehr müsste ein empirischer Nachweis der Treffsicherheit der Scoringverfahren erbracht werden und zwar *ex ante* und nicht *ex post*. Selbst die *ex post*-Ergebnisse sind nicht überzeugend. In der schlechtesten Ratingstufe der Schufa, der Stufe M, beträgt die Risikoquote 34,75%, d.h. selbst in dieser Stufe kommt es bei zwei Drittel der Kreditnehmer nicht zu einem Zahlungsausfall. Diese zwei Drittel werden somit durch das Scoringverfahren falsch eingestuft bzw. diskriminiert. Anhand der o.g. Ergebnisse der LMU München ist das nicht überraschend, für die von dieser falschen Einstufung Betroffenen hat es jedoch erhebliche negative Konsequenzen. Ein Katalog durchgeführter Studien und nachvollziehbarer wissenschaftlicher Ergebnisse – wie sie z.B. bei der Einführung neuer Medikamente üblich, erforderlich und *lege artis* sind – ist uns für Scoringverfahren nicht bekannt.

Vor diesem Hintergrund mutet es als ein sehr eigenwilliges Wissenschaftsverständnis an, wenn die Schufa ausführt: „Kein Unternehmen kann zu 100% transparent sein und alle Betriebsgeheimnisse offen legen, da es dann seine Existenz aufs Spiel setzte, seinen wirtschaftlichen Unternehmenserfolg riskierte, zudem kopierbar und durch Betrugsversuche angreifbar wäre.“ (a.a.O.:5)

Die Schufa habe sich dennoch zu einem so weit wie eben möglichen Maß an Transparenz entschieden. Es könne nicht darum gehen, die Score-Formel dem Verbraucher offen zu legen, sondern dem Verbraucher so weit als möglich zu erklären, wie seine Einschätzung zustande kommt und wie er sie beeinflussen kann. (a.a.O.:6)

Solange die Scoringverfahren hinter den hohen Mauern des „Geschäftsgeheimnisses“ unter Verschluss gehalten werden, sind sie für eine wissenschaftliche Überprüfung unzugänglich und bleiben eine Art „Geheimwissenschaft“. Zumindest fraglich ist, ob ihre Verwendung dann legal ist. Es bestehen – wie ausgeführt – erhebliche Zweifel an ihrer Aussage- und Prognosefähigkeit und ihrer wissenschaftlichen Fundierung ganz allgemein.

### II.1.2 Transparenz der Datenquellen

Die Schufa behauptet, ihre Datenquellen seien vollkommen transparent. Sie benutzt nach ihren eigenen Angaben zur Errechnung von Scorewerten ausschließlich Datenquellen, die allgemein bekannt und absolut transparent seien. Sie „legt all dies den dazu gesetzlich Befugten in jedem Detail zur Ein- und Ansicht offen, im buchstabengetreuen Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes.“ (Schufa 2007:4)

Dem ist entgegen zu halten, dass es nicht nur auf die Datenquellen ankommt, sondern darauf, was mit den Daten gemacht wird. Hier gibt es keine Transparenz.

Der Verbraucher könne über „meineSchufa.de“ jederzeit erfahren, „wer Daten der Schufa worüber und wozu bezieht“. (a.a.O.:5) Kein anderes Unternehmen verfüge über eine vergleichbare Zugänglichkeit jedes Einzelnen zu den über ihn gespeicherten Daten. (a.a.O.:5)

Richtig an dieser Aussage ist, dass jeder Verbraucher seinen Basisscore wie seinen Branchenscore (gegen Gebühr) erfahren kann, nicht aber, wie er zustande kommt.

### **II.1.3 Keine automatisierten Entscheidungen**

Auf die Datenschutz- und Verbraucherschutzargumente hinsichtlich der Einhaltung des § 6a BDSG reagieren die Auskunftsteien ausweichend und verlagern dieses Problem auf ihre Vertragspartner. Die Einschätzung der Kreditwürdigkeit des Kunden erfolgt nach Auffassung der Schufa beim Vertragspartner. Daher gäbe es keine automatisierten Entscheidungen.

Banken, Sparkassen, Versandhändler etc. nutzen die Daten der Schufa gemeinsam mit denjenigen Daten, die der jeweilige Vertragspartner der Schufa über seine Kunden bereits zur Verfügung habe. „Diese internen Erfahrungen der Vertragspartner werden mit den unsrigen zusammengeführt zu einem „Integrierten Score“. Auf dessen Basis und je nach zusätzlicher Bewertung durch den jeweiligen Kreditgeber können so in der Regel schnell, unkompliziert und kostengünstig Kredite angeboten werden.“ (Neumann 2006:4)

Auch Experian betont, dass die Kreditvergabe nicht allein oder vorwiegend auf der Basis automatisiert gebildeter Scorewerte erfolge. Diese seien nur ein Teil eines umfassenden Entscheidungsprozesses. Sasse und Dittombée knüpfen daran den Vorschlag, dass in den Geschäftsbereichen und Industrien, in denen schlanke und effiziente Kreditvergabeprozesse üblich sind (*gemeint sind offenbar die Kreditfabriken*), eine „angemessene Transparenz und Eingriffsmöglichkeiten für den Kreditsachbearbeiter ermöglicht werden solle.“ (Sasse und Dittombée 2007:10)

Im Umkehrschluss offenbart dieses Argument, dass es offensichtlich Bereiche ohne angemessene Transparenz und ohne Eingriffsmöglichkeiten für den Kreditsachbearbeiter gibt. Andernfalls bräuchte man keine Veränderung vorschlagen.

## **II.2 Argumente der Auskunftsteien zur Aussagekraft des Scoring in der Praxis**

Mangelnde Prognosefähigkeit und Qualitätskontrolle, Diskriminierung von Verbrauchern und Asymmetrie des Kenntnisstandes hinsichtlich der Scoringverfahren sind weitere Kritikpunkte des Daten- und Verbraucherschutzes. Die Auskunftsteien weisen diese Kritik zurück und betonen vielmehr, dass der Einsatz von Scoringverfahren das Wirtschaftsleben und die Kreditvergabe erleichtert und verbessert.

### **II.2.1 Mehr Kredite durch gute Scoringverfahren**

Die Schufa behauptet, gute Scores sorgen objektiv und unzweifelhaft für mehr Kredite zu günstigeren Bearbeitungskosten bei weniger Ausfällen. (Neumann 2006:2)

Zunächst zu Aufwand und Bearbeitungskosten:

In 93% der Kreditanfragen Sorge die Schufa dafür, dass ein beantragter Konsumentenkredit unbürokratisch und „sekundenschnell“ bewilligt werden kann. (Schufa 2007:2)

Das mag für den Handel gelten. Diese Aussage ist aber angesichts des enormen Aufwands, den die zehn in unserer Studie berücksichtigten Kreditinstitute zur Sammlung von Kundendaten betreiben, unzutreffend für das Bankgeschäft.

In der gleichen Quelle wird behauptet, dass erst die von der Schufa an ihre Vertragspartner gelieferten Daten den Verbrauchern die Teilhabe am wirtschaftlichen Leben ohne einen großen bürokratischen Aufwand zum Nachweis der Bonität ermöglichen würden. Ohne schnelle Bonitätsabfrage würden Waren nicht mehr auf Rechnung, sondern nur nach Vorkasse verschickt und Ratenzahlungsvereinbarungen im Einzelhandel wären ebenso nicht mehr möglich ohne großen Aufwand. Der wirtschaftliche Motor würde augenblicklich ins Stocken geraten. (a.a.O.:6)

Dem steht die Erfahrung aus Einzelfällen entgegen, dass auch Personen mit guter Bonität aufgrund falscher Daten nicht auf Rechnung beliefert werden. Hier besteht dringender Forschungsbedarf.

Ein durchaus ernsthaftes Argument betrifft das unterschiedliche Maß an Informationen, über das die Akteure am Kreditmarkt verfügen: typisch für den Kreditmarkt sei die Asymmetrie der Informationen. Der (potentielle) Kreditnehmer sei in aller Regel besser über seine Bonität informiert, als der (potentielle) Kreditgeber es ohne die Schufa-Informationen sein könne. Erst der zumindest teilweise Ausgleich dieser Asymmetrie ermögliche die reibungslose Kreditvergabe. (Neumann 2007:1)

Fraglich und bisher unerforscht ist, ob dieses Informationsdefizit nicht zuverlässiger zu beheben war durch die persönliche Kenntnis von Kunde und Banker im traditionellen Kreditgeschäft.

Dagegen wird mehrfach die Behauptung aufgestellt, dass Scoringverfahren bei kontrollierten Ausfallrisiken eine hohe Annahmquote zum Ziel hätten und nachweislich zu mehr Kreditvergaben, weniger Verlusten und objektiveren Entscheidungen führten. (Sasse und Dittombée 2007:11)

Empirische Belege für diese Aussage werden nicht angeführt.

Die Schufa-Daten unterstützten außerdem die Kreditinstitute dabei, das richtige Verhältnis zwischen Risiko- und Eigenkapital zu finden (Basel II). Das versetzte sie in die Lage, nicht nur einfache, sondern auch kompliziertere Risiken einzugehen, z.B. bei Existenzgründungen. (Neumann 2006:11)

Dieses Argument gilt – wenn überhaupt – für die Vergabe von Geschäftskrediten, aber nicht für das Massengeschäft der Konsumentenkredite. Bei Konsumentenkrediten lässt sich ein Risiko durch die Ermittlung der Kapitaldienstfähigkeit (Einnahmen-Ausgabenbilanz) sehr leicht und ohne großen Aufwand feststellen.

## II.2.2 Die Seriösität der Daten

Die Schufa behauptet, zumindest bei ihren Datenbeständen handele es sich ausschließlich um seriöse Meldungen der Vertragspartner zum Kreditverhalten des Verbrauchers.

Sie verzichte auf wenig aussagekräftige Daten bzw. Scoreverfahren, die nicht die notwendige Qualität und Datenfülle erreichen. „Kreditrelevante Informationen, auch wenn sie branchenübergreifend gewonnen und eingesetzt werden, müssen sich immer aus kreditrelevanten Merkmalen und Quellen speisen.“ (Schufa 2007:3)

Diese Aussage ist weitgehend inhaltsleer, da tautologisch. Wichtig ist lediglich, ob die gesammelten Informationen für die Rückzahlung eines Kredites prognostisch relevant sind; und das ist mehr als fraglich.

Die in die Score-Formeln einfließenden Datenquellen seien bekannt und völlig transparent. In den Scoring-Prozess würden keine zusätzlichen Daten einfließen, sondern nur diejenigen, die für das Thema „Individuelle Bonität“ vorab als statistisch relevant und aussagekräftig erkannt worden sind. (a.a.O.:4)

Einen empirischen Nachweis für diese Behauptung bleibt die Schufa schuldig. Empirische Belege im Sinne eines Qualitätsmanagements sind uns bei den Recherchen nicht bekannt geworden.

## II.2.3 Keine Diskriminierung durch Scoring

Die Auskunftsteien setzen sich nicht mit der Argumentation von Daten- und Verbraucherschutz auseinander, dass bereits die Einstufung in bestimmte Risikoklassen oder -gruppen diskriminierend im Sinne der ‚Sippenhaft‘ sei, sondern behaupten schlichtweg das Gegenteil. Die Position der Schufa lautet zu diesem Punkt: „Scoring sorgt objektiv und präventiv für die Verhinderung von Diskriminierung.“ (Neumann 2007:2) Uns ist keine Quelle bekannt, die diese Behauptung empirisch stützt.

Auch nach einer Veröffentlichung von Experian würde die Einstufung von Verbrauchern in Gruppen keinesfalls willkürlich erfolgen, sondern „aufgrund methodisch anerkannter statistischer Verfahren werden anonymisierte Datensätze derart analysiert, dass eine fehlerhafte Einstufung .... auf ein Minimum reduziert wird. Insgesamt hat eine gute oder weniger gute Kredithistorie einen entscheidenden Einfluss auf dessen Risikobewertung“. (Sasse und Dittombée 2007:11) Dem Vorwurf der „Scheinrationalität“ begegnen die Autoren mit dem Hinweis auf eine mathematisch-statistische Signifikanzanalyse eines jeden Merkmals, das für Scoringverfahren genutzt wird. Die Plausibilität eines jeden Merkmals werde geprüft. (a.a.O.:9 f.)

Interessant für die weitere Diskussion dürfte folgende Aussage der Autoren sein:

„Grundsätzlich werden nicht nur relevante, sondern insbesondere auch nur signifikante Informationen in Scoringverfahren verwendet.“ (a.a.O.:12)

Nach den Experten von Experian seien sowohl die mathematisch-statistische Analyse, als auch das Fachwissen der Kreditsachbearbeiter für die Bewertung einzelner Kriterien in den Scorekarten entscheidend. „Kriterien wie Alter, Geschlecht, Nationalität tragen nachweislich für einige Anwendungsbereiche entscheidend zur Qualität von Scorekarten bei.“ (a.a.O.:12)

Offensichtlich ist den Experian-Experten entgangen, dass sie mit dieser Formulierung ganz offen eine diskriminierende Vorgehensweise zugeben.

### **II.3 Die Position der Auskunfteien zur Kreditvergabegerechtigkeit**

Unter der Fragestellung, ob Scoring ethisch geboten ist, diskutieren Daten- und Verbraucherschützer Fragen der Vertrauenswürdigkeit der Kreditwirtschaft und der Berechtigung der informationellen Selbstbegrenzung. Die Auskunfteien befassen sich weniger mit diesen Gesichtspunkten, sondern betonen im Gegenzug das Recht auf Vertragsfreiheit, die Interessenidentität von Verbrauchern und Kreditgebern und die durch Risk-Pricing erzielte gerechte Lastenverteilung.

#### **II.3.1 Der Kredit als finanzielle Vorleistung**

Konstituierendes Merkmal von Marktwirtschaften sei die Vertragsfreiheit, die auch Banken zugestanden werden müsse. „Es gibt somit keinen Anspruch auf Kredit.“ (Neumann 2007:1) Der Kreditgeber ginge mit der Bewilligung eines Kredites ein Risiko ein und träte in finanzielle Vorleistung. Daher seien Bonitätsprüfungen notwendig. Es sei legitim, wenn ein Anbieter auf der Grundlage von externen Daten versuche, sein Risiko und seine Vorsorgekosten gegen den Kreditausfall maximal zu vermindern. Das sei auch für den Verbraucher positiv, und zwar um so positiver, je mehr sich für ihn dadurch die Kreditkosten mindern. (a.a.O.:1)

Es mag durchaus sein, dass sich die Kreditkosten mindern. Ob sie sich auch für den Verbraucher mindern, entscheiden Marktlage und Markttransparenz. Ob das tatsächlich so ist, ist nur empirisch zu klären. Im übrigen gilt auch: jede unternehmerische Tätigkeit, auch die der Banken, ist mit Vorleistung und Risiko verbunden.

#### **II.3.2 Interessenidentität von Verbrauchern und Kreditgebern**

Die Schufa behauptet, beim „Scoring“ seien die Interessen der Verbraucher und der Kreditgeber identisch. Diese angebliche Interessenidentität von Verbrauchern und Kreditgebern wird anhand einiger Beispiele erläutert:

Laut Schufa erhalten dank Scoring z.B. Menschen Waren vom Versandhandel auf Rechnung, was ohne Scoring nur per Nachnahme ginge. Nur ein informierter Händler könne Vertrauen haben, dass sein Vertragspartner die gesendete Ware auch bezahlt. Scoring sei zielgerichtete Information und bilde Vertrauen: „dank Scoring und eben auch: dank Schufa!“ (Neumann 2006:7)

Scoring ermögliche Kredite und mehr Kredite, als ohne Scoringverfahren vergeben würden. Die Schufa habe damit eher die Funktion des „Kreditermöglichers“ statt des Verhinderers. Die Einzelfälle, in denen es wegen mangelnder Bonität nicht zum Abschluss eines Kreditvertrages käme, dienten der Prävention von Überschuldung. Auch das liege im Interesse des Verbrauchers. (Schufa 2007:3)

Die Schufa ernenne sich hier zu einer modernen Variante des „Schutzengels“, der den Verbraucher vor Fehlritten bewahrt. Tatsache ist aber, dass die Gründe für Über-

schuldung bekannt und durch Scoring nicht erfassbar sind. Es gibt auch Kreditverhinderung durch fehlerhafte Daten.

Fundierte Scores seien im Interesse des Verbrauchers und der kreditgebenden Wirtschaft gleichermaßen. Durch Mehrinformation reduzierten sie die Grauzone der Kreditablehnungen aufgrund von Informationslücken. (Neumann 2007:2) Scoring liefere hilfreiche und risikomindernde Informationen auf einfache Weise. Dank der einfachen Scoringverfahren würden auch die Bearbeitungskosten sinken und dank der starken Wettbewerbssituation im Markt für Konsumentenkredite dadurch auch die Kreditkonditionen. (Neumann 2006:8)

Eine solche Vermutung ist nur empirisch klärbar.

Dass Kreditnehmer und Kreditgeber in vielfältiger Weise vom Einsatz der Scoreverfahren profitierten, das ist auch die Position von Experian: Kreditnehmer profitierten von schnellen und objektiven Entscheidungen, durch die Berücksichtigung bisheriger Geschäftsbeziehungen und von einer hohen Produktvielfalt. Der Kreditgeber könne Kreditprozesse schlanker und effizienter umsetzen und verschiedene Vertriebskanäle nutzen, ein höheres Risiko eingehen und die Anforderungen der BAFIN nach Einhaltung der Solvabilitätsanforderungen erfüllen. Banken seien auch gesetzlich verpflichtet, qualitativ hochwertige Kreditscorekarten einzusetzen. (Sasse und Dittombée 2007:8)

„Die Funktionstüchtigkeit der Marktwirtschaft wäre ohne die wettbewerbsneutrale und Branchen übergreifende Arbeitsweise von Kreditbüros in Frage gestellt“ und „Ohne die Schufa wäre es für die Banken kaum möglich, Verbraucherkredite anzubieten.“ (Neumann 2006:9) Gäbe es die 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.“ (Schufa 2007:7)

Es ist an dieser Stelle sicherlich lohnend sich in Erinnerung zu rufen, dass Banken seit den Zeiten der italienischen Stadtstaaten und den Fuggern schon Gewinne in nennenswertem Ausmaß gemacht haben und Jahrhunderte lang Kredite vergeben haben, ohne dass sie dazu der Schufa bedurft hätten.

Die Unterstellung einer angeblichen Interessenidentität zwischen Kreditgeber und Verbraucher ist ein typisches Beispiel für eine Ideologie. Definiert man Ideologie als die Transformierung eines materiellen Interesses in Aussagen mit dem Anspruch auf Allgemeinverbindlichkeit, dann wird klar, dass hier die materiellen Interessen der Auskunfteien und der Scoring-Wirtschaft so dargestellt werden, als wären sie im Interesse aller Beteiligten.

### II.3.3 Risk-Pricing und Gerechtigkeit

Der Einsatz von Risk-Pricing wird von Banken und Auskunfteien als ein Instrument für mehr Leistungs- und Verteilungsgerechtigkeit gesehen. Der Kreditnehmer, der als problemlos eingestuft werden kann, soll nicht die höheren Zinskosten tragen, die durch den Kreditausfall von Kreditnehmern mit schlechter Bonität entstehen. Die Öffentlichkeit diskutiere die Schufa-Verfahren üblicherweise aus der Sicht des Verbrauchers mit einer weniger guten Bonität. Es gäbe aber sehr viel mehr Kreditnehmer mit guter Bonität. Würden Kreditgeber die Bonität eines Kunden nicht gut einschätzen können, hätte

das für die Kunden mit guter Bonität zur Folge, dass sie „falsche: sprich durchschnittliche Preise bekommen.“ (Neumann 2007:1) Das wäre ein Anreiz, den Markt zu verlassen. Daher gäbe es einen Anspruch für Kreditnehmer mit guter Bonität, entsprechend günstigere Preise zu bekommen. (Neumann 2007:1)

Bei dieser Position handelt es sich um ein Werturteil, das sich empirisch bekanntlich nicht klären lässt. Es wird hier offensichtlich als selbstverständlich unterstellt.

## **II.4 Welche Alternativen sehen die Auskunftsteien?**

### **II.4.1 Die USA sind kein Beispiel**

In der Diskussion um Scoringverfahren wird oft auf den Vergleich mit den USA abgestellt.

Den sehr differenzierten Alternativen aus den USA wird entgegengehalten, ein solcher Vergleich sei nicht sinnvoll. Argumentiert wird seitens der Schufa folgendermaßen: Das amerikanische Kreditsystem basiert auf der Kreditkarte, ganz im Gegensatz zu dem deutschen System, dessen Grundlage das Girokonto darstellt.

In den USA basieren alle Scoringverfahren auf der „payment-history“ eines jeden Kunden. Das Zahlungsverhalten eines jeden Verbrauchers sei jederzeit nachvollziehbar. Es sei bekannt, wann er wo und wofür seine Kreditkarte benutzt hat.

Wenn man nun einen Vergleich zwischen den Verhältnissen in Deutschland und den USA anstelle, so müsse man berücksichtigen, dass in den USA die gesamte „payment-history“ zur Verfügung steht, hier in Deutschland aber nur die „credit-history“. Vergleichbar wäre ein Zugriff der Schufa auf die gesamten Bewegungen der Girokonten.

„Wir sind in Deutschland deutlich datenärmer als die USA! Wir erfüllen insoweit die Forderung der Datensparsamkeit und verarbeiten nur Daten, die für die Bonitätseinschätzung relevant sind.“ (Neumann 2006:10)

Auf die diversen Möglichkeiten des Verbraucherschutzes in den USA und die Inhalte des „Fair and Accurate Credit Transactions Act“ wird nicht eingegangen.

### **II.4.2 Verbesserungsvorschläge**

Um die Transparenz des gesamten Verfahrens zu erhöhen, gibt es seitens der Auskunftsteien verschiedene Vorschläge.

Die Schufa arbeitet an zwei Projekten:

- In einem Stufen-Modell des Scorings soll es zukünftig unterschiedliche Ausprägungen von Scores geben: diese sollen reichen vom Score-Ausstieg bis zum sog. Premium-Score, der dann möglich wäre, wenn Verbraucher zusätzlich zu den vorhandenen Daten „freiwillig und aus eigenem Antrieb und Interesse“ weitere Informationen zur Verfügung stellen würden, um Aussagekraft und Qualität ihrer Scores zu verbessern. (Neumann 2006:12) Zu diesem Vorschlag ist anzumerken, dass er diametral zu den o.g. Ausführungen hinsichtlich der informationellen Selbstbegrenzung steht. Unter Berücksichtigung der bislang erörterten Argumente und Gegenargumente ist dieser Vorschlag nur für die Schufa von Nutzen, aber nicht für die Verbraucher.

- Weiterhin ist ein Score-Simulator geplant. Darin kann der Verbraucher beispielhaft erlernen, welche Einflüsse Veränderungen von Daten auf seinen Score hätten. (Schufa 2007:7) In Anbetracht der später ausgeführten empirischen Ergebnisse zur Bedeutung der Scores ist diese Marketingidee äußerst fragwürdig.

Die Überlegungen von Experian gehen in eine andere Richtung:

- Eine gesetzliche Einschränkung der Scoringverfahren könne nur ihre Qualität verringern. Experian plädiert stattdessen für eine freiwillige Selbstverpflichtung, einen Code of Conduct. Daraus folge eine erhöhte Transparenz für Verbraucher, ein Druck auf die Anwender von Scoringssystemen zur Wahrung der Verbraucherinteressen, klare Verhaltensrichtlinien für die Anwender und unbürokratische Regelungen. (Sasse und Dittombée 2007:12) Hier ist anzumerken, dass in den seltensten Fällen Selbstverpflichtungen von Industriezweigen vollständig umgesetzt werden und gleiche Wirkung erzielen wie gesetzliche oder regulierende Vorgaben.

### III. Die Position von Scoring-Usern

#### III.1 Kreditinstitute

Das Volumen der Konsumentenkredite belief sich im Jahr 2006 auf ca. 130 Milliarden Euro.

Sowohl die Großbanken als auch auf Verbraucherkredite spezialisierte Institute engagieren sich in diesem hart umkämpften Markt, auf den in den letzten Jahren nicht nur einige ausländische Banken, wie z.B. Santander, sondern auch Handelsorganisationen wie Tschibo und C&A hinzu getreten sind. Marktführer sind mit ca. 35% Marktanteil an den Konsumentenkrediten die öffentlich-rechtlichen Institute. Die kreditgenossenschaftlichen Banken haben daran zur Zeit einen Anteil von ca. 17%. (Hirschmann 2007:1)

So ist es nicht verwunderlich, dass auch Banken in der Diskussion um Scoringverfahren Stellung bezogen haben:

In einem Vortrag argumentiert Klaus Möller vom Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken: man müsse zunächst unterscheiden zwischen dem Antragsscoring (Gesamteinkünfte, Geschlecht, Berufsgruppe, Dauer der Beschäftigung etc.) und dem (Zahlungs-) Verhaltensscoring (Zahlungsrückstände, Verwendungszweck, Anzahl sonstiger Darlehen, durchschnittlicher Saldo etc.). (Möller 2006:6)

Das Kredit-Scoring sei eine Hilfe für die Kreditentscheidung, ermögliche eine risikoorientierte Prämienkalkulation und ermögliche eine bessere Information des Kundenberaters.

Es kann nicht allein die Kreditentscheidung determinieren, bestimmt nicht allein den Endpreis und ersetzt keine Plausibilitätsprüfung oder die Ermittlung der Kapitaldienstfähigkeit. (a.a.O.:8)

In seiner Schilderung der Vorteile von Scoring bietet er keine neuen Aspekte, sondern wiederholt die von den Auskunfteien bekannte Argumentation:

- Kredit-Scorings sind objektiver, ermöglichen schnellere Entscheidungen, reduzieren die Kosten und ermöglichen (günstigere) Kredite und eine differenzierte Kreditvergabe, schützen vor Überschuldung und bieten letztlich einen wichtigen Beitrag zur Stabilität unseres Finanzsystems. (a.a.O.:10)

In der Zeitschrift „die bank“, herausgegeben vom Bundesverband Deutscher Banken, wird differenzierter zu den Scoringverfahren im Retail Banking Stellung genommen. (Gaumert et al. 2006 :54-58)

Eigenschaften von Kreditnehmern werden gesucht, mit denen man – empirisch gestützt – Kreditnehmer, die später ihren Kredit nicht wie vorgesehen haben zurückzahlen können, trennen kann von solchen, die den Kredit ordnungsgemäß haben bedienen können. Solche Eigenschaften werden als „Risikotreiber“ bezeichnet. Die Trennfähigkeit der Risikotreiber ist um so höher, je geringer die Schnittmenge zwischen den beiden Gruppen ist. „Banken verwenden nur Risikotreiber, die auf Grundlage der eigenen historischen Daten objektiv statistisch geeignet sind, einen späteren Ausfall vorherzusagen.“ (a.a.O.:54)

Eingeräumt wird dabei durchaus, „dass die Ursachen für Zahlungsausfälle hauptsächlich in Ereignissen wie Arbeitslosigkeit, Scheidung oder schwerer Erkrankung zu suchen sind.“ (a.a.O.:54) Dieser Befund wird aber lediglich im Zusammenhang mit dem Ausschluss „sensibler“ Daten im Sinne des BDSG erwähnt. Weshalb und wie man bei der Einbeziehung sensibler Daten z.B. eine Scheidung prognostizieren könne, wird aus dem Argumentationszusammenhang nicht ersichtlich.

Im weiteren Verlauf der Gewinnung von Score-Werten werden die gefundenen Risikotreiber und ihre Ausprägungen so gewichtet, wie es der Stärke des Zusammenhangs zwischen dem Risikotreiber und dem Kundenausfall entspricht.

Über die Untersuchung der Interaktionswirkungen der einzelnen Risikotreiber im Rahmen einer multivariaten Analyse würde die Trennschärfe noch deutlich erhöht. Das „erlaubt im Regelfall eine ausgezeichnete Prognose der Ausfallwahrscheinlichkeit.“ (a.a.O.:55)

Auch diese multivariate Analyse habe jedoch ebenfalls ihre Grenzen. Die Autoren gestehen zu: „Wenn von 1.000 Kreditnehmern 20 ausfallen, müssen diese nicht unbedingt die Kreditnehmer mit den 20 niedrigsten Scores sein.“ (a.a.O.:55).

Wenn dem so ist, dann scheint es um die prognostische Validität doch nicht ganz so gut bestellt zu sein, wie die Autoren an anderer Stelle behaupten. Die Erklärungen scheinen bestenfalls widersprüchlich.

Im Rahmen einer Kreditentscheidung werden die maschinell ermittelten Scores einer Einschätzung qualifizierter Mitarbeiter einer Bank unterzogen. Der Score kann von den Mitarbeitern „overruled“ werden, falls es im Einzelfall deutliche Differenzen zwischen der Einschätzung durch den Mitarbeiter und dem maschinell ermittelten Score gibt. Das Scoringergebnis müsse eindeutig vom nachgelagerten Entscheidungsprozess getrennt werden. Auch hier wird – wie häufig – die Auffassung vertreten, dass es sich nicht um automatisierte Entscheidungen im Sinne des BDSG handele.

Argumentiert wird ebenfalls mit bankenaufsichtsrechtlichen Argumenten, nach denen laut Basel II und der Solvabilitätsverordnung Banken verpflichtet sind, ihr Risikoprofil über das gesamte Kreditportfolio zu kontrollieren.

Zur Frage, ob die beim Scoring verwendeten Merkmale angemessen sind, wird angemerkt, dass die Bank schon aus wohlverstandenen Eigeninteresse heraus keine ungeeigneten Daten verwenden würde. Um die Genauigkeit der Scoringverfahren nicht zu beeinträchtigen, dürfe der Kreis der nutzbaren Daten nicht zu eng gezogen werden.

Außerdem richte sich die Eignung von Daten auch nach institutsspezifischen Bedürfnissen, insbesondere nach dem Kundenportfolio der Bank. „Das jeweilige Kreditinstitut sollte aber – auf Nachfrage – begründen können, warum Daten, die nicht offensichtlich auf Bonität und Ausfallrisiko des Kunden schließen lassen, für das Scoring geeignet und erforderlich sind. (a.a.O.:56). *Es ist also ganz offensichtlich, dass Daten verwendet werden, die mit Bonität und Ausfallrisiko nichts zu tun haben.*

Abgelehnt wird ein „Negativkatalog“, also eine Liste von Merkmalen, die nicht im Rahmen von Scoringverfahren genutzt werden dürften. Ein Verbot bestimmter Merkmale würde die Qualität der Scoringverfahren beeinträchtigen, da sie nicht beliebig substituierbar seien. Höhere Kreditausfälle müssten letztlich die Kunden bezahlen.

Bei einer Qualitätsverschlechterung würden auch Kunden Kredite erhalten, die kaum die Fähigkeit zur Bedienung dieser Kredite hätten, und damit würde das Überschuldungsrisiko steigen.

Daher sei auch das Verbot aus § 10, Abs. 1 KWG-E, die Nationalität als Merkmal in die Scoringverfahren einzubeziehen, abzulehnen. (a.a.O.:56). Es ist erstaunlich, wie selbstverständlich hier offenbar in völliger Unkenntnis oder bewusster Nichtachtung der Gleichheits- und Diskriminierungsrichtlinien sowie des GG argumentiert wird.

Bestenfalls als widersprüchlich anzusehen ist auch die Argumentation der Autoren zum Thema „Transparenz“:

„So wie die Bank verlangt, dass der Kunde die kreditrelevanten Informationen zur Verfügung stellt, kann der Kunde erwarten, dass die Bank ihm plausibel begründet, wie das jeweilige Scoringergebnis zu Stande kommt.“ (a.a.O.:56) Eine größere Transparenz finde aber ihre Grenze in den Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen der Banken und der Schufa. (a.a.O.:58)

Auch zum Thema „Diskriminierung“ nehmen die Autoren Stellung, hier allerdings klar und unmissverständlich (a.a.O.:58):

Kunden werden nicht unterschieden nach einer bestimmten Eigenschaft als solcher, sondern deswegen, weil sich gezeigt hat, dass mit ungünstigen Eigenschaften (z.B. geringeres Einkommen) die Kreditausfallrate steigt. Daher handele es sich nicht um Diskriminierung, sondern um eine sachlich angemessene Differenzierung. Es gäbe weder einen Anspruch auf Kredit und auch keinen Anspruch darauf, mit Kreditnehmern guter Bonität gleichbehandelt zu werden. Risikoangemessene Konditionen wären angemessen, weil ansonsten Kunden mit guter Bonität solche mit schlechterer subventionieren würden. „Im Rahmen einer marktwirtschaftlich organisierten Kreditvergabe ist kein Raum für einen aus einem Solidaritätsprinzip abgeleiteten Risikostrukturausgleich.“ (a.a.O.:58). Auch hier verwundert, dass bei dieser Argumentation in keiner Weise auf den Gesichtspunkt des Massengeschäftes eingegangen wird, der typischerweise Gleichbehandlung fordert.

Risikoadäquate Kreditkonditionen von Banken hätten aber auch für Kunden geringerer Bonität durchaus Vorteile. Im Zuge von Basel II seien die Scoringverfahren erheblich verfeinert worden. Das habe den „Risikoappetit“ von Banken erhöht und die Aussichten für bonitätsschwache Kunden, Kredite zu bekommen, eher verbessert. (a.a.O.:58)

Diese Argumentationskette wurde hier relativ ausführlich nachgezeichnet. Uns ist keine offizielle Stellungnahme des Bundesverbandes Deutscher Banken im Rahmen der Diskussion innerhalb der Fachöffentlichkeit bekannt geworden. Da nun die Zeitschrift

„die bank“ von diesem Verband herausgegeben wird und die drei Autoren dort Direktoren, bzw. Abteilungsdirektor sind, ist nicht anzunehmen, dass die hier formulierten Argumente der Auffassung des Verbandes widersprechen. Es handelt sich wohl eher um Formulierungen mit durchaus offiziösem Charakter.

Vom Bundesverband Deutscher Banken und vom Bankenfachverband gibt es Informationsschriften, in denen Kunden über das Scoring aufgeklärt werden sollen.

In der Informationsschrift des Bundesverbandes „Kredit-Scoring – Bestandteil der modernen Kreditvergabe“ werden Kunden in allgemeinverständlicher Sprache in die Grundlagen des Scoring eingeführt, die Vorteile dargestellt, aufgeklärt, welche Daten genutzt werden und woher sie stammen, informiert, dass Scorewerte nicht allgemeingültig und unveränderlich seien, welche Bedeutung einzelnen Daten zukommt, welchen Einfluss der Kunde auf seine Daten nehmen kann und was man für einen guten Scorewert tun kann.

Die Schrift ist verständlich. Bei acht Seiten Text ist der Informationsgehalt jedoch eher dürftig.

Eine vergleichbare Informationsschrift herausgegeben hat auch der „Bankenfachverband“ als Zusammenschluss von 57 Kreditbanken, die vor allem Konsum und Investitionen finanzieren, darunter insbesondere Kraftfahrzeuge.

In der Schrift „Wie Ihre Bank faire Kreditentscheidungen trifft – Antworten zum Scoring“ wird erklärt, wie Scoring im Prinzip funktioniert, welchen Nutzen es (für den Kunden) hat, welche Daten verwendet werden, wie der Kunde auf eine Kreditablehnung reagieren kann und was er zu einem guten Scorewert beitragen kann. Diese Informationsschrift ist noch knapper gehalten (vier Seiten). Es werden weder Details noch kritische Punkte erwähnt.

### **III.2 Versicherungen**

Auch die Versicherungswirtschaft hat sich zum Thema geäußert. Bereits im November 2006 wird in der vom Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) herausgegebenen Zeitschrift „Versicherungswirtschaft“ die zunehmende Kritik am Kundenscoring aufgegriffen:

Die Versicherungswirtschaft nutzt Scoring und mikrogeografische Daten u.a. zu Marketingzwecken und zur Differenzierung von Tarifen. Über die zentrale Datenbank der Versicherungen (HIS, oder auch als Uniwagnis bezeichnet) wird aber auch unmittelbar in die Vertragsgestaltung mit einzelnen Kunden eingegriffen, ohne dass Scoringverfahren im engeren Sinne eingesetzt werden.

Die Existenz einer zentralen Datei, die von ca. der Hälfte der in Deutschland tätigen Versicherungsunternehmen genutzt wird, wurde ursprünglich im Jahre 1993 als Informationssystem zur Verhinderung von Versicherungsbetrug zunächst vor allem im Bereich der Kfz-Versicherungen geschaffen, dann aber ausgeweitet auf weitere Felder des Versicherungsgeschäfts.

Der Schaden, der jährlich durch Versicherungsbetrug entsteht, wird über alle Sparten hinweg mit ca. 4 Milliarden angegeben. Allein durch vorgetäuschte Autounfälle ergäbe

sich ein Schaden von ca. 1,5 Milliarden. (Ehler 2006:1759) Die Verhinderung von Versicherungsbetrug war die ursprüngliche Begründung der Versicherungswirtschaft bei der Schaffung einer zentralen Datei.

„Wenn es wirklich um das Verhindern von Versicherungsbetrug geht und die Daten genau für diesen Zweck gespeichert werden, dann gäbe es gegen die Uniwagnis-Datei nichts einzuwenden,“ wird der Versicherungsexperte Wolfgang Scholl des Verbraucherzentrale Bundesverband zitiert. (a.a.O.:1759)

Daten- und Verbraucherschützer bemängeln die Intransparenz des Verfahrens und die mögliche Gefahr von Diskriminierung. Der „gläserne Kunde“ habe selbst keinen Durchblick, wird Elisabeth Duhr von der Hamburger Datenschutz-Behörde zitiert. Die Kriterien, nach denen ca. 3 Millionen Versicherungskunden gespeichert würden, seien nicht ausreichend transparent. (a.a.O.:1761)

Zwar verwenden die Versicherungsunternehmen in dieser zentralen Datei – wie oben dargestellt – keine Scoringverfahren im engeren Sinne, aber die vorhandenen Informationen werden genutzt, um Versicherungsverträge abzulehnen oder mit einem Risikoaufschlag für den Kunden kostspieliger zu gestalten. Insofern haben sie einen Effekt, der mit den von Banken genutzten Scoringverfahren vergleichbar ist.

Das gilt z.B. für Risiko- und für kapitalbildende Lebensversicherungen oder aber für Berufsunfähigkeits-Versicherungen. Wird ein Vertrag von einer Gesellschaft abgelehnt, wird das im HIS ebenso dokumentiert wie ein Risikoaufschlag bei einem Vertragsabschluss.

Etliche Beispielfälle werden allerdings berichtet, in denen den beim HIS gespeicherten Daten falsche oder veraltete Informationen zugrunde liegen. (www.test.de, vom 22.7.2007:1)

Genutzt wird dieser Datenspeicher inzwischen in erster Linie zum Prüfen von Anträgen für Lebens-, Berufsunfähigkeits- und Rechtsschutzversicherungen sowie für Pflegerente.

Die Versicherungswirtschaft, vertreten durch den GDV, und Datenschutz, vertreten durch die „AG Versicherungswirtschaft“ im Düsseldorfer Kreis, dem bundesweiten Zusammenschluss der Datenschutz-Aufsichtsbehörden im Privatbereich, diskutieren bereits seit 2006 über das HIS-System des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft. Einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wurde diese zentrale Datei der Versicherungswirtschaft durch die „Verleihung“ des „Big Brother Award 2006“. (www.bigbrotherawards.de/2006/cop)

Wie es in einer Pressemitteilung des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein lautet – das ULD hat den Vorsitz in der „AG Versicherungswirtschaft“ im Düsseldorfer Kreis inne – wurde das HIS-System zunächst als Schwerpunkt des Dialogs ausgewählt, da sich hierum „viele Mythen und Verunsicherungen auf Versichertenseite ranken: Im Zusammenhang mit der Prüfung von Versicherungsanträgen und Versicherungsfällen können Informationen an das HIS gemeldet werden, um unter bestimmten Voraussetzungen Erkenntnisse zwischen Versicherungsunternehmen auszutauschen. Diese Erkenntnisse können dazu führen, dass es bei Anträgen zu Risikozuschlägen oder im Extremfall zur Ablehnung und bei Schadensregulierungen zu Nachfragen kommt.“ (ULD, Pressemitteilung, 4.7.2007:1)

GDV und Datenschützer seien darin einig, dass HIS modernen datenschutzrechtlichen Anforderungen genügen muss und sind in einen intensiven Diskurs eingetreten.

Eine detaillierte Verfahrensbeschreibung wurde im Netz am Vortag dieser Pressekonferenz sowohl auf der Homepage des ULD, als auch auf der des GDV veröffentlicht.

Einige wichtige Punkte seien hier wiedergegeben:

Innerhalb des HIS gibt es sieben voneinander getrennt geführte Sparten:

1. Kfz
2. Unfall
3. Rechtsschutz
4. Sach
5. Leben (mit Berufsunfähigkeit und Pflegerente)
6. Transport (einschl. Reiserücktritt und Gepäck)
7. Haftpflicht

Diese verschiedenen Sparten werden informationstechnisch völlig separat geführt. Beim HIS handelt sich um die einzige (diese Sparten betreffende) spezifische unternehmensübergreifende Datenbank zur Risiko-, Leistungsüberprüfungs- und Missbrauchsbekämpfung. Es bestehen keinerlei Querverbindungen zu Auskunftsteilen oder Scoringverfahren.

Die privaten Krankenversicherer sind zwar größtenteils Mitglieder im GDV, es gibt aber keinerlei Verbindungen dieser Unternehmen zum HIS. Die privaten Krankenversicherer haben dafür ihre eigenes System der Versichertenumfrage. Dazu wird aber in diesem Bericht nicht Stellung bezogen.

Die an vordefinierten Sachverhalten orientierte Punktevergabe im einzelnen Recherchefall obliegt ausschließlich den am System beteiligten Versicherungsunternehmen und wird dort von geschulten Sachbearbeitern und bei Bedarf von Spezialisten durchgeführt. Ab einer Punktezahl von 60 kann eine Einmeldung in HIS erfolgen. Eine Verpflichtung dazu besteht aber nicht. Auch gibt es keine Kumulation verschiedener Schadensereignisse in Bezug auf einen Versicherten quer über die Sparten.

Eine Änderung der Einmeldung kann nicht innerhalb des Systems, also beispielsweise vom GDV, erfolgen, sondern nur durch eine Prüfung und Korrektur durch den Sachbearbeiter des jeweiligen Versicherungsunternehmens. Ebenso ist eine Auskunftsmöglichkeit für Betroffene nur über die betreffende Gesellschaft möglich, nicht aber über den GDV.

Zeigt das System auf Anfrage eines Sachbearbeiters in einem Versicherungsunternehmen einen Fall an, dann ist eine endgültige Klärung, ob es sich tatsächlich um die betreffende Person handelt und ob der Datensatz zum Anfrageanlass passt, nur durch direkte (meist telefonische) Kontaktaufnahme und Absprache zwischen den Sachbearbeitern der interessierten Versicherungsunternehmen möglich. Bei einem konkreten Erstverdacht kann es erforderlich sein, die genaue Abklärung eines eventuellen Missbrauchsfalls schriftlich abzuklären. Bei Leben wird grundsätzlich die schriftliche Form gewählt (Angaben zum Gesundheitsstatus).

Zu den Details verweisen wir auf die Veröffentlichung von GDV und ULD.

Diese Bestandsaufnahme, die zwischen GDV und ULD abgestimmt ist, stellt zunächst eine Faktenbasis dar. Auf dieser Grundlage sollen alle weiteren Klärungsprozesse in (datenschutz-)rechtlicher Hinsicht, sowie die Prüf- und Aufsichtstätigkeit erfolgen.

Die Versicherungsgesellschaften haben durch faktisches Handeln – der Mitarbeit bei dieser Datenbasis und dem Diskurs mit dem ULD als federführendem Organ des Düsseldorfer Kreises – einen wichtigen Beitrag geleistet, Befürchtungen, die in der Öffentlichkeit verstärkt in den letzten Jahren aufgekommen sind, zu entkräften und zur sachbezogenen Argumentation zu gelangen.

Auf einem anderen Blatt stehen aber eine Reihe von offenen Fragen, die keineswegs geklärt sind, wie z.B. die Verwendung von Daten im Bereich der PKV oder der Einsatz von Scoringverfahren im Marketing und bei der Bemessung von Risikoprämien mithilfe geospezifischer Informationen. (siehe Kapitel VII. 3.)

Weitere noch offene Punkte hat Thilo Weichert bei einem Erfahrungsaustausch zum Thema „Datenschutz der öffentlichen Versicherer“ Anfang Oktober 2007 benannt:

Ungeklärt ist die Frage, ob es sich nicht bei den in HIS gespeicherten Daten um einen Auskunftsdatenbestand personenbezogener Daten handelt, ob dieser Datenbestand genügend transparent sei für die Betroffenen und ob hier nicht ein neues Warnsystem ähnlich den Auskunfteien geschaffen würde. (Weichert 2007:7)

Verwiesen wird auch auf die Praxis, dass zunehmend Bonitätsprüfungen und Scoring eingesetzt wird bei Abschluss, Leistungsprüfung und Inkasso durch Versicherungsvermittler. Dem sei entgegenzuhalten, dass grundsätzlich Bonitätsprüfungen nur bei kreditorischem Risiko per Einwilligung oder Vertrag statthaft seien. (a.a.O.:8)

Regelungsbedarf gäbe es u.a. bei mehreren Punkten: Allfinanz und Cross-Selling, Rückversicherung, Uniwagnis/HIS, besondere Pricing-Verfahren beim „pay as you drive“-Ansatz in der Autoversicherung und letztlich auch hinsichtlich der Überlegung, Versicherte genetisch zu untersuchen.

Im Diskurs zwischen Versicherungsunternehmen und dem Verbraucher- und Datenschutz konnte bisher eine erste Basis geschaffen werden durch die Verständigung auf Fakten beim HIS-Informationssystem. Es sind aber offensichtlich noch sehr viele Fragen offen und werden wohl in nächster Zukunft kontrovers diskutiert werden.

#### **IV. Übersicht über die Pro- und Contra-Argumente**

Wie zu sehen war, ist eine vehemente und sehr diskursive Diskussion zur Bedeutung von Scoring aus der Sicht von Datenschutz-, Verbraucherschutz- sowie Anbieter- und User-Interessen geführt worden.

Die Anzahl der Argumente und Gegenargumente und die Verästelung der Argumentationsketten kann verwirrend wirken und dabei der Blick für die klaren Gegensätze, die zwischen Datenschutz/Verbraucherschutz einerseits und Anbietern/Usern andererseits bestehen, aufgrund der Informationsfülle verloren gehen. Es fällt auf, dass Scoring-Anbieter und -Nutzer selten *direkt* auf die Positionen und Argumente von Daten- und Verbraucherschutz reagieren und in der Regel die empirischen Belege für ihre Aussagen schuldig bleiben.

Da es jedoch klare Gegensätze gibt, sind die zentralen Positionen des in den vorangegangenen Kapiteln nachgezeichneten Diskussionsverlauf in der Tabelle 4 nochmals fokussiert gegenübergestellt worden.

Die wesentlichen Dissensthemen sind:

- *Gesetzgebungsbedarf*: Hier ist innerhalb des Lagers der Datenschützer die Meinung gespalten zwischen verbesserter Durchführungskontrolle und gesetzlicher Regelung, wobei die Auskunfteien und Kreditinstitute überhaupt keinen gesetzlichen Bedarf sehen.
- *Wissenschaftlichkeit vs. Geschäftsgeheimnis*: Für die Auskunfteien hört der Nachweis der Wissenschaftlichkeit dort auf, wo das Geschäftsgeheimnis anfängt.
- *Betroffenenrechte/ Informationelle Selbstbegrenzung*: Daten- und Verbraucherschutz plädieren für eine möglichst geringe Preisgabe von persönlichen Informationen bei der Kreditvergabe, während Auskunfteien und Kreditinstitute zur Verbesserung ihrer Scoringverfahren eine maximale Preisgabe persönlicher Daten anstreben und eine Interessenidentität zwischen Verbrauchern und Kreditgebern annehmen.
- *Transparenz*: Datenschutz und Verbraucherschutz halten die Verfahren für völlig intransparent, während die Auskunfteien sich transparent bis an die Grenzen der Preisgabe von Betriebsgeheimnissen fühlen.
- *Automatisierte Entscheidung*: Datenschutz und Verbraucherschutz sind der Auffassung, dass der §6a BDSG nicht (immer) sauber eingehalten wird, es somit vielfach zu automatisierten Entscheidungen ohne persönliche Beraterentscheidung kommt, während Auskunfteien und Kreditinstitute den Einsatz von Scoring nur als Zusatzinformation zu einer durch das Kreditgespräch getroffenen Entscheidung sehen.
- *Prognosefähigkeit*: Datenschutz und Verbraucherschutz bezweifeln die Prognosefähigkeit der Scoringverfahren für die Vorhersage eines individuellen Kreditausfalls, während Auskunfteien und Kreditinstitute die Prognosefähigkeit für gegeben halten.
- *Qualitätskontrolle*: Daten- und Verbraucherschutz zweifeln daran, dass die für Scoringverfahren benutzten Information hinreichend auf ihre Vollständigkeit und Richtigkeit geprüft sind, während Auskunfteien und Kreditwirtschaft von der Richtigkeit der Daten ausgehen.
- *Diskriminierung vs. Kreditgerechtigkeit*: Daten und Verbraucherschutz sehen eine Reihe von diskriminierenden Elementen im Einsatz der Scoringverfahren bis hin zum Redlining von Regionen, während Auskunfteien und Kreditinstitute fehlende Diskriminierung als besonders Gütezeichen der Scoringverfahren betonen und eine dadurch bewirkte Kreditgerechtigkeit hervorheben
- *Kenntnisstand der Verbraucher*: Daten- und Verbraucherschutz verweisen auf den niedrigen Kenntnisstand der Verbraucher zum Thema Scoring, während Auskunfteien und Kreditwirtschaft die in den entsprechenden Broschüren des Banken- und Bankenfachverbandes gegebene Information für ausreichend halten.
- *Handlungsoptionen*: Daten- und Verbraucherschutz verweisen auf Entwicklungen in den USA und fordern Auskunftspflichten wie sie z.B. Fair Isaac auferlegt worden sind, während Auskunfteien und Banken über Prämium-Scores und freiwillige Selbstverpflichtungen nachdenken.

**Tabelle 4: Übersicht über den Diskurs zwischen Daten-, Verbraucherschutz und Scoring-Anbietern/-Usern**

	<b>Datenschutz</b>	<b>Verbraucherschutz, vzbv</b>	<b>Auskunfteien</b>	<b>Banken</b>
<b>Gesetzgebungsbedarf</b>	Es werden zwei Meinungen vertreten: Bundesdatenschutzgesetz ist ausreichend, Vollzug und Kontrolle der Einhaltung mangelhaft. In Teilbereichen Gesetzgebungsbedarf vorhanden.	Ausführungsgesetz zum § 9a BDSG fehlt. Veränderungsbedarf in vielen Bereichen. Die Einstufung des Scoring als Geschäftsgeheimnis ist aufzugeben.	Rechtsgrundlage für die Übermittlung der von Auskunfteien errechneten Scorewerte ist der § 29 Abs. 2 BDSG.	kein Gesetzgebungsbedarf prophylaktische Ablehnung von Negativmerkmalen
<b>Wissenschaftlichkeit vs. Geschäftsgeheimnis</b>	<b>Nachweise nicht erbracht Forderung</b> Anerkannte (validierte, wissenschaftliche) statistische Verfahren.	<b>Nachweise nicht erbracht Forderung</b> Nur kreditrelevante Faktoren. Haftungsregeln für Unternehmen und Auskunfteien bei falschen Angaben.	Datenbestände ausschließlich durch seriöse Meldungen zum Kreditverhalten des Verbrauchers. Nur Daten, die für das Thema „Individuelle Bonität“ vorab als statistisch relevant und aussagekräftig erkannt worden sind.	Eigenschaften von Kreditnehmern (Risikotreiber), die auf Grundlage der eigenen historischen Daten objektiv statistisch geeignet sind, einen späteren Ausfall vorherzusagen. Hauptgründe – Arbeitslosigkeit, Scheidung, schwere Erkrankung – sind nicht vorhersagbar und werden nicht erfasst.

Fortsetzung Tabelle 4

	Datenschutz	Verbraucherschutz, vzbv	Auskunfteien	Banken
<b>Betroffenenrechte/ Informationelle Selbstbegrenzung</b>	Es wird alles gesammelt, was an Daten anfällt. <b>Forderung</b> Beschränkung auf wenige unverzichtbare Informationen. Ohne Benachrichtigung können Korrekturrechte nicht genutzt werden. Informationelle Selbstbestimmung hat Vorrang vor Geschäftsgeheimnis.	Viele Verbraucher kennen ihre Rechte nicht. <b>Forderung</b> Keine Ausweitung auf den nicht-kreditorischen Bereich. Einschränkung des Scoring	Datensparsamkeit wird eingehalten.  Zugänglichkeit zu den über ihn gespeicherten Daten jederzeit für jedermann gegeben.	Kreditnehmer haben jederzeit Beschwerdemöglichkeit.  Zusätzlich zu den Daten der Auskunfteien werden viele eigene Daten erhoben.
Transparenz	<b>Forderung</b> Offenlegung und Transparenz für (externe) Qualitätskontrolle und für Verbraucher	<b>Forderung</b> Der vzbv fordert zur Behebung des Transparenzdefizits ein Ausführungsgesetz zum § 9a BDSG. Recht auf Einsichtnahme der von Dritten gemeldeten Daten. Einsicht und Korrektur. Gespeicherte Daten kostenlos an Verbraucher.	Ausschließlich Datenquellen, die allgemein bekannt und absolut transparent sind. Der Weg von den Merkmalen zum Scorewert - der Verarbeitungsvorgang - kann nicht transparent gemacht werden. Diese Formel stellt einen enormen Vermögenswert dar.	Eine größere Transparenz findet ihre Grenzen in den Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen der Banken.

Fortsetzung Tabelle 4

	Datenschutz	Verbraucherschutz, vzbv	Auskunfteien	Banken
<b>Automatisierte Entscheidung</b>	<p>§ 6a Abs. 1 BDSG</p> <p><b>Verbot</b> Entscheidungen, die für Betroffene rechtliche Folgen nach sich ziehen, dürfen nicht ausschließlich auf die automatisierte Entscheidung personenbezogener Daten gestützt werden.</p>	<p>Das Verbot automatisierter Entscheidungen wird nicht eingehalten Jede Entscheidung, die nicht zu einem Zins führt, der in der Werbung versprochen wird, sei eine negative Entscheidung. Daher darf eine Bonitätsbewertung und entsprechende Kreditentscheidung nach § 6a BDSG nicht ALLEIN auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidung durchgeführt werden.</p>	<p>Gute Scores sorgen objektiv und unzweifelhaft für mehr Kredite zu günstigeren Bearbeitungskosten bei weniger Ausfällen. Konsumentenkredit wird unbürokratisch und „sekundenschnell“ bewilligt.</p>	<p>Scoring für bessere Information des Kunden-beraters. Scoring ist vom nachgelagerten Entscheidungsprozess getrennt, daher keine automatisierte Entscheidung im Sinne des BDSG. Scorings sind objektiver, ermöglichen schnellere Entscheidungen, reduzieren die Kosten und ermöglichen (günstigere) Kredite und eine differenzierte Kreditvergabe, schützen vor Überschuldung und bieten letztlich einen Beitrag zur Stabilität unseres Finanzsystems.</p>
<b>Prognosefähigkeit</b>	<p>Sehr fraglich. Jedes Verhalten kann als bonitätsrelevant gedeutet werden. <b>Forderung</b> Beschränkung auf solide Daten zu Zahlungsverhalten, Einkommens- und Vermögensverhältnisse.</p>	<p>Sehr begrenzt. Datenbasis sind die Vergleichswerte der Vergleichsgruppe. <b>Forderung</b> Nur bonitätsrelevante, personenbezogene Daten dürfen genutzt werden.</p>	<p>Daten sind seriöse Meldungen der Vertragspartner. Scorewerte nach wissenschaftlichen Kriterien berechnet.</p>	<p>Wird als hoch eingeschätzt und bestimmt die alltägliche Praxis.</p>

## Fortsetzung Tabelle 4

	Datenschutz	Verbraucherschutz, vzbv	Auskunfteien	Banken
<b>Qualitätskontrolle</b>	<b>Forderung</b> Qualitätskontrolle (Dokumentation des Verfahrens, Protokoll, externe Prüfung u.a.). Relevanz und Gewichtung der einbezogenen Daten. Plausibilität der Daten zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit.	<b>Forderung</b> Für das Scoringverfahren eingesetzte Berechnungsmethoden müssen regelmäßig einer unabhängigen Qualitätskontrolle unterzogen werden.	Qualität der Daten und Wissenschaftlichkeit der Scoringverfahren wird behauptet ohne Informationen über internes oder externes Qualitätsmanagement.	Keine Informationen über interne oder externe Qualitätskontrolle.
<b>Diskriminierung vs. Kreditgerechtigkeit</b>	<b>Forderung</b> Ausschluss von Merkmalen, die einem Nutzungs- oder Diskriminierungsverbot unterliegen.	Die von Auskunfteien und Banken behauptete Nicht-Diskriminierung entbehrt jeder empirischen Grundlage. <b>Forderungen</b> ähnlich dem Datenschutz	Kriterien wie Alter, Geschlecht, Nationalität tragen nachweislich für einige Anwendungsbereiche entscheidend zur Qualität von Scorekarten bei.	Das Verbot aus § 10, Abs. 1 KWG-E, die Nationalität als Merkmal in die Scoringverfahren einzubeziehen, ist abzulehnen
<b>Kenntnisstand der Verbraucher</b>	Keine realistische Vorstellung von Art, Ausmaß und Bedeutung des Verfahrens.	Unternehmen kommen ihren Auskunftspflichten nur ungenügend nach.	Abruf der Selbstauskunft möglich und stark frequentiert.	Banken halten Informationsbroschüren vor. Wie stark sie genutzt werden, ist unbekannt.
<b>Handlungsoptionen</b>	Umfangreiche Änderungsvorschläge an bestehenden Gesetzen. Verstärkung des Datenschutzes.	Beschränkung des Scoring auf den kreditorischen Bereich. Umfangreiche Änderungsvorschläge.	Stufen-Modell des Scoring Score-Simulator Code of Conduct	Bisher öffentlich keine Alternativen vorgeschlagen.

## V. Der Bericht des BMI zum Datenschutz bei Auskunfteien

Der Bericht des Bundesministeriums des Innern zum Datenschutz bei Auskunfteien beschäftigt sich mit den typischen datenschutzrechtlichen Problemen, die in der praktischen Tätigkeit von Auskunfteien auftreten. Anlass für diesen Bericht ist eine Entschließung des Bundestages vom 17. Februar 2005 zum 19. Tätigkeitsbericht des Bundesbeauftragten für den Datenschutz.

In Nr. 10 der Entschließung heißt es: „Der deutsche Bundestag stellt fest, dass die fortschreitende Digitalisierung und die starke Zunahme der Datenströme auch im nicht-öffentlichen Bereich zu einer immer stärkeren Verknüpfung von Daten führen können. Der deutsche Bundestag fordert deswegen die Bundesregierung auf, zu prüfen, ob und wie, etwa durch Regelungen zur Beschränkung der Profilbildung, zur Begrenzung der zentralen Auskunfteien und zur Stärkung der Rechtsposition der Betroffenen ein wirksamer Schutz der Betroffenen und ihres Restitutionsinteresses insbesondere bei Verarbeitung unrichtiger Daten erreicht werden kann.“ (Bericht des BMI 2007:12).

Der Bericht ist breit angelegt. Wir konzentrieren uns in der Darstellung zunächst auf die Probleme des Scoring, die einen großen Raum im Bericht einnehmen, und stellen anschließend weitere Teilprobleme kurz dar.

Zunächst zur Problematik des Scoring (Bericht des BMI 2007:50ff.):

Der Bericht verwendet die gängige Definition des Scorings.

Die Durchführung von Scoringverfahren stützt sich auf den § 29 Abs. 1 BDSG. Danach können Auskunfteien zur Berechnung von Scorewerten Daten nutzen, wenn plausibel ausgeschlossen werden kann, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse daran hat, dass seine Daten nicht genutzt werden. „Entscheidend für die Zulässigkeit sind demnach die konkreten Daten, die in das jeweilige Scoringverfahren einfließen.“ (Bericht des BMI:51)

Rechtsgrundlage für die Übermittlung der von Auskunfteien errechneten Scorewerte ist der § 29 Abs. 2 BDSG. Gegen die Übermittlung von Scorewerten nach den Vorschriften für „normale“ Auskünfte wird argumentiert, dass die Aussagekraft eines Scorewerts als Wahrscheinlichkeitswert zweifelhaft sei. Zu fragen sei, ob überhaupt ein berechtigtes Interesse an der Übermittlung von Daten mit zweifelhaftem Aussagewert bestehen könne. Dazu heißt es im Bericht: „Hiergegen ist allerdings einzuwenden, dass man das Vorliegen eines berechtigten Interesses in der Regel kaum verneinen kann, wenn ein mathematisch-statistischer Zusammenhang nachweisbar ist.“ (a.a.O.:51)

Zulässig für ein Scoringverfahren sind also ausschließlich Merkmale, deren Relevanz zur Einschätzung der Bonität eines Kunden durch wissenschaftlichen Standards entsprechenden mathematisch-statistische Verfahren nachgewiesen wurde.

Was die Einbeziehung soziodemografischer Variablen in Scoringverfahren anbelangt, so sei fraglich, ob die so gewonnenen Scorewerte als „richtig“ im Sinne des BDSG zu werten seien.

Soziodemografische Merkmale dienen der Beschreibung einer Zielgruppe unter wirtschaftlichen und sozialen Gesichtspunkten.

Korrekt errechnete Aussagen sind statistisch wahr. Für das Individuum sind sie aber bezüglich seines vergangenen Verhaltens möglicherweise falsch. „Hinsichtlich seines wirklichen zukünftigen Verhaltens sind sie weder wahr noch unwahr, sondern allenfalls

wahrscheinlich. In dem für das Scoringverfahren entscheidenden letzteren Fall kann eine Wahrscheinlichkeit für die Rechtmäßigkeit der Berücksichtigung des Merkmals dann ausreichen, wenn sie richtig errechnet und richtig, d.h. **als Wahrscheinlichkeit, in den Scorewert einbezogen und auch so gegenüber dem Verwender kommuniziert wird.** (a.a.O.:53, Hervorhebung durch die Autoren) Sofern diese Voraussetzungen erfüllt sind, ist z.B. einer Bank oder einem Versandhaus die Nutzung zuzugestehen.

Es wird immer wieder darauf hingewiesen, dass das Verhalten des Verwenders in einer Weise beeinflusst wird, die für den Kunden negative Konsequenzen haben kann. So würde bei der Übermittlung von Scorewerten nicht immer wieder deutlich darauf hingewiesen, dass der berechnete Wert lediglich die Wahrscheinlichkeit eines zukünftigen Verhaltens abbildet, und zwar das derjenigen Gruppe, der der Betroffene angehört. Der Verwender sei sich oftmals nicht bewusst, dass es sich bei den Scorewerten nicht um Aussagen über das tatsächliche Verhalten des Betroffenen in der Vergangenheit handele und auch keine gesicherte Individualprognose erlaube. (a.a.O.:54)

Aus der Praxis wird berichtet, dass eine Einzelfallprüfung zu teuer sei. Die Gewinnung eines Kunden, der durch das Scoreverfahren möglicherweise zu Unrecht schlecht beurteilt wurde, durch eine Einzelfallprüfung rechne sich betriebswirtschaftlich nicht. Daher käme es zu einer quasi-automatisierten Entscheidung auf der Grundlage des Scorewerts. (a.a.O.:54)

„Dass den Geschäftspartnern der Auskunftsteilen derzeit in der Regel nur eine Zahl als Scorewert übermittelt wird, birgt jedenfalls die Gefahr, dass die Vorgaben des § 6a BDSG in der Praxis nicht eingehalten werden.“ (a.a.O.:54)

Nach § 6a BDSG ist eine positive Entscheidung für den (potentiellen) Kunden unproblematisch. Aber schon dann, wenn z.B. bei Kreditentscheidungen aufgrund des übermittelten Scorewerts der dem Kunden angebotene Zinssatz über einem beworbenen liegt und keine weitere Einzelprüfung erfolgt, ist von einem Verstoß gegen § 6a BDSG auszugehen. (a.a.O.:55)

Wenn ein Scorewert dagegen von einem Menschen im Rahmen einer Einzelfallprüfung zusätzlich zu anderen Unterlagen und Informationen genutzt wird, dann ist diese Verwendung im Sinne des § 6a BDSG korrekt.

Es ist allerdings zweifelhaft, ob diese Grundsätze in der Praxis auch eingehalten werden, zumal dann, wenn dem Kreditsachbearbeiter außer dem Scorewert keinerlei bonitätsbezogene Daten vorliegen. (a.a.O.:55)

Ein interessanter Aspekt wird vom Bericht des BMI in die Debatte eingebracht, der in der bisherigen Diskussion unseres Wissens noch keine ausreichende Berücksichtigung gefunden hat:

„Nicht zu unterschätzen ist auch der psychologische Effekt, den ein Scorewert auf den Bearbeiter hat, auch wenn es weitere Kriterien zu prüfen gibt. Selbst wenn sich der Sachbearbeiter noch vertieft mit den weiteren Daten seines Kunden auseinandersetzt, wird seine Entscheidung in nicht unerheblichem Maß von einem negativen Scorewert beeinflusst. Dies gilt um so mehr, je schneller die Entscheidung vom Sachbearbeiter getroffen werden muss.“(a.a.O.:55 f.)

Eine Entwicklung aus jüngster Zeit ist dabei besonders zweifelhaft im Sinne des Datenschutzes: zur Vereinfachung und Beschleunigung von Kreditentscheidungen im Mengengeschäft verlagern Banken zunehmend die Kreditvergabe auf so genannte Kreditfabriken, die nach ihnen vorgegebenen Kriterien ihre Entscheidungen zu fällen haben. Hier muss befürchtet werden, dass der Scorewert zum einzig entscheidenden Vergabekriterium für Kredite und deren Konditionen wird. Nur im Bereich „mittlerer“ Scorewerte würde es noch zu einer den Scorewert ergänzenden zusätzlichen Informationsgewinnung kommen. Diese Praxis erfüllt allenfalls noch formal die Erfordernisse des § 6a BDSG. (a.a.O.:56)

Von vielen Geschäften des täglichen Lebens, insbesondere im Internet-Handel, sind Menschen mit bestimmten Merkmalskombinationen praktisch ausgeschlossen. Wenn der abgewiesene Kunde oder derjenige Kunde, dem nur auf Vorkasse geliefert wird, nicht die Möglichkeit hat zu erfahren, aufgrund welcher Merkmale er vom angestrebten Geschäft ausgeschlossen wurde, und somit auch keine Möglichkeit hat, eventuell bestehende negative Merkmale zu korrigieren, dann ist es „letztlich unvorhersehbar, wann wer bei welcher Gelegenheit von einer Wahrscheinlichkeitsaussage getroffen wird, die für ihn zur unwiderleglichen Vermutung erwächst.“ (a.a.O.:56)

Von Auskunfteien und Scoring-Anbietern wird immer wieder das Argument und die Mahnung angeführt, der übermittelte Scorewert solle nur ein Anhaltspunkt für eine Entscheidung und im Bedarfsfall Anlass für eine vertiefte Prüfung sein. Der Sachbearbeiter ist damit aber in aller Regel überfordert, wenn er weder die Einzelmerkmale, die in den Scorewert eingehen, noch deren Wert und Gewichtung kennt. Er weiß also nicht, wo er denn im Einzelfall vertieft prüfen soll, sondern er erhält einen pauschalen positiven oder negativen Eindruck. (a.a.O.:57)

Zu überdenken wäre, ob nicht die verwendeten Merkmale transparent gemacht werden sollten. Das wäre im Interesse von Kunden und Kreditinstituten gleichermaßen. Der Bericht führt ein prägnantes Beispiel an: ein kreditsuchender Kunde hat aufgrund zahlreicher Wohnungswechsel einen geringen Scorewert. Auf Nachfrage stellt sich heraus, dass es sich um einen Berufsoffizier handelt, der sich den in diesem Beruf üblichen häufigen Versetzungen überhaupt nicht entziehen kann, ohne sein berufliches Fortkommen zu gefährden. Wenn dieser Sachverhalt transparent gemacht werden kann, hat der Kunde den Vorteil, einen zinsgünstigeren Kredit zu bekommen und die Bank den Vorteil, aus der Gruppe der Kunden mit schlechten Scores jemanden mit guter Bonität „herausgefischt“ zu haben. (a.a.O.:58)

Auskunfteien berufen sich darauf, dass die in die Scores eingehenden Merkmale und deren Gewichtung ein Geschäftsgeheimnis seien, das sie nicht offen legen könnten, ohne ihre wirtschaftliche Existenz zu gefährden.

Diese Position müsse nach dem Bericht überprüft werden, und zwar aus zwei Gründen:

Im US-amerikanischen Recht ist bereits ein weitgehendes Auskunftsrecht verankert, ohne dass die Funktionsfähigkeit der Auskunfteien dadurch beeinträchtigt sei.

Schon heute unterliegt die Berechnung der Scorewerte der Kontrolle durch die Aufsichtsbehörden. Die Berufung auf Geschäftsgeheimnisse stellt hier schon heute kein Verweigerungsgrund dar. (a.a.O.:58)

Einen Sonderfall stellen die Regio-Scorewerte dar. Sie werden nicht aus personenbezogenen Daten erzeugt, sondern aus georeferenzierten Informationen. In einem weiteren Schritt erst werden diesen Daten konkrete Personen zugeordnet. Solange die Re-

gio-Scorewerte noch nicht einer bestimmten Person zugeordnet sind, stellen sie keine personenbezogenen Daten dar und unterliegen nicht den Bestimmungen des BDSG.

Erst dann, wenn die ermittelten Regio-Scorewerte einer bestimmten Person zugeordnet werden, erhalten sie den Charakter personenbezogener Daten, und erst dann greifen die Vorschriften des BDSG.

„Auch wenn die Auskunftsei bis zum Zeitpunkt einer Anfrage über den Betroffenen keine Daten über den Betroffenen speichert und auch keine Daten über ihn behält, nachdem die Anfrage abgewickelt wurde, sind die Daten aber **latent personenbezogen** (Hervorhebung durch die Autoren), wie alles georeferenzierbare Wissen, das irgendwo, sei es bei einer öffentlichen Institution oder einem privaten Unternehmen, vorhanden ist.“ (a.a.O.:59 f.)

Dieser Umstand wäre ein weiterer Grund, dem Betroffenen mehr Transparenz zu ermöglichen.

Ein Widerspruch gegen die Berechnung eines Scorewertes ist jedem Betroffenen jederzeit möglich und wird von großen Auskunftseien beachtet. Der Betroffene ist dann aber von allen Geschäftstätigkeiten ausgeschlossen, bei denen der Anbieter einer Ware oder Dienstleistung beim Vertragsabschluss auf Scorewerte üblicherweise zurückgreift. Das Widerspruchsrecht läuft in der Praxis ins Leere.

Das Kapitel über Scoringverfahren des BMI-Berichts schließt mit einigen grundsätzlichen Erwägungen:

Das Scoringverfahren sei keine vollkommen neue Methode, sondern sei der üblichen menschlichen Entscheidungsfindung nachgebildet. Im Rahmen normaler Alltagsbeziehungen wüsste auch nicht jeder alles über einen anderen Menschen. Entscheidungen beruhen vielfach auf Alltagswissen und auch auf Vorurteilen. Daraus werden dann Wahrscheinlichkeiten für die Prognose des Verhaltens intuitiv „berechnet“. Die Scoringverfahren versuchen lediglich, dieses allgemeinmenschliche Verhalten zu verobjektivieren, ohne allerdings so etwas wie eine objektive Wahrheit gewinnen zu können. Sie können nur gewissen Wahrscheinlichkeiten für das zukünftige Verhalten anderer berechnen. (a.a.O.:60 f.)

Wenn Scoring transparent gehandhabt wird, ist es kein Verfahren, das auf Diskriminierung angelegt ist, sondern es kann helfen, falsche, unrichtige oder manchmal rechtwidrige Kategorisierung von Menschen zu vermeiden. (a.a.O.:61)

Bemerkenswert erscheint der letzte Absatz dieser Zusammenfassung, weshalb er an dieser Stelle ganz zitiert werden soll:

„Grundsätzlich muss es allerdings trotz dieser Erwägungen bei dem Rechtsgedanken des § 6a des BDSG bleiben, dass ein Betroffener nicht einer Maschine ausgeliefert werden darf. Die Nutzung der Maschine mag zwar Fehler vermeiden helfen, fehlerlos sind die Scoringverfahren aber nicht. Es ist daher eine Frage gesellschaftspolitischer Wertorientierung, dass ein Betroffener darauf vertrauen kann, dass sein Leben relevant beeinflussende Negativentscheidungen einer Maschine in jedem Fall – auch praktisch – von einem Menschen nachkontrolliert und ggf. korrigiert werden.“ (a.a.O.:61)

### Schlussfolgerung und Empfehlung des Berichts

Der Bericht diskutiert eine Reihe von kritischen Bereichen in der Praxis von Auskunfteien und empfiehlt in einigen Punkten Korrekturen an der geübten Praxis.

Betroffene können von einer Auskunftei erfahren, welche Daten über sie dort gespeichert sind. In der Praxis hat sich gezeigt, dass Betroffene die ihnen übermittelten Informationen nicht nachvollziehen können. Eine verbesserte Transparenz könnte hier helfen, Fehlinformationen zu korrigieren und die Betroffenen in die Lage versetzen, gegebenenfalls ihre Rechte besser wahrzunehmen.

Die gegenwärtige Praxis des Scoring macht es nicht ersichtlich, welche Daten mit welcher Gewichtung in den Wert einfließen. Das macht das Verfahren undurchschaubar. (a.a.O.:5 f.)

Der Vorschlag des Berichts ist an dieser Stelle sehr konkret. Daher soll er wörtlich zitiert werden: „Die Transparenz könnte hier dadurch verbessert werden, dass Auskunfteien die Merkmale, die in einem Scoringverfahren Berücksichtigung finden können, einheitlich festlegen und offenbaren. Zudem könnten sie die in dem konkreten Scoringverfahren verwendeten Merkmale sowie ggf. ihre Gewichtung mit beauskunften und den Aussagewert des Scorewerts näher erläutern.“ Auch solle im Rahmen der Selbstauskunft für einen gewissen Zeitraum transparent gemacht werden, welche Scorewerte an welchen Geschäftspartner der Auskunftei übermittelt wurden. (a.a.O.:6)

Weiterhin wird oft beanstandet, dass die schriftlich erteilte Selbstauskunft kostenpflichtig sei.

Der Bericht schlägt vor, zur Erhöhung der Transparenz einmal jährlich eine kostenlose Selbstauskunft einzuführen.

Hinsichtlich der Transparenz sei es besonders problematisch, wenn Auskunfteien Daten nicht mehr selbst speichern, sondern bei Bedarf automatisiert von Dritten hinzuziehen. Das gilt insbesondere für georeferenzierte Daten. Die Berechnung von Scorewerten sind dann noch undurchsichtiger als im Normalfall. Wenn Auskunfteien von Dritten bezogene zusätzliche Informationen und deren Herkunft für gewisse Zeit speichern und im Rahmen der Selbstauskunft offen legen würden, dann würde das die Transparenz für die Betroffenen erhöhen. (a.a.O.:16 f., 59 f.)

Nach dem BDSG seien – so der Bericht – teilautomatisierten Entscheidungen grundsätzlich zulässig. Nachvollziehbarer wären solche Entscheidungen aber für den Betroffenen durch eine größere Transparenz der Vorentscheidungsprozesse. (a.a.O.:7)

Beanstandet wird auch, dass Geschäftspartner von Auskunfteien untitulierte Forderungen in den Datenbestand einmelden können und der Betroffene davon keine Kenntnis hat. Das ist besonders dann problematisch, wenn der Betroffene die Forderung absichtlich nicht ausgleicht, da er sie für unbegründet hält.

Lösungsmöglichkeiten für dieses Problem sieht der Bericht darin, die Information des Betroffenen vor einer geplanten Einmeldung zu erweitern und die Voraussetzungen für die Zulässigkeit solcher Einmeldungen einheitlich festzulegen. (a.a.O.:24 f.) Ähnliche Vereinheitlichungen seien auch für die Sperrung von Daten sinnvoll. (a.a.O.:42 f.)

Betroffene beanstanden weiterhin die Einmeldung bestimmter Daten, wie z.B. der Tatsache, dass sich ein (potentieller) Kunde bei einer Bank um einen Kredit bemüht. Be-

nachteiligt wird der Kunde, der sich Markttransparenz verschaffen will, bevor er einen Kreditvertrag abschließt.

„Darüber hinaus kann zweifelhaft sein, ob überhaupt ein berechtigtes Interesse der Kreditwirtschaft an der Kenntnis der Tatsache besteht, dass ein Kunde bei einem Mitbewerber eine Kreditanfrage gestellt hat. (a.a.O.:9)

Problematisch ist auch, dass nach gängiger Praxis Informationen über eine Schuldbefreiung nach Abschluss eines Insolvenzverfahrens in die Datenbestände aufgenommen würden. Dadurch wird ein Neu-Anfang erschwert, da die Betroffenen als nicht kreditfähig erscheinen.

In jüngster Zeit liefern Auskunftsteile zunehmend auch Informationen an Branchen außerhalb des Bankensektors. Das betrifft insbesondere die Versicherungswirtschaft und die Wohnungswirtschaft. Das hat nach gängiger Praxis zur Folge, dass zwar z.B. Vermieter alle bei einer Auskunft vorhandenen bonitätsrelevanten Daten erhalten können, sie aber nach den Erfahrungen der Datenschutz-Aufsichtsbehörden selbst keine Daten in den Bestand von Auskunftsteilen einmelden. Das heißt, dass dem Vermieter zwar alle bonitätsrelevanten Daten eines (potentiellen) Mieters bekannt sind, aber keinerlei Informationen darüber vorhanden sind, ob der Mieter seine Verpflichtungen aus bisherigen Mietverträgen erfüllt hat.

Als Lösungsmöglichkeiten für dieses Problem werden die Einführung branchenspezifischer Auskunftssysteme und einer so genannten „Erheblichkeitsschwelle“ diskutiert. (a.a.O.:40 f.)

Ein letztes Problem stellt die unterschiedliche Regelung der Löschfrist dar. Einige Auskunftsteile löschen Daten schon nach drei Jahren, also vor der gesetzlich vorgeschriebenen Löschfrist von vier Jahren, andere halten sich an die gesetzliche Frist. Hier schlägt der Bericht eine einheitliche Regelung von drei Jahren vor.

Der Bericht des BMI stellt insofern eine Neuerung dar, als er eine umfangreiche Liste von Punkten erarbeitet, in denen die Transparenz der Scoringverfahren deutlich erhöht werden sollte. Dabei geht er nicht ins Detail, bringt aber Vorschläge, wie die Verfahren transparenter gestaltet werden können. Er argumentiert auch in die Richtung, dass viele der kontrovers diskutierten Probleme zumindest leichter zu lösen seien, wenn man die Transparenz der Verfahren erhöhen würde. Das würde nicht nur die teilautomatisierten Verfahren aus dem Verdacht der Inkompatibilität mit den bestehenden gesetzlichen Bestimmungen herausbringen, sondern würde auch allen Beteiligten nützen.

Aus dem Bericht geht auch hervor, dass vollautomatisierte Entscheidungen nicht gesetzeskonform sind, was für die Entscheidungen in Kreditfabriken nicht ohne Auswirkung bleiben kann.

Neu an diesem Bericht ist auch der Verweis auf die psychologischen Wirkungen von Scorewerten im Entscheidungsprozess und die Tatsache, dass es letztlich eine Frage gesellschaftspolitischer Wertorientierung sei, dass ein Betroffener darauf vertrauen kann, dass die Negativentscheidung einer Maschine in jedem Fall auch praktisch von einem Menschen nachkontrolliert und bei Bedarf auch korrigiert wird.

## **VI. Die neue Gesetzesinitiative zur Änderung des BDSG** (Gesetzentwurf der Bundesregierung, Entwurf vom 10. September 2007)

### **VI.1 Angestrebte Veränderungen**

Ziel des vorliegenden Entwurfs ist es, die Regelungen des BDSG der gestiegenen Bedeutung der Auskunftsteien und dem vermehrten Einsatz von Scoringverfahren anzupassen. Die Transparenz der Verfahren und die Rechte der Betroffenen sollen verbessert werden.

Auskunftsteien sind angesichts immer anonym werdenden Geschäftsbeziehungen von steigender Bedeutung für potentielle Kreditgeber: Banken, Telekommunikationsunternehmen, Versandhandel, aber auch Wohnungs- und Versicherungswirtschaft.

Aufgrund der intransparenten Verfahrensweisen der Auskunftsteien können aber die davon Betroffenen die von einer Auskunftstei stammenden Informationen häufig nicht nachvollziehen. Das gilt insbesondere für das Scoring.

Daher sollen die Auskunftsrechte der Betroffenen erweitert werden. Es wird ein Auskunftsanspruch eingeführt hinsichtlich der Daten, die von Auskunftsteien nicht dauerhaft gespeichert, aber zeitweise genutzt oder an Dritte weitergeleitet werden und derjenigen Daten, die in Scoringverfahren genutzt werden. Außerdem soll ein Auskunftsanspruch hinsichtlich der errechneten Scorewerte verbindlich eingeführt werden. Für die Nichterfüllung der Auskunftsrechte wird ein neuer Bußgeldtatbestand eingeführt, außerdem das Recht auf eine kostenlose jährliche Selbstauskunft. (a.a.O.:3)

Werden Entscheidungen mit automatisierten oder überwiegend automatisierten Verfahren getroffen, dann werden sie einer Begründungspflicht unterworfen. (a.a.O.:3)

In das Gesetz neu eingefügt werden allgemeine Voraussetzungen für die Durchführung von Scoringverfahren und spezielle Vorschriften für die Übermittlung und Nutzung von Daten über Kreditverträge (von Beantragung bis Beendigung).

Letztlich werden die Regelungen über die Sperrung von Daten präzisiert. (a.a.O.:3 f.)

### **VI.2 Gesichtspunkte und Argumente**

#### **VI.2.1 Aus der Sicht des Daten- und des Verbraucherschutzes**

##### **VI.2.1.1 Generelle Einschätzung**

Die technischen Möglichkeiten, mit großen Mengen von Daten durch ein wachsendes Netz von Auskunftsteien und branchenübergreifenden Zentraldateien das Verhalten einer Person ohne dessen Wissen und ohne sein Einverständnis zu erfassen und berechenbar zu machen, beschäftigen Aufsichtsbehörden und Datenschützer. Ihr Ziel ist es, den branchenübergreifenden, schnell wachsenden Datenaustausch zu begrenzen auf sinnvollen branchenspezifischen Informationsaustausch und auf kreditorische Risiken. (BfDI 2007:2)

Der Verbraucherschutz verfolgt die gleiche Zielsetzung, insbesondere was die Ausweitung des Scorings auf den nicht-kreditorischen Bereich angeht. (vzbv 2007b:1)

Die Einschätzung der neuen Gesetzesinitiative der Bundesregierung aus dem September 2007 ist gespalten:

Positiv beurteilt wird, dass wesentliche Änderungsvorschläge für die datenschutzrechtliche Regelung des Scoring berücksichtigt wurden, dass aber die vorgesehenen Änderungen zum Auskunftswesen nur punktuell, unklar und zum Nachteil der Verbraucher geregelt seien. (BfDI 2007b:1)

Weichert (Weichert 2007d:1) geht noch weiter und betont, dass die neuen Regelungen weniger die beabsichtigte Rechtsklarheit bringen, sondern die Rechtsunsicherheit weiter fördern. Der Gesetzgeber täte gut daran, nicht einen Flickenteppich weiter zu verkomplizieren, sondern eine umfassende Neuregelung zumindest der §§ 28-30 BDSG anzustreben. (a.a.O.:2) Der Gesetzentwurf berücksichtige nicht ausreichend die praktischen Erfahrungen. Es bestünde nach wie vor die Aufgabe, eine in sich stimmige und umfassende Modernisierung des Datenschutzrechts für den nicht-öffentlichen Bereich zustande zu bringen. (a.a.O.:10)

Auch der Verbraucherzentrale Bundesverband begrüßte einige neue Regelungen, die die Rechte des Verbrauchers verbessern, wie z.B. den unentgeltlichen Auskunftsanspruch, sieht den vorliegenden Gesetzentwurf aber insgesamt als unzureichend an. (vzbv 2007:1)

### **VI.2.1.2 Mangelhafte Regelung des Scoring**

Zum Scoring werden im wesentlichen folgende Punkte aufgeführt:

Der Verbraucherzentrale Bundesverband kritisiert, dass der Anwendungsbereich des Scoring eher ausgeweitet statt eingeschränkt würde. (a.a.O.:1)

Begrüßt wird vom BfDI, dass durch die ausdrückliche Regelung zur Durchführung von Scoringverfahren für die Betroffenen mehr Transparenz geschaffen wird und dass auch die als „überwiegend automatisiert“ bezeichnete Form des Scorings in die Regelung einbezogen wird. (BfDI 2007:4) Auch Weichert begrüßt diese lang geforderte Ausweitung, wenngleich die Formulierung noch keine Klarheit über die rechtlichen Grenzen schaffe. Zu mehr Transparenz würde aber beitragen, dass bei der Mitteilungspflicht nicht nur die Tatsache selbst, sondern auch eine nachvollziehbare Begründung dieser Entscheidung erfasst werden soll. (Weichert 2007d:3)

Als unzureichend angesehen wird vom Verbraucherzentrale Bundesverband, dass „Betroffene zwar das Recht auf eine nachvollziehbare Begründung der Entscheidung erhalten sollen, dieses sinnvolle Recht durch die Einschränkung „soweit dies zur Interpretation der Ergebnisse erforderlich ist“ jedoch relativiert wird.“ (vzbv 2007b:1)

Fraglich sei laut Weichert, dass der vorliegende Gesetzentwurf einen pauschalen Erlaubnistatbestand zur Durchführung von Scoringverfahren beinhalte. Dadurch würde die bestehende Regelung für Verbraucher verschlechtert, da nach (umstrittener) bisheriger Ansicht Scoring nur bei Einwilligung oder bei bereits bestehender Vertragsbeziehung statthaft sei. (Weichert 2007d:5)

Kritisiert wird besonders vom Verbraucherschutz die immer weiter um sich greifende Verwendung von Scoringverfahren auch in Bereichen, die nichts mit der Kreditvergabe von Banken zu tun haben. Selbsttests hätten zudem die mangelnde Korrektheit oder

Vollständigkeit der den Scoreberechnungen zugrunde liegenden Daten erwiesen (vzbv 2007b.:2)

Leider würde oft übersehen, dass die Objektivität von Entscheidungen gegenüber einem Einzelindividuum aufgrund von Scoringverfahren noch weniger objektiv sei, als man das dem traditionellen Verfahren durch einen Kreditsachbearbeiter (in der Bankersprache: der „Nasenfaktor“) unterstellt hat. (a.a.O.:3)

Der inflationäre Verwendung von Scoringverfahren ist aus mehreren Gründen entgegenzuwirken (a.a.O.3f.):

Die Verwendung solcher Verfahren ist unverhältnismäßig, wenn es sich nicht um die Verwendung im Rahmen einer Kreditentscheidung handelt. Bei Verträgen des Alltags, wie Telekommunikation und Energieversorgung handelt es sich nicht um ein kreditorisches, sondern nur um ein allgemeines Ausfallrisiko, das in der finanziellen Höhe überschaubar sei. Daher sollte die Verwendung von Scoringverfahren auf das kreditrisiko beschränkt werden. (a.a.O.:4)

Wenn Scoringverfahren zur Bestimmung des Preises verwendet werden, schwächen sie die Nachfrageseite des Marktes, denn dann haben Verbraucher keine Vergleichsmöglichkeit mehr und die Suchkosten erhöhen sich. Das wirkt sich negativ auf die Effizienz des Marktes aus.

Drittens besteht durch den breiten Einsatz von Scoringverfahren die Gefahr der verdeckten Diskriminierung von Verhalten. (a.a.O.:4)

Das unseres Erachtens wichtigste Argument des ULD (Weichert 2007d:6) lautet: den nach §38 BDSG tätigen Aufsichtsbehörden fehlt die Fachkompetenz zur Beurteilung mathematisch-statistischer Berechnungssysteme. Daher müsse der Gesetzgeber festlegen, was ein „wissenschaftlich anerkanntes Verfahren“ sei. Selbst die Anwender hätten darüber keine Transparenz. Es müsse geklärt werden, wie seriöse von unseriösen Methoden unterschieden werden könnten. Unseriöse Methoden seien rechtlich nicht gewollt.

Zusätzlich zur mathematisch-statistischen Erheblichkeit bestünde derzeit - rechtlich unbestritten - das Erfordernis der Plausibilität der Merkmalsnutzung, also der Kausalität zwischen Merkmal und prognostiziertem Verhalten. Darauf solle wohl in Zukunft verzichtet werden. (a.a.O.:6)

Auch der Bundesbeauftragte für den Datenschutz hat an dieser Stelle Bedenken:

Es besteht Nachbesserungsbedarf hinsichtlich der für das Scoring zulässigen Daten. Das Gesetz bedeute einen Rückschritt, wenn die vorliegende Fassung vom Bundestag verabschiedet würde. Nach bisher bestehender rechtlicher Regelung ist es unzulässig, wenn Vertragspartner aus dem nicht-kreditrischen Bereich Scorewerte erhalten, deren Datengrundlage aus Erfahrungen aus dem Kreditgeschäft bestünde. Die Auskunftsteilen neigten erfahrungsgemäß auch dazu, einer Vielzahl von Daten ohne jede wissenschaftliche Anerkennung zumindest im entfernteren Sinne Bonitätsrelevanz zuzumessen. Noch weit problematischer sei es, in die Scorewertberechnung Voranschriften, soziodemografische und georeferenzierte Daten einzubeziehen. Es müsse gesetzlich festgelegt werden, welche Daten als Grundlage für die Bonitätsbewertung in Frage kämen. Eine weitere Ausdehnung des in Scoringverfahren eingehenden Datenkranzes müsse verhindert werden. (BfDI 2007:11f.)

### VI.2.1.3 Unzureichende Regelungen zu den Auskunfteien

Zu den *Auskunfteien* werden folgende Einschätzungen abgegeben:

Dem Gesetzentwurf fehlen konsequente Regelungen. Sie fördern über das bestehende Recht hinaus einen umfassenden, branchenübergreifenden, keinen Beschränkungen mehr unterliegenden Datenaustausch zwischen Auskunfteien und ihren Vertragspartnern. Zudem ermöglicht der neu §29 BDSG Auskunfteien, ihre Daten an fast jeden Dritten weiterzugeben.

Jedes allgemeine Vertragsrisiko soll ausreichen, über einen potentiellen Vertragspartner alles zu erfahren, was der Markt der Informationen so bietet.

Wohnungswirtschaft, Handwerker, Ärzte, Zahnärzte, Pflegeheime und Rehabilitationseinrichtungen können sich vor Vertragsabschluss über die Bonität eines jeden potentiellen Kunden informieren. Alle Daten aus einem Kreditgeschäft können an alle Vertragspartner einer Auskunftei weitergegeben werden. Die bisherige Unterscheidung zwischen A- und B-Kunden, zwischen Kreditkunden und sonstigen Kunden, würde aufgehoben und die Daten könnten als Basis für Scoringverfahren Verwendung finden. Diese Regelungen stellen eine massive Verschlechterung der bestehenden Gesetzeslage für Verbraucher dar. (BfDI 2007:7ff.)

Eindeutig nimmt hierzu auch der Verbraucherzentrale Bundesverband Stellung: Die Neufassung des § 29 Abs.2 erlaubt den Anschluss weiterer Branchen neben dem Bankensektor an das System der Auskunfteien. „Diese Öffnung ist gerade nicht angezeigt. Es ist, im Gegenteil, wichtig, dem Anschluss dieser Branchen einen Riegel vorzuschieben, weil bei ihnen – anders als bei den Banken – das Eingehen eines echten kreditrisischen Risikos in der Regel nicht vorliegt.“ (vzbv 2007b:10)

In die gleiche Richtung argumentiert Weichert in seiner Stellungnahme:

Mit der oben beschriebenen Neuregelung wird nicht nur auf die bisher vorgeschriebene Einwilligung der Betroffenen verzichtet, es ist auch keine bisher erforderliche Abwägung zwischen berechtigten und schutzwürdigen Interessen mehr vorgesehen. Für eine derartig verbraucherfeindliche Regelung gäbe es keinerlei sachliche Notwendigkeit. In der Praxis wird jetzt schon beim Abschluss eines Leasing-, Miet-, Telekommunikations- oder Versandhandelsvertrages ein kreditrisches Risiko unterstellt. Die neue Regelung hätte die „praktisch totale Entblößung der jeweils schwächeren Vertragspartner zur Folge.“ (Weichert 2007d:4f.)

Ein weiteres Argument in diese Richtung bringt der BfDI in seiner zweiten Stellungnahme vom 16.10.2007, nachdem die erste vom 7.9.2007 nur marginale Spuren im revidierten Gesetzentwurf hinterlassen hatte, und wagt einen Blick in die Zukunft:

Wenn der Gesetzentwurf jede Eingrenzung der den Auskunfteien zur Verfügung stehenden Dateien verneint, dann habe das gravierende Konsequenzen für die Zukunft.

Die größte Auskunftei in Deutschland (gemeint ist hier offensichtlich die Schufa, am Umsatz gemessen ist die Schufa aber der kleinste Scoring-Anbieter in Deutschland) plane derzeit, es jedem, der das möchte, zu ermöglichen, durch eigene Auskünfte zu Einkommen und Vermögen seinen Scorewert zu beeinflussen. Damit würde nicht nur ein Einkommens- und Vermögens-Zentralregister geschaffen, diese Freiwilligkeit würde sicherlich bald in einen faktischen Zwang umschlagen. (BfDI 2007:20)

#### **VI.2.1.4 Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse sind nach wie vor sakrosankt**

Unzureichend ist, dass Betroffene zwar Auskunftsansprüche gegen Scoringanbieter haben sollen, dieses Recht aber wieder eingeschränkt wird durch die Bedingung „sofern nicht im Einzelfall das Interesse an der Wahrung des Geschäftsgeheimnisses überwiegt.“ Hier fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband eine ersatzlose Streichung. (vzbv 2007b:2)

Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse müssen weiterhin nicht offenbart werden, bemängeln auch die Datenschützer. Die Anbieter von Scorewerten berufen sich genau auf diese Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse, um einer Informationspflicht auszuweichen.

Das wäre ein Rückschritt gegenüber der bisherigen Gesetzeslage, nach der zumindest eine ausgewogene Abwägung zwischen Auskunftsinteresse und den Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen erfolgen soll. Unter den Aufsichtsbehörden bestand bisher Konsens, dass im Zweifelsfall diese Abwägung zugunsten der Betroffenen erfolgen solle. (BfDI 2007:5f.)

Ein solches Überwiegen der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse könne aber nur in einigen wenigen Fällen angenommen werden, z.B. für die hinter dem Scorewert stehende mathematische Formel, nicht aber für die dabei genutzten Daten. (a.a.O.:15)

Auch Weichert betont, dass die Wahrung des Geschäftsgeheimnisses keine Verweigerung der Individualauskunft begründen kann. (Weichert 2007d:8)

In den Stellungnahmen des Daten- und Verbraucherschutzes gibt es noch eine Reihe von kritischen Bemerkungen zu einzelnen Bestimmungen aus dem Gesetzentwurf, in denen die dargestellten Bedenken konkretisiert werden.

#### **VI.2.1.5 Konsens der Datenschützer**

In unserem Zusammenhang wichtiger als die Details zu einzelnen Paragraphen des Gesetzentwurfs ist ein Konsenspapier, auf das sich der „Düsseldorfer Kreis“ in seiner Sitzung am 8./9.November in Hamburg geeinigt hat und deshalb hier auszugsweise zitiert werden soll:

„Der Aufbau und die Erweiterung der zentralen Datenbestände über Betroffene bei Auskunfteien und die branchenübergreifende Bereitstellung dieser Informationen....sowie der zunehmende Einsatz von Scoringverfahren gefährden nachhaltig das Recht auf informationelle Selbstbestimmung der Betroffenen.“ (Beschluss der obersten Aufsichtsbehörden 2007:1)

Der Düsseldorfer Kreis begrüßt im Grundsatz den vorgelegten Gesetzentwurf. Nach seiner Auffassung bedarf er aber einer grundlegenden Überarbeitung.

Dabei muss sichergestellt werden, dass:

- „die bei Auskunfteien gesammelten Daten die Erstellung umfassender Persönlichkeitsprofile von Betroffenen nicht zulassen“,
- „die Einholung einer Bonitätsauskunft auch in Zukunft an das Vorliegen eines finanziellen Ausfallrisikos geknüpft bleibt“,
- „nur vertragsrelevante Daten in die Berechnung eines Scorewertes einbezogen werden dürfen“ und dass

- „die Auskunftsrechte der Betroffenen nicht durch die pauschale Berufung auf ein Geschäftsgeheimnis vereitelt werden.“ (a.a.O.:2)

## VI.2.2 Aus der Sicht von Banken

Auch der zentrale Kreditausschuss der Banken hat zum Gesetzentwurf Stellung genommen (Zentraler Kreditausschuss, 12. Oktober 2007):

Im allgemeinen Teil wird ein ungerechtfertigtes Misstrauen gegenüber dem Kredit-Scoring festgestellt und der Gesetzentwurf stellt unverhältnismäßige Auflagen für die Transparenz.

Sowohl Kunden als auch Kreditinstitute profitieren vom Scoring. „Kredit-Scoring

- bildet eine objektive und genaue Entscheidungsgrundlage
- ermöglicht damit eine schnelle und sichere Entscheidungsgrundlage mit der Folge,
- dass geringere Bearbeitungskosten in Form von günstigeren Kreditzinsen an die Kunden weitergegeben werden können, und
- bieten einen besseren Schutz des Kunden vor Überschuldung.“ (a.a.O.:2)

Das angestrebte Transparenzkonzept hilft dem Bankkunden nicht. Scoring ist zwar ein wichtiger Teil des Kreditvergabeprozesses, „aber zumeist nicht allein ausschlaggebend für die Kreditentscheidung“. Folglich wird die intendierte Transparenz des Scorings nicht dazu führen, dass der Betroffene die Kreditentscheidung nachvollziehen kann. (a.a.O.:3)

Bei vielen Kreditablehnungen ist das Scoring nicht entscheidend, sondern es liegt ein rechtlicher, wirtschaftlicher oder geschäftspolitischer Ausschlussgrund vor.

Der Kunde kann sich an eine vom Kreditinstitut zu nennende Stelle wenden, um die Kreditentscheidung überprüfen zu lassen. Auch eine Fehlerkorrektur ist möglich, dadurch dass der Kunde den überwiegenden Teil der für die Kreditentscheidung maßgeblichen Informationen dem Kreditinstitut mitteilt.

Die Offenlegung von Details des Kredit-Scoringverfahrens ist nicht sachgerecht. (a.a.O.:4f.)

- Die verwendeten Risikofaktoren geben nur in ihrer Gesamtheit einen Sinn. „Wegen des mehrdimensionalen Charakters von Kredit-Scoringverfahren wäre es zur Beurteilung der Richtigkeit des Scoring-Ergebnisses fehlleitend, einzelne Risikofaktoren und deren Gewichtung herauszugreifen, weil damit die Abhängigkeit zwischen allen Risikofaktoren ignoriert würden. Ein ungünstiger Score-Wert ergibt sich nicht aus einzelnen Merkmalen, sondern erst aus der Gesamtheit der Risikofaktoren in der Scoring-Funktion.“
- Über die staatliche Beaufsichtigung der Kreditinstitute ist die Qualitätskontrolle der Scoringverfahren sichergestellt.
- Die Einzelheiten der Scoringverfahren unterliegen dem Geschäftsgeheimnis der Kreditinstitute. Andernfalls wären Manipulation möglich, der Schutz der geschäftspolitischen Strategie des Instituts und der Konkurrentenschutz beseitigt.
- Eine Verpflichtung der deutschen Kreditinstitute zur Offenlegung ihrer Kredit-Scoring-Modelle würde die Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Geschäftsumfeld schwächen.

Zu den einzelnen vorgeschlagenen Gesetzesänderungen nimmt der Zentrale Kreditausschuss ebenfalls Stellung:

- Die geplante Neufassung des § 6a Abs. 1 des BDSG ist zu weitgehend. Die Neufassung hätte eine unabsehbare Ausdehnung des Anwendungsbereichs zur Folge, wäre mit der EU-Datenschutzrichtlinie unvereinbar.
- Ebenso ist die geplante Neufassung des § 6a Abs. 2 unvereinbar mit der EU-Datenschutzrichtlinie.
- Die Begründungspflicht für eine Ablehnung greift in die Vertragsautonomie ein.
- Die vorgesehene Offenlegungspflicht beschränkt die Wirksamkeit des Scoring.
- Die Offenlegung der für das Scoring entscheidenden Datenarten und deren Gewichtung verkennt die berechtigten Geheimhaltungsinteressen der Scoring-Anbieter. „Der Offenlegungsanspruch müsste auf die Darlegung der „prägenden Datenkategorien“ begrenzt werden. (a.a.O.:11)

## ZWEITER ABSCHNITT: EMPIRISCHE ÜBERPRÜFUNG DER SCORING-PRAXIS

### I. Studiendesign

„Unter einem Untersuchungsdesign versteht man die Festlegung von Methoden und Verfahrensregeln zur Beschaffung der Informationen, die für die Strukturierung bzw. Lösung von Problemen erforderlich sind.“ (Green&Tull 1982:61) Wie in der Einleitung ausgeführt, stellt sich bei der Bearbeitung dieses Forschungsvorhabens die Frage, wie trotz der geringen Auskunftswilligkeit von Kreditinstituten zu diesem Thema dennoch über die Auswahl des ‚richtigen‘ Erhebungsinstrumentariums eine hohe Transparenz erzielt werden kann.

Als empirische Forschungsverfahren zur Informationsgewinnung stehen generell zur Auswahl:

- Face-to-face Interviews (persönliche Interviews)
- Telefonische Befragungen
- Schriftliche Befragungen
- Online-Befragungen
- Beobachtungsverfahren
- Testkäufe (Mystery Shopping)

Für die ersten vier der hier genannten Verfahren gelten die gleichen drei großen Hürden, die eine ausreichende Transparenz verhindern: a) generelle Ablehnung zur Teilnahme am Interview/an der Befragung (Ausfallfehler), b) mangelnder Auskunftswilligkeit der Befragungspersonen (Auskunftsfehler), c) Färbung der Antworten nach sozialer Wünschbarkeit (Auskunftsfehler).

Auch der Einsatz eines reinen Beobachtungsverfahrens kam nicht in Frage, da dieses Erhebungsinstrument voraussetzt, dass die relevanten Erhebungsinhalte tatsächlich beobachtet werden können. Dies wäre im Falle der Beobachtung und Aufzeichnung von Kreditgesprächen nur durch investigative Verfahren (Stichwort: ‚Lauschangriff‘) möglich gewesen und schloss sich von daher aus forschungsethischen Gründen aus.

Als Verfahren der Wahl verblieb daher nur das Testkaufverfahren bzw. Mystery Shopping, das zwar auch Elemente der *teilnehmenden* Beobachtung enthält, aber darüber hinaus durch eine aktive Interaktion mit dem jeweiligen Verkaufspersonal gekennzeichnet ist. Über Mystery Shopping wird erstmals in den USA im Jahr 1940 berichtet, „when retailer Willmark starting using the term mystery shopping when he was measuring customer service in order to improve it.“ (Karlsson&Horbec 2006:45) Seitdem hat sich vor allem in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts der Einsatz dieses Erhebungsverfahrens ausgebreitet und führte 1998 zur Gründung der *Mystery Shopping Providers Association*.

Esomar, der Weltverband der professionellen Markt- und Sozialforscher, beschreibt in seinen Forschungsrichtlinien Mystery Shopping wie folgt: „Mystery Shopping is a long-established research technique used by a wide variety of commercial, governmental and other organisations. Its purpose is to help such bodies to assess and improve the standards of service they provide to their customers, by comparing their achieved performance against their own organisation’s targets.“ (Esomar 1999:1)

Bei dem Einsatz dieser Erhebungstechnik sind folgende Punkte von wesentlicher Bedeutung (bezogen auf Testanfragen bei Kreditinstituten):

- Es muss ein möglichst hoher Grad an Objektivität erzielt werden.
- Deshalb müssen die Testpersonen speziell für den Einsatzzweck geschult werden, um die Art und die Güte der von den Kreditinstituten angebotenen Dienstleistungen objektiv beobachten und erfassen zu können.
- Der Auftritt der Testpersonen sollte sowohl hinsichtlich äußerem Erscheinungsbild wie inhaltlicher Anfrage standardisiert sein.
- Die Interviewer suchen die Verkaufsstellen auf und verhalten sich so, als seien sie tatsächliche oder potentielle Kunden.
- Sie fragen dabei entsprechende Leistungen nach und führen eine Reihe vorab festgelegter Tests durch, bei denen es um Beobachten, Befragungen und um die Einholung von Kreditangeboten geht.

Wie bei jedem Mess- und Erhebungsverfahren gelten auch für Testkäufe die Anforderungen an Repräsentanz, Reliabilität und Validität. Inwieweit durch den gewählten Forschungsansatz diese Kriterien erfüllt werden, wird daher kurz diskutiert.

Schell, Hill & Esser (1988:280 ff.) ist zuzustimmen, wenn sie ausführen, dass die Bezeichnung einer Stichprobe als „repräsentativ“ nur im Sinne der Anwendung einer Zufallsauswahl berechtigt ist. Vielfach wird die Bezeichnung ‚Repräsentativerhebung‘ daher auch bei großen Stichproben mit 2000 und mehr Befragten fälschlich verwendet. „Das Argument, dass der ‚Repräsentanznachweis‘ nicht beweist, dass die Stichprobe gegenüber einer ‚reinen‘ Zufallsstichprobe unverzerrt ist, gilt für Zufallsstichproben, die mit Ausfällen behaftet sind, ebenso wie für Quoten-Verfahren.“ (a.a.O.:282). Aufgrund der aus Zeit- und Budgetgründen gewählten Stichprobengröße (N=82) und aufgrund der Auswahl der beteiligten Kreditinstitute basiert die vorliegende Untersuchung auf einer Quotenstichprobe. Da alle für die Untersuchung ausgewählten Institute mit Scoringverfahren arbeiten und diese Verfahren zentral bei jedem Kreditinstitut für seine Filialen zur Verfügung gestellt werden, ist eine große Variabilität in diesem Bereich ausgesprochen unwahrscheinlich. Eine höhere Anzahl von getesteten Instituten hätte daher keine bessere Repräsentanz in dieser Hinsicht ergeben. Die Untersuchungsergebnisse stehen für ein typisches, regelmäßiges Vorgehen der Kreditinstitute und können in diesem Sinne als hinreichend repräsentativ bezeichnet werden.

Als Gütekriterium für die eingesetzten Messinstrumente gilt die Validität (Gültigkeit). Vereinfacht ausgedrückt wird damit beschrieben, dass das eingesetzte Mess- bzw. Erhebungsinstrument auch tatsächlich das misst und genau abbildet, was es messen soll. Es existieren drei Formen von Validität: Inhaltsvalidität, Konstruktvalidität und Kriteriumsvalidität.

Die Inhaltsvalidität beschreibt die umfassende Erfassung des Untersuchungsgegenstandes. Die Konstruktvalidität beschreibt im engeren Sinne, wie genau das eingesetzte Erhebungsinstrument die zugrunde liegenden Sachverhalte misst. Die Konstruktvalidität wird häufig mit Hilfe von Faktorenanalysen überprüft. „Die Kriteriumsvalidität bezieht sich auf den Zusammenhang zwischen den empirisch gemessenen Ergebnissen des Messinstruments und einem anderen gemessenen empirischen (externen) Kriterium.“ (a.a.O.: 155). Die in der vorliegenden Studie eingesetzten Fragekomplexe zur Erfassung der verwendeten Scoringssysteme wurden u.a. auf der Basis der Ergebnisse von Vorläuferuntersuchungen (Korczyk 2005) konstruiert, die Validität dieser Instrumente ist daher gegeben.

Das Gütekriterium der Reliabilität (Zuverlässigkeit) beschreibt die Wiederholungsgenauigkeit einer Untersuchung, d.h. im vorliegenden Fall das Ausmaß, mit dem bei einer identisch ablaufenden Wiederholung des Testkaufes das gleiche Messergebnis erzielt wird. Da völlig identische Bedingungen in der sozialwissenschaftlichen empirischen Praxis nie anzutreffen sind, kann die Reliabilität mit verschiedenen Meßmethoden geschätzt werden, z.B. der *split-half-Methode*. Da die Scoringverfahren bei den einzelnen Kreditinstituten standardisiert sind, erfassen die eingesetzten Erhebungsinstrumente die Abfrage der für das Scoring benötigten Kriterien zuverlässig, das Kriterium der Reliabilität ist erfüllt.

Das Verfahren des Mystery Shopping wurde als adäquate Methode ausgewählt, um die Fragestellungen des Forschungsvorhabens empirisch zu beantworten.

**Abbildung 1: Studiendesign**



\* 2 Datensätze sind bei der Auswertung nicht berücksichtigt worden

### I.1 Auswahl der Untersuchungsstichprobe und Studienablauf

Die Untersuchung hatte einen mehrstufigen Ablauf. Bereits bei der Konzeption des Untersuchungsdesigns im Rahmen der Ausschreibungsbewerbung wurde eine ausführliche Sichtung der vorhandenen Literatur vorgenommen, die nach Auftragserteilung weiter fortgeführt wurde. Auf der Basis der Erkenntnisse zum Stand der Wissenschaft und Forschung in diesem Gebiet ist ein erster Erhebungsbogen für die empirische Datenerfassung konzipiert worden. Dieser erste Entwurf ist einem Praxistest Ende August/Anfang September bei vier verschiedenen Kreditinstituten unterzogen worden. Auf der Basis der Ergebnisse der Pilotphase wurde der Erhebungsbogen überarbeitet und mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband abgestimmt.

Im Rahmen des Abstimmungsprozesses wurde auch verbindlich festgelegt, welche Kreditinstitute in die Untersuchung einbezogen werden sollten. Berücksichtigt wurden die folgenden zehn Kreditinstitute:

- cc-Bank/ Santander Consumer Bank
- Citibank
- CreditPlus Bank
- GEMoneybank
- Norisbank
- Teambank/Easy Credit Shop (Volks- und Raiffeisenbanken)
- SEB Bank
- HypoVereinsbank
- Commerzbank
- Sparkasse

Zentrales Kriterium für die Auswahl der Kreditinstitute war, dass sie zum einen bonitätsbezogene Verbraucherkredite im Filialgeschäft anbieten, zum anderen große oder spezialisierte Anbieter repräsentieren. Durch die Auswahl wird auch die Vielfalt der in Deutschland operierenden ausländischen Institute abgebildet. (Eine detailliertere Beschreibung der Kreditinstitute ist in Anhang 1 nachzulesen.)

Die **spanische Santander Consumer Bank** (bis September 2006 mit dem Zusatz cc-Bank) ist laut eigenen Angaben die Bank mit dem größten Autofinanzierungsvolumen. Insgesamt betrug das Kundenkreditvolumen über 3 Millionen Privatkunden im Jahr 2006 14,5 Milliarden Euro.

Die **US-amerikanische Citibank** ist der größte Privatdienstleister der Welt für Privatkunden. Die Citibank ist zum einen 2006 von der Universität St. Gallen und dem Handelsblatt als kundenorientierteste Bank Deutschlands ausgezeichnet worden, andererseits steht sie auch immer wieder wegen ihrer Kreditvergabepaxis in der Kritik von Verbraucherschützern und Schuldnerberatern.

Die **CreditPlus Bank** gehört zur **französischen** Crédit Agricole Gruppe und bezeichnet sich in der Eigenwerbung als „hochspezialisierte, moderne Konsumentenkreditbank mit einer in der Bankenlandschaft einzigartigen Kreditvielfalt“.

Die **GE Money Bank** gehört zum Unternehmensbereich des **US-amerikanischen** Elektrokonzerns General Electric. Sie wirbt aktuell mit Umschuldungskrediten für bestehende Kredite bei anderen Instituten.

Die **Teambank** (vormals Norisbank) ist ein Sonderfall, weil sie sich als credit factory aufgestellt hat. Sie vertreibt ihr Produkt easycredit direkt, in einzelnen Filialen und zusätzlich über andere Banken, vor allem den Volks- und Raiffeisenbanken. Hier kommt im hohen Maße das Prinzip des Scoring zur Anwendung.

Die **Norisbank** besteht weiterhin als Filialgeschäft, bietet nun den noris credit an und gehört der Deutschen Bank, die über diesen Weg ein bonitätsbezogenes Kreditangebot an die Breite der Verbraucher streut.

Die zum **schwedischen** SEB-Konzern gehörende **SEB Bank** ist auch sehr erfolgreich auf dem deutschen Markt und erzielte im ersten Halbjahr 2007 ein Ergebnis von 85 Millionen Euro.

Die **HypoVereinsbank** gehört seit 2006 zur **italienischen** UniCredit Bank. Sie hat als erste Bank die so genannten ‚Sofortkreditwochen‘ ins Leben gerufen und engagiert sich seit 2007 verstärkt im Ausbau ihres deutsch-türkischen Bankangebots.

Die **Commerzbank** ist seit Beginn 2007 mit dem Aufbau einer Kreditfabrik beschäftigt und von daher besonders interessant. Nach einer Untersuchung der Stiftung Warentest im Januar 2007 berät sie ihre Kunden zum Thema Kredit am besten.

Bonitätsbezogene Angebote im Bereich der **Sparkassen** spielen seit 2004 verstärkt eine Rolle. Bei den Sparkassen arbeiten im Hintergrund Services, die bei den Rechenzentren angesiedelte Bewertungssysteme fahren. Allerdings gibt es keine einheitliche Umsetzung. So äußerte sich Stephan Scholl, Vorstandsmitglied der Sparkasse Pforzheim Calw im Zuge einer Veranstaltung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes im Herbst 2006, dass man in seinem Haus die Bonitätsbewertung bewusst durch Mitarbeiter im eigenen Backoffice und nicht durch fremde Berechnungssysteme durchführe und sich lediglich dazu der Daten von Auskunftsteilen bediene. Einer der Hintergründe dieses Scorings im Handbetrieb ist dabei die Befürchtung eines Kompetenzverlustes bei den Mitarbeitern.

Die ausgewählten zehn Kreditinstitute wurden mittels eines Rotationsverfahrens jeweils in Vierer-Gruppen auf die eingesetzten Tester/innen verteilt. Die Zuordnung erfolgte danach, welche Kreditinstitute am Wohnort der Tester/innen vorhanden waren, wobei die eigenen Bankverbindungen der Tester/innen aus dem Rotationsverfahren ausgeschlossen wurden.

**Tabelle 5: Netto-Stichprobe der Kreditinstitute**

<b>Kreditinstitut</b>	<b>Anzahl</b>
Citibank	8
Commerzbank	9
Creditplus Bank	8
GE Money Bank	8
HypoVereinbank	7
Norisbank	6
Santander Consumer Bank	8
SEB Bank	9
Sparkasse	8
Teambank	8
Volks- und Raiffeisenbank	3

Die angestrebte Fallzahl von acht Testgesprächen pro Kreditinstitut konnte aufgrund örtlicher Gegebenheiten nicht immer völlig eingehalten werden. Dies wird an der Norisbank deutlich, die nicht in allen Einsatzorten vertreten war. Die Testpersonen haben dann alternativ lokale Volks- und Raiffeisenbanken befragt. Zwei Testgespräche, die jeweils an einer HypoVereinsbank und einer Santander-Bank durchgeführt worden waren, wurden aus methodischen Gründen nicht bei der Auswertung berücksichtigt, da bei ihnen nicht der vorgegebene Testgespräch-Standard eingehalten wurde. Insgesamt

wurden 21 Testpersonen eingesetzt und 82 Testgespräche in die Auswertung genommen.

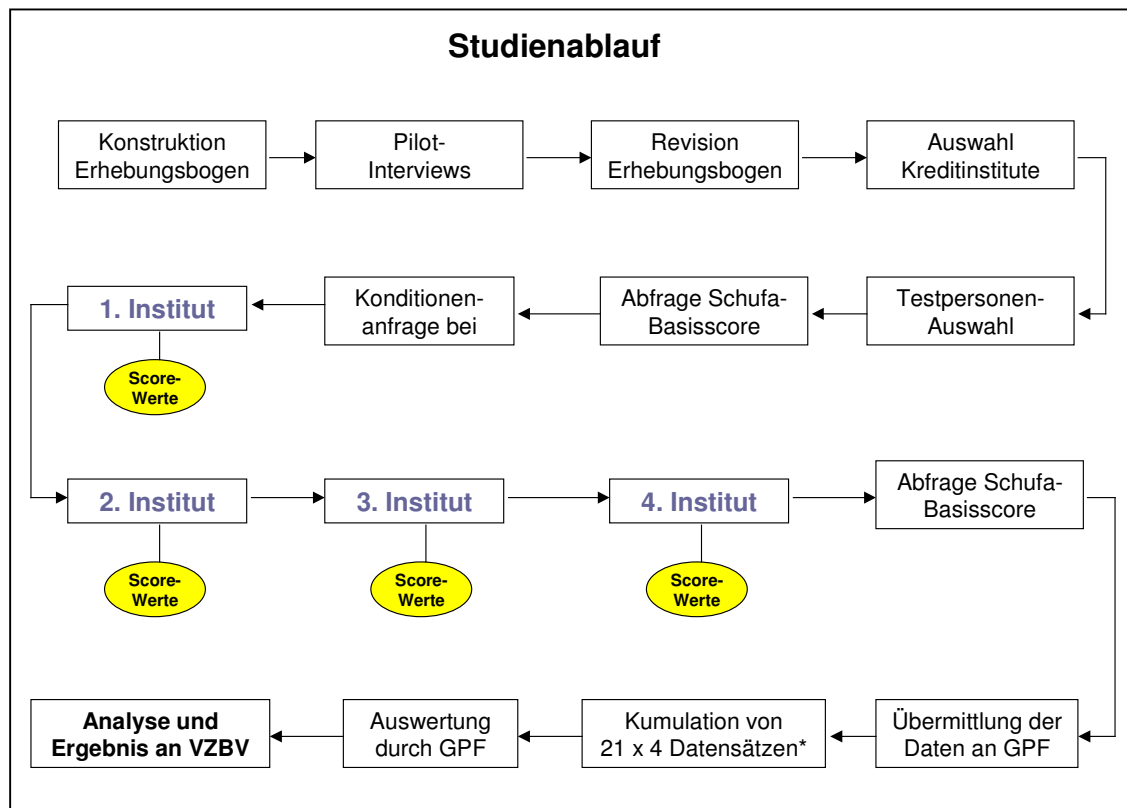
Vor dem Beginn des ersten Testgesprächs haben die Tester/innen ihren Basisscore bei der Schufa eingeholt. Außerdem wurden alle Tester/innen sowohl persönlich wie auch schriftlich geschult. Die Schulung bezog sich auf Sinn und Zweck der Untersuchung, auf die Inhalte der Dokumentation, auf das persönliche Erscheinungsbild und auf Verhaltensweisen während der Konditionenanfrage sowie auf die Dokumentation und Übermittlung der Ergebnisse. Die persönlichen Schulungen dauerten zwischen einer und zwei Stunden und wurden individuell durchgeführt. Alle Tester/innen wurden angehalten, zu jedem Kreditgespräch die gleiche Bekleidung zu tragen und nach Möglichkeit die Testanfragen im Abstand von zwei Tagen durchzuführen.

Die Testpersonen wurden ausdrücklich darauf hingewiesen, keine Kreditanfragen sondern Konditionenanfragen einzuholen. Bei der „Anfrage Kreditkonditionen“ verschafft sich ein Konsument einen Marktüberblick, der nicht in eine konkrete Kreditanfrage münden muss. Die Testpersonen hatten zwei Anfragetypen zur Auswahl:

- Variation zwischen einer Kredithöhe von 5.000 oder 10.000 Euro
- Variation zwischen einer Laufzeit von 12 oder 24 Monaten

Als Kreditgrund wurde standardmäßig die Finanzierung einer neuen Wohnungseinrichtung angegeben. Die erste Testanfrage fand am 26. September 2007, die letzte Anfrage am 21. November statt. Jeweils zwei Tage nach der letzten Anfrage ist erneut von den Tester/innen der Basisscore bei der Schufa eingeholt worden.

**Abbildung 2: Studienablauf**



\* 2 Datensätze sind bei der Auswertung nicht berücksichtigt worden

## I.2 Auswahl und Sozio-Demografie der Testpersonen

Bei der Konzeption des Studiendesigns wurde die Entscheidung getroffen, keine fiktive oder virtuelle Tester/innen einzusetzen, sondern reale Personen. Dies war auch deshalb unumgänglich, da vor Beginn der ersten Konditionenanfrage der Basisscore der Schufa erfragt werden sollte.

Es wurde deshalb innerhalb des Interviewerstabes der GP Forschungsgruppe eine Anfrage gestellt, inwieweit bei den Interviewer/innen die Bereitschaft bestand, an dem Projekt als Testkäufer/innen mitzuarbeiten. Einige Interviewer lehnten die Mitarbeit ab, da sie aus der Mitarbeit und der notwendigen mehrfachen Anfrage bei Kreditinstituten Nachteile für ihre persönliche Scoreeinschätzung befürchteten. Andere Interviewer blieben aufgrund nicht passender Merkmale wie z.B. Alter, Freiberufler oder Hausfrau-Existenz, fehlende oder zu geringe Erfahrung mit Testkäufen unberücksichtigt. Eine weibliche Testperson musste nach der zweiten Konditionenanfrage ersetzt werden, da sie den überwiegenden Teil ihres Einkommens aus freiberuflichem Einkommen erzielte und dies bei den Kreditinstituten zur Ablehnung ihrer Anfrage führte. Eine männliche Testperson war überschuldet und wurde eingesetzt, um festzustellen, ob überschuldete Personen Kreditangebote erhalten.

Insgesamt wurden einundzwanzig Personen eingesetzt. Die Testpersonen-Auswahl, die schließlich zum Einsatz gelangte, hatte die in Tabelle 6 beschriebene Struktur.

Die heterogene Zusammensetzung des Testpersonen-Samples ist ein Abbild der Realität. Rund 50% der Bevölkerung haben schon einmal einen Ratenkredit aufgenommen, d.h. Ratenkreditaufnahme ist kein auf *eine* spezifische Alters- oder Bevölkerungsgruppe beschränktes Phänomen. Die Testpersonen weisen auch aus einem weiteren Grund eine breite Streuung hinsichtlich ihrer sozio-demografischen Merkmale auf. Unterstellt man, es gäbe eine ‚ideale‘ Testperson, dann müsste diese Testperson beispielsweise einen Schufa-Basisscore von mindestens 99% und einen Schufa-Branchenscore von mindestens 700 haben. Eine solcher Testansatz war zum einen aus Zeit- und Budgetgründen nicht möglich, zum anderen stellt sich die Frage, ob er sinnvoll gewesen wäre. Diese Frage kann verneint werden. Da es eine der Aufgaben der vorliegenden Untersuchung ist herauszufinden, welchen Einfluss *unterschiedliche* Merkmale auf Scorewerte und Kreditangebote haben, ist der mögliche Einsatz von ‚idealen‘ Testpersonen auch aus inhaltlichen Gründen als nicht sinnvoll verworfen worden.

**Tabelle 6: Struktur der Testpersonen**

<b>Geschlecht</b>	Männer (11)	
	Frauen (10)	
<b>Alter</b>	26-30 J. (2)	
	31-40 J. (5)	
	41-50 J. (7)	
	51-60 J. (7)	
<b>Familienstand</b>	ledig (6)	
	verheiratet (10)	
	geschieden (4)	
	verwitwet (1)	
<b>Einsatzort</b> (inkl. Umland)	Berlin (3)	Leipzig
	Bremen	München (2)
	Düsseldorf	Neuss
	Frankfurt	Nürnberg
	Fulda	Oldenburg
	Hamburg (2)	Passau
	Hannover	Saarbrücken (2)
	Koblenz	Ulm
<b>Beruf</b>	Promovierte/r Chemiker/in im Öffentlicher Dienst	
	Regierungsrat/in im Öffentlicher Dienst	
	Verwaltungswirt/in im Öffentlichen Dienst	
	Verwaltungsfachangestellte/r (2)	
	Außendienstmitarbeiter/in (2)	
	Office Manager/in (2)	
	Abteilungsleiter/in Call-Center	
	angestellte/r Immobilienmakler/in	
	Speditionskaufmann/frau	
	Postbeamter/in	
	Rezeptionist/in	
	Lokführer/in	
	OP-Manager/in	
	Zahnarthelfer/in	
	EDV-Programmierer/in	
	Diplom-Informatiker/in	
Telekommitarbeiter/in		
Hausfrau		

## II. Erfasste Kundenmerkmale für das Scoring

In der Untersuchung „Verantwortungsvolle Kreditvergabe“ (KorczaK 2005) sind 28 Kreditinstitute und drei Auskunfteien anhand einer Liste von 34 Merkmalen danach befragt worden, welche Bonitätskriterien ihnen *besonders wichtig* für die Einschätzung der Kreditwürdigkeit eines Privatkunden sind. Es kristallisierten sich sieben Merkmale als besonders wichtig heraus: die bisherige Zahlungsmoral, das durchschnittliche Monatseinkommen, die Lebenshaltungskosten, die Schufa-Auskunft, die Höhe vorhandener Kredit- und/oder Leasingraten, die Überziehungshäufigkeit und die Mietbelastung.

Als ‚k.o.-Kriterien‘, die unabhängig von der Güte anderer Score-Größen zu einer Nicht-Vergabe eines Kredits führen, sind von den Kreditinstituten genannt worden:

- Unzureichende Kapitaldienstfähigkeit, d.h. das verfügbare Einkommen ist geringer als für den Kapitaldienst notwendig
- Arbeitslosigkeit oder ‚ohne eigenes Einkommen‘
- Andauernde Überziehung des Girokontos
- Mahnungen bei Vorkrediten/Kreditkündigungen
- Zwangsvollstreckung
- Negative Schufa-Auskunft
- Kreditlaufzeit länger als Aufenthaltserlaubnis

Aufgrund dieser Ergebnisse wurde in dem Gutachten als Resümee formuliert: „Die entscheidenden Merkmale der Bonität für eine Kreditvergabe sind – wie zu sehen war – die Einnahme-Ausgabenrechnung in Kombination mit der Höhe des Kredits sowie die Zahlungsmoral. Es handelt sich somit um die Kapitaldienstfähigkeit, darauf sollte sich die Entscheidung bei einer Kreditvergabe konzentrieren. De facto geschieht dies offensichtlich bei allen befragten Kreditinstituten, denn ein negativer Saldo der Einnahmen- und Ausgabenrechnung wird in der Regel als ‚k.o.-Kriterium‘ bezeichnet.“ (a.a.O.:49).

Bekannterweise beschränken sich trotz dieser gutachterlichen Empfehlung die Scoringverfahren nicht auf die o.g. sieben zentralen Merkmale. Für die Testanfragen wurde deshalb der Merkmalskatalog der o.g. Untersuchung übernommen und nach der Durchführung der Pilot-Interviews um acht Kriterien erweitert. Die Testpersonen wurden darin geschult, unmittelbar nach Beendigung des Konditionengesprächs festzuhalten, welche dieser Merkmale in welcher Form abgefragt wurden.

Die Erfassung der Merkmale erfolgte im Konditionengespräch, indem der Kreditbearbeiter die Antworten der Testpersonen in den PC eingab.

Angaben zu zentralen Persönlichkeitsdaten wie der Identität einer Person, deren Alter sowie der Wohnadresse wurden in der Regel durch die Vorlage des Personalausweises zur Verfügung gestellt.

### II.1 Kontoinformationen

Da die Testpersonen bewusst nicht zu ihren Hausbanken gehen durften, stellten sie bei allen Konditionenfragen für die Kreditsachbearbeiter ein weitgehend ‚unbeschriebenes Blatt‘ dar. Sofern die Schufa-Information parallel zum Konditionengespräch online abgerufen wurde, war zumindest für den Kreditsachbearbeiter ersichtlich, welche Girokonten sein Kunde bei welchen Banken führte. Es war daher von großem Interesse, ob die Kreditsachbearbeiter versuchen würden, zusätzliche Informationen über die Hauptbankverbindung zu erhalten. Bei 61% der Testgespräche war es der Fall, dass Kreditsachbearbeiter nach der *Hauptbankverbindung* fragten. Bei 16% der Gespräche sollte auch noch die *Dauer* der Verbindung mit der Hauptbank mitgeteilt werden. Die Form der Nachfrage nach der *Hauptbankverbindung* war unterschiedlich. In einigen Fällen musste die Kontonummer und Bankleitzahl angegeben werden, in anderen Fällen wurde nach dem Namen der Bank oder der Bankleitzahl gefragt. Es gab auch Fälle, bei denen aus der vorgelegten Gehaltsbescheinigung die Hauptbankverbindung ersichtlich war und entnommen wurde.

Seltener als nach der Hauptbank wurde nach der *Anzahl der Bankverbindungen* gefragt (21%), im Wesentlichen um in Erfahrung zu bringen, ob dort Geld und wenn ja, in

welcher Form es angelegt ist. In einigen Fällen wurde im Kundengespräch auch problematisiert, warum überhaupt noch bei einer anderen Bank ein Konto geführt wurde.

Die *Überziehungshäufigkeit* und *-höhe* wurde bei 22% angesprochen. Angaben über die Inanspruchnahme von Dispositionskrediten erstreckten sich darauf festzustellen, ob ein Dispo-Kredit eingeräumt ist, wie hoch der Kreditrahmen ist und ob der Dispositionskredit aktuell in Anspruch genommen wird.

### II.2 Berufliche Situation

Die Erfassung der beruflichen Situation nimmt einen wesentlichen Platz im Scoring ein. In 87% der Konditionenfragen wurde der *Beruf* erfasst, in 85% die *Dauer der aktuellen Beschäftigung* und in 80% der *Arbeitgeber*. Da die Testpersonen in der Regel die letzten drei Gehalts- bzw. Lohnabrechnungen vorlegen mussten, konnten die Angaben auch diesen Unterlagen entnommen werden.

Zusätzlich wurde beim Beruf teilweise nachgefragt, welcher Beruf erlernt wurde und in welchem Beruf der Kunde gegenwärtig beschäftigt ist. Bei der Dauer der aktuellen Beschäftigung wurde genau erfasst, ab welchem Monat das Arbeitsverhältnis begonnen hat. Die Dauer der aktuellen Beschäftigung ist auch im Gehaltszettel vermerkt. Teilweise wurde nachgefragt, was die jeweilige Firma im Einzelnen macht. Eine Beschäftigung im Öffentlichen Dienst wurde als sehr gut beurteilt. Es wurde auch danach gefragt, bei welchem Arbeitgeber man zuvor beschäftigt war.

*Berufliche Stellung* (62%), *berufliche Situation* (60%) und *Branche* (54%) spielen ebenfalls eine wichtige Rolle für die Scoring-Anwender. Bei der beruflichen Stellung wurde beispielsweise erfasst, ob man im Angestelltenverhältnis oder in leitender bzw. nicht leitender Position ist. Für die Einschätzung der beruflichen Situation war die Differenzierung in Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung von Bedeutung. Dauerverträge oder der Beamtenstatus wurden von Kreditsachbearbeitern als beste Voraussetzungen für einen guten Score bezeichnet. Branche wird bei der Sparkasse als Scorewert aus dem eigenen Scoringsystem ermittelt. Laut einem Kreditsachbearbeiter der Norisbank hat sie einen bedeutenden Einfluss auf die gewährte Kredithöhe. Dies drückte sich auch darin aus, dass im Gegensatz zu anderen Kreditinstituten die Branche bei fast jeder Norisbank (83%) erfasst wurde.

Die Ausbildung des potentiellen Kreditnehmers wurde eher selten (23%) erfragt. Wenn, dann wurde nach schulischer wie beruflicher Ausbildung differenziert. Hochschulabschlüsse beeinflussen den Score nach Auskunft von Kreditsachbearbeitern positiv.

In zehn Gesprächen (12%) wurde die finanzielle Allgemeinbildung des Kunden thematisiert, wobei dies in der Regel als Interessenabfrage für Finanzprodukte und Geldgeschäfte erfolgte. Es existiert ganz offensichtlich bei keinem der untersuchten Kreditinstitute ein Standardverfahren, um die finanzielle Allgemeinbildung oder Kompetenz eines Kreditnehmers zu erfassen. Angesichts der Bedeutung dieses Themas, dem sich verschiedene Initiativen mit Unterstützung der Kreditwirtschaft widmen, ist der eher lapidare Umgang damit bei der Konditionenfrage überraschend. Es konnte im Rahmen dieser Untersuchung nicht festgestellt werden, inwieweit Informationen zur Einschätzung der finanziellen Allgemeinbildung eines Kunden in das Scoring einfließen.

### II.3 Lebenssituation

Das *durchschnittliche Monatseinkommen* ist bei jedem Kunden anhand der Vorlage von zwei bis drei aufeinanderfolgenden Lohn- bzw. Gehaltsabrechnungen erfasst worden. Die *Mietbelastung* bzw. die Belastung aus *Grundeigentum* wurde in 95% der Gespräche erfragt. Es musste häufig nur die Kaltmiete angegeben werden. Teilweise wurden aber auch detailliert die Nebenkosten und die Kosten für Wasser, Strom und Heizung erhoben. In anderen Fällen wurde nachgefragt, wie viele Personen im Haushalt leben. Bei Vorhandensein von Grundeigentum interessierte, wie hoch das Haus verschuldet ist, wie es finanziert wurde und welchen Marktwert es gegenwärtig hat.

Der *Familienstand* wurde bei 90% direkt angesprochen. Es interessierte in der Regel aber nur, ob der Kunde verheiratet war oder nicht. In 68% der Gespräche wurde nach der Anzahl unterhaltsberechtigter Kinder gefragt, wobei in der Regel interessierte, wie viele Kinder unter 18 Jahren alt sind.

Die *Lebenshaltungskosten (ohne Miete)* wurden nur bei 33% angesprochen. Dies ist sicherlich im Zusammenhang damit zu sehen, dass die einzelnen Kreditinstitute eigene Richtwerte für durchschnittliche Lebenshaltungskosten haben. So wurde beispielsweise von der SEB-Bank ein Satz in Höhe von 758 € im Fall eines verheirateten Mannes vorgegeben. Die Sparkasse setzt 900 € pro Monat an, die Norisbank 520 €. Die Commerzbank berechnet die Lebenshaltungskosten für Mann und Frau mit je 650 € plus 200 € für ein Kind.

In 54% der Gespräche wurde nach dem Besitz eines oder mehrerer Kraftfahrzeuge gefragt, wobei zumeist Marke oder Baujahr unberücksichtigt blieben..

### II.4 Wohnort

Durch die Vorlage des Personalausweises und der Lohn- und Gehaltsabrechnungen liegen den Kreditinstituten Angaben zur *Staatsangehörigkeit* und zur *Adresse* vollständig vor. In 88% der Gespräche wurde zusätzlich eruiert, *seit wann* der Kunde unter dieser Adresse wohnhaft ist. Die Häufigkeit der *Umzüge* innerhalb der letzten zehn Jahre wurde bei 24% angesprochen. In einigen Fällen mussten alle Wohnungen der letzten fünf Jahre angegeben werden. Es wurde zusätzlich die Telefonnummer erfasst. In einem Fall musste der Stadtteil erläutert werden. Laut einem Kreditsachbearbeiter der Volksbank ist die Adresse ein wichtiger Faktor für Zinshöhe. Meistens interessierte jedoch nur die vorherige Adresse. Für die aktuelle Adresse wurde gefragt, ob man dort länger als zwei Jahre gemeldet sei. Die Häufigkeit der Umzüge belastet nach Auskunft eines Mitarbeiters der SEB den Scorewert.

### II.5 Anlagenbesitz

Hinsichtlich vorhandenen Vermögens, Grund- und Wertpapierbesitz interessierte die Mehrheit der Kreditsachbearbeiter das Vorhandensein einer *Lebensversicherung* (60%) oder *Immobilienbesitz* (50%). 80% der Testpersonen haben eine Lebensversicherung und 50% Immobilienbesitz. Bei der Lebensversicherung wurde zusätzlich die monatliche Zahlung für Riester-Rente erfragt. Es wurde auch danach gefragt, wofür die

Lebensversicherung verwendet werden sollte, z.B. als Altersversorgung. Die Höhe der Beitragszahlungen wurde ebenfalls ermittelt.

Sparguthaben (27%) und Bausparraten (28%) interessierten weniger. Im Falle von Sparguthaben wollte man wissen, wie und in welcher Höhe es angelegt ist. Bei Bausparplänen wurde erfasst, ob der Kunde größere Renovierungen plant.

Aktienbesitz und der Besitz von Rentenpapieren waren nur für 10% der Kreditsachbearbeiter von Interesse. Für Aktienbesitz wollte man wissen, wie und in welcher Höhe die Aktien angelegt sind. Hinsichtlich des Besitzes von Rentenpapieren wurde erfragt, welche Form der Rentenversicherung vorhanden ist.

## **II.6 Kreditbelastung**

*Anzahl* und *Höhe* vorhandener Kredite kann aus der Schufa-Auskunft abgelesen werden. Dennoch haben sich die Kreditsachbearbeiter in 77% zur Anzahl und in 55% zur Höhe der Kredite zusätzliche Erläuterungen geben lassen. Die Zahl und Art vorhandener Kreditkarten, die ebenfalls in der Schufa-Auskunft ersichtlich sind, führte bei 28% der Kreditsachbearbeiter zu Nachfragen.

## **II.7 Fazit**

Der Datenhunger und die Sammelwut der Kreditinstitute sind erheblich. Zu den wichtigen Informationen, die bereits anhand der Vorlage des Personalausweises und der Lohn- und Gehaltsabrechnungen sowie der Schufa-Auskunft vorhanden sind, kommt noch die Erfassung zahlreicher Detail- und Zusatzinformationen hinzu.

Um die Kapitaldienstfähigkeit – und damit die Kreditwürdigkeit – eines Kreditnehmers beurteilen zu können, sind von diesen siebenunddreißig Merkmalen unseres Erachtens technisch notwendig: 1. die Identität und die Adresse, 2. das Monatseinkommen, 3. die Mietbelastung (Warmmiete einschl. Nebenkosten), 4. der Familienstand, 5. die Anzahl vorhandener Kredite und die Höhe der Kreditbelastung(en), 6. die Anzahl unterhaltsberechtigter Kinder, 7. Zahlungsverpflichtungen und 8. die Höhe der Lebenshaltungskosten. Aufgrund der Kostenrelevanz halten wir auch die Angabe von Familienstand und Kinder für sinnvoll. Aus diesen Angaben geht hinreichend hervor, welche Einnahmen und Kostenbelastungen ein Kreditnehmer hat und welcher finanzielle Spielraum zur Kredittilgung vorhanden ist. Zur Bestimmung dieser acht Merkmale wird keine computergestützte oder automatisierte Entscheidungsfindung benötigt, sondern es reicht das Gespräch zwischen Kreditsachbearbeiter und Kunde.

In den Testgesprächen wurde von den Kreditsachbearbeitern häufig nicht begründet, warum bestimmte Informationen zur Bonitätseinschätzung benötigt wurden, geschweige denn in welcher Art und Weise sie die Beurteilung eines Kreditnehmers beeinflussen. Häufig wurde der Informationswunsch mit den Bedürfnissen des ‚Computer-Systems‘ begründet (vergleiche dazu auch die Erfahrungsberichte im Anhang 2).

**Tabelle 7: Erfasste Merkmale beim Scoring (in %)**

Adresse	100
Alter	100
Geschlecht	100
Staatsangehörigkeit	100
Monatseinkommen	100
Mietbelastung	95
Schufa-Auskunft	93
Familienstand	90
Wohndauer	88
Beruf	87
Beschäftigungsdauer	85
Arbeitgeber	80
Anzahl vorhandener Kredite	77
Unterhaltsberechtignte Kinder	68
Berufliche Stellung	62
Hauptbankverbindung	61
Berufliche Situation	60
Lebensversicherung	60
Höhe der Kreditbelastung	55
Branche	54
Kfz-Besitz	54
Unterhaltsverpflichtungen	54
Immobilienbesitz	50
Lebenshaltungskosten	33
Kreditkartenanzahl	28
Sparpläne/Bausparraten	28
Sparguthaben	27
Umzugshäufigkeit	24
Ausbildung	23
Überziehungshäufigkeit	22
Anzahl der Bankverbindungen	21
Dauer der Bankverbindung	16
Arbeitgeberwechsel	16
Bürge vorhanden	15
Finanzielle Allgemeinbildung	12
Aktienbesitz	10
Rentenpapiere	10

Bis auf die zentralen Erhebungsmerkmale (Adresse, Alter, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Monatseinkommen, Mietbelastung, Schufa-Auskunft, Familienstand, Wohndauer und Beruf), die von über 85% der Kreditsachbearbeiter abgefragt wurden, unterscheidet sich die Scoring-Abfrage sowohl innerhalb der Kreditinstitute wie auch zwischen den Kreditinstituten.

Besondere Schwerpunkte, die überproportional häufig Gegenstand der Abfrage waren, sind beispielsweise bei folgenden Kreditinstituten zu erkennen:

**Tabelle 8: Kreditinstitute und Scoring-Schwerpunkte**

Santander Consumer Bank	Berufliche Stellung, Kfz-Besitz
Citibank	Berufliche Stellung und Situation, Dauer der aktuellen Beschäftigung, Arbeitgeber, Kinderanzahl, Kfz-Besitz, Immobilienbesitz, Kreditanzahl, Kreditbelastungshöhe
Creditplus Bank	Hauptbankverbindung, Kfz-Besitz, Lebensversicherung, Kreditanzahl
GE Money Bank	Hauptbankverbindung
Norisbank	Berufliche Stellung, Branche
Teambank	Dauer der aktuellen Beschäftigung, Kinderanzahl
HypoVereinsbank	Kinderanzahl, Kreditanzahl, Kredithöhe
Commerzbank	Dauer der Beschäftigung, Arbeitgeber, Lebenshaltungskosten, Lebensversicherung, Sparpläne
Sparkasse	keine Schwerpunkte
SEB Bank	keine Schwerpunkte

### III. Aufklärung über den Einsatz von Scoring und Schufa-Abfrage

Von 46% der Kreditsachbearbeiter sind die Testpersonen *nicht* über den Einsatz eines Scoringverfahrens informiert oder gar aufgeklärt worden, bei 23% erfolgte eine Aufklärung erst auf Nachfrage. Lediglich in 30% der Fälle ist spontan von den Kreditsachbearbeitern der Einsatz von Bonitätsprüfung und Scoringverfahren erläutert worden.

Zwischen den einzelnen Kreditinstituten zeigen sich durchaus Unterschiede im Vorgehen. Es kann hier nicht beantwortet werden, ob dies zufällige Unterschiede sind, die in der Person der Kreditsachbearbeiter begründet sind oder ob es sich um Unterschiede handelt, die aus Mitarbeiterschulung und Vorgaben der einzelnen Kreditinstitute resultieren. Es ist aber auffällig, dass Mitarbeiter der Teambank deutlich häufiger Kunden spontan auf den Einsatz von Scoring hinweisen, während Mitarbeiter der Norisbank, der Sparkassen und der Santander Bank dies deutlich seltener tun. Dies sagt natürlich nichts über die Qualität der gegebenen Informationen aus.

**Tabelle 9: Erläuterung Bonitätsprüfung und Aufklärung des Einsatz von Scoring**

Institut	Spontan erfolgt	Nur auf Nachfrage	nicht erfolgt
Citibank	25%	37,5%	37,5%
Commerzbank	33,3%	22,2%	44,4%*
Norisbank	16,7%	-	83,3%
GE Money Bank	25,0%	25,0%	50%
Creditplus Bank	37,5%	25,0%	37,5%
Teambank	62,5%	-	37,5%
HypoVereinsbank	29,0%	29,0%	43,0%*
Santander Consumer Bank	37,5%	12,5%	50,0%
SEB Bank	22,2%	33,3%	44,4%*
Sparkasse	12,5%	25,0%	62,5%

\*Aufgrund von Rundungsdifferenzen summieren sich die einzelnen Prozentwerte nicht immer zu exakt 100%

Die Einwilligung zur Schufa-Abfrage ist zwar überwiegend eingeholt worden (66%), aber in 30% der Fälle ist dies nicht geschehen. Bei 4% erfolgte expressis verbis keine Schufa-Abfrage. Hier zeigen sich gravierende Unterschiede zwischen den einzelnen Kreditinstituten. Während bei der Teambank, der Creditplus Bank und der Santander Bank diese Einwilligung (nahezu) immer eingeholt wurde, ist dies bei der Norisbank, der Citibank und der HypoVereinsbank bei mindestens jeder zweiten Anfrage nicht geschehen. Eine Kreditsachbearbeiterin gab an, dass die Einwilligung bei Konditionenfragen nicht nötig sei.

**Tabelle 10: Einwilligung zur Schufa-Abfrage**

Institut	eingeholt	Nicht eingeholt	Keine Anfrage
Citibank	50%	50%	-
Commerzbank	77,8%	22,2%	-
Norisbank	33,3%	66,7%	-
GE Money Bank	50%	50%	-
Creditplus Bank	100%	-	-
Teambank	100%	-	-
HypoVereinsbank	42,9%	57,1%	-
Santander Consumer Bank	87,5%	12,5%	-
SEB Bank	44,4%	44,4%	11,2%
Sparkasse	50%	25%	25%

Die Einwilligungserklärung zur Schufa-Abfrage durch die Testpersonen erfolgte je zur Hälfte schriftlich in Form einer vorformulierten Erklärung, bei der anderen Hälfte nur mündlich. Auch hierbei zeigt sich keine einheitliche Vorgehensweise innerhalb und zwischen den Kreditinstituten. Überwiegend schriftlich holen die Teambank, die Santander Bank und die Commerzbank, überwiegend mündlich die Citibank, die Creditplus Bank, die GE Money Bank und die Norisbank die Erklärungen ein.

#### **IV. Transparenz der Scoringverfahren**

##### **IV.1 Bewerbung des Kreditangebots**

Bei rund jeder zweiten Konditionenanfrage (55%) war ein Ratenkreditangebot ersichtlich beworben worden. Die Bewerbung erfolgte entweder durch Aufsteller und Plakate in den Schaufenstern der Filialen (bei 30% der Testanfragen), durch ausgelegte Bankbroschüren (13%), durch Postwurfsendungen oder Briefzustellungen (10%) oder durch Zeitungsanzeigen bzw. Zeitungsbeilagen (4%).

Die Werbebotschaften betonen die einfache, schnelle und unkomplizierte Kreditvergabe zur Realisierung von Wünschen und werben mit Niedrigzinsen. In den konkreten Kreditangeboten der Testgespräche wurden die Niedrigzinsen *nie* realisiert – mit Ausnahme des Standardangebotes der Santander Bank.

**Tabelle 11: Werbebotschaften von Kreditinstituten**

Institut			
Citibank	Ich lebe jetzt!	Der faire Kredit	Ab 4,58%
Commerzbank	So einfach und günstig werden Träume wahr	Der Commerzbank Wunschkredit	Ab 6,15%
Norisbank	Geiz war gestern	Top-Kredit	Ab 4,6%-
GE Money Bank	Preisverdächtig schnell und unkompliziert	SofortKredit	3,9%*
Creditplus Bank	Mehr als nur ein Kredit	Der Credit mit dem Doppel-Plus	-
Teambank	Das kann ich auch	Easy Credit	6,99%
HypoVereinsbank	Sofortkreditwochen		5,99%
Santander Consumer Bank	Darlehenshöhe nach Wunsch	Santander BestCredit	7,98%
SEB Bank	Träume werden wahr	Sofortkredit	3,99%
Sparkasse	Schenken leicht gemacht!	Sparkassen-Privatkredit; Blitz-Kredit	Ab 4,95%*

Die Werbeangebote sind nicht direkt vergleichbar, da jeweils im kleiner gedruckten Erläuterungstext Hinweise auf unterschiedliche Laufzeiten und Konditionen angegeben werden.

Der „*sensationell günstige Zinssatz*“ (Eigenwerbung) der GE Money Bank von 3,9% gilt beispielsweise nur für Neukunden, die eine Kreditsumme von 1.500 bis 3.000 €, bei einer Laufzeit von 12 bis 24 Monaten aufnehmen wollen.

## IV.2 § 6a BDSG (automatisierte Entscheidung) im Praxistest

§ 6a Abs.1 BDSG besagt, dass Entscheidungen, die für Betroffene rechtliche Folgen nach sich ziehen oder ihn erheblich beeinträchtigen, nicht ausschließlich auf die automatisierte Entscheidung personenbezogener Daten gestützt werden dürfen. Entscheidungen müssen im Falle der Kreditvergabe von einem Kreditsachbearbeiter des jeweiligen Kreditinstituts überprüft werden, über das Scoringergebnis muss der Kunde informiert werden und es muss ihm die Möglichkeit eingeräumt werden, sich in den Entscheidungsprozess einzubringen.

In den seltensten Fällen, nämlich nur in 16% der Gespräche, finden Konditionenfragen in einer vertraulichen Atmosphäre in einem Einzelraum statt. Häufiger (30%) handelt es sich um einen abgeschirmten Einzelplatz in einem Großraumbüro. Am häufigsten werden sie jedoch an einem *nicht-abgeschirmten* Einzel-Platz in einem Großraumbüro durchgeführt (54%), vor allem bei der Santander Bank, der Creditplus Bank und der Norisbank. Es gibt somit einen erheblichen Widerspruch zwischen der Sensibilität der Daten, die im Gespräch den Kreditsachbearbeitern zur Verfügung gestellt werden müssen, und der durch ein Großraumbüro erzeugten Öffentlichkeit.

Nach der Abfrage verschiedener Merkmale, die für das Scoring als notwendig erachtet werden, findet in der Regel keine Mitteilung über den erzielten Scorewert statt. **In 91% der Gespräche wird der Scorewert nicht mitgeteilt.** Lediglich ein Kreditsachbearbeiter der SEB Bank hat unaufgefordert der Testperson das Ergebnis des Scoring mitgeteilt. In weiteren sechs Fällen (2x SEB, 2x GE Money Bank, 1x HypoVereinsbank, 1x Volksbank) ist das Ergebnis erst auf Nachfrage übermittelt worden.

Selbst bei diesen sieben Fällen ist es zweifelhaft, ob die Angaben für die Kunden irgendeine nachvollziehbare Bedeutung haben (können). Auch hier hat es in keinem Fall eine Erläuterung zur Entstehung und Gewichtung der Scores gegeben.

Die GE Money Bank hat einem Testkunden mitgeteilt, dass er einen Score von 43, einem anderen Kunden, dass er einen Score von 161 hat. Der Score der GE Money Bank bewegt sich offenbar in den Grenzen von 0-200.

Bei der SEB wurde einem Kunden ein Score von 653, einem anderen Kunden ein Score 579 (wobei unklar ist, ob es sich hierbei um den Schufa-Branchenscore handelte) und einem dritten Kunden ein Score von 11 mitgeteilt. Bei letzterem Kunden hieß es, dass er 11 von 11 möglichen Punkten erzielt hätte.

Ein Kreditsachbearbeiter der HypoVereinsbank hat einem Testkunden den Score von 8+, ein Mitarbeiter der Volksbank einem anderen Kunden den Score G/H (Schufa-Rating?) mitgeteilt. Bei der Creditplus Bank hat ein Testkunde seinen Score (,0185') auf dem Monitor des Sachbearbeiters erspäht. Auf die Nachfrage, wie dieser Score zustande kommt, erhielt der Testkunde schroff die Antwort: „Das muss ich Ihnen ja wohl nicht erklären.“

**62% der Testkunden ist kein Angebot zur Kontrolle der Vollständigkeit oder der Richtigkeit der im System der Kreditinstituten gespeicherten Daten oder Scores gemacht worden.** 28% haben ein solches Angebot unaufgefordert erhalten, weitere 10% erst auf Nachfrage. Zur Regel gehört das Fehlen einer solchen Offerte bei der GE Money Bank, der Noris Bank und den Sparkassen.

Als Zwischenergebnis kann festgehalten werden: Die Information zum Scoringergebnis ist äußerst mangelhaft.

Wie sieht es nun in der Praxis der Kreditanfragenbearbeitung hinsichtlich der Automatisierung von Kreditentscheidungen aus?

**In 77% der Gespräche erfolgte die Entscheidung für ein bestimmtes Kreditangebot als automatisierte Entscheidung,** d.h. die Kreditsachbearbeiter haben angegeben, keinen Einfluss und auch keine Änderungsmöglichkeiten auf den Vorschlag des Computer-Systems zu haben. Beispielhaft ist die Äußerung eines Kreditsachbearbeiters, die die Abhängigkeit von der automatisierten Entscheidung deutlich macht: „Der Computer sagt nein – Tut mir leid, Sie sind nicht kreditfähig“. Das Kreditgespräch war damit beendet.

Lediglich in 19% der Fälle haben die Berater von sich aus in unterschiedlicher Weise die vom System angebotenen Konditionen geändert. In 4% der Fälle liegen keine Angaben vor, da von vornherein fest stand, dass die Testperson kein Kreditangebot aufgrund von bei der Schufa gespeicherten Negativmerkmalen erhält.

Während bei allen Kreditinstituten die automatisierte Entscheidung eindeutig im Vordergrund steht, ist die GE Money Bank die einzige Bank in unserer Teststichprobe, bei der sich automatisierte Entscheidung und Beraterentscheidung die Waage halten.

Das Fazit der Untersuchung hinsichtlich der Berücksichtigung von § 6a BDSG ist somit ernüchternd. Weder bei der Scoringinformation noch bei den Kontrollmöglichkeiten noch hinsichtlich des Verbots von automatisierten Entscheidungen sind die Vorschriften des § 6a BDSG von den Kreditsachbearbeitern eingehalten worden.

### V. Bedeutung von Restschuldversicherungen

Es ist übliche Praxis der Kreditinstitute geworden, sowohl beim Einholen von Online-Kreditangeboten wie vor Ort in der Filiale Restschuldversicherungen in das Angebotspaket hineinzuschnüren. Zu beachten ist dabei, dass Kreditvertrag und Restschuldversicherung zwei unabhängige Verträge sind. Die Kosten für eine freiwillig abgeschlossene Restschuldversicherung müssen nicht in den Effektivzins eingerechnet werden. Sofern der Abschluss einer Restschuldversicherung für ein Kreditinstitut eine zwingende Voraussetzung für den Abschluss eines Kreditvertrages darstellt, müssen die Kosten für die Restschuldversicherung nach deutschem Recht in den Effektivzins eingerechnet werden. (§6 Abs.3 Nr.5 Preisangabeverordnung).

Restschuldversicherungen werden in verschiedenen Varianten angeboten. Zumeist versuchen sie die Risiken Tod, Krankheit/Unfall, Arbeitslosigkeit oder Erwerbsunfähigkeit abzudecken.

Restschuldversicherungen, die von Kreditinstituten mit dem Kreditvertrag zusammen angeboten werden, sind laut einer Untersuchung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes zumeist stark übersteuert:

- In 94% der Fälle ist das Kreditangebot mit einer RSV gekoppelt gewesen.
- In 95% der Fälle ist nicht gesagt worden, dass der Abschluss einer RSV *keine* Voraussetzung der Kreditvergabe sei.
- Obwohl 41% der Befragten bereits eine Lebensversicherung besaßen, kam es dennoch zum Abschluss der RSV
- Nicht ein einziger Kreditnehmer wurde von seiner Bank darüber aufgeklärt, dass der angegebene Effektivzins die Kosten der RSV nicht enthält. (vzbv 2007c)

Banken betonen dagegen in ihren Werbeaussagen einen durch den Abschluss einer Restschuldversicherung erreichbaren Schutz. Als Beleg dafür zitieren wir zwei Werbebotschaften stellvertretend für viele andere (s. Abb.3).

**Abbildung 3: Bewerbung von Restschuldversicherungen**

**Auf Nummer sicher mit der Restschuldversicherung**

Wer Auto fährt, benutzt den Sicherheitsgurt, Bergsteiger sichern sich durch Seile ab. Auch wer einen Kredit aufnimmt, sollte sich absichern – am besten mit einer Restschuldversicherung. Sichern Sie sich und Ihre Familie gegen die finanziellen Folgen von Unfällen, Arbeitsunfähigkeit, Arbeitslosigkeit und Tod ab. Damit brauchen Sie sich auch im schlimmsten Fall keine Sorgen um die pünktliche Rückzahlung Ihres Kredites machen.

*Originalzitat Santander Consumer Bank 2007*

**Der Kredit mit Sicherheit**

Für eine sichere Rückzahlung – Risikoschutz auf Wunsch  
Eine Restschuldversicherung kostet wenig, kann aber viel wert sein. Je nach Ausgestaltung übernimmt sie die anfallenden Kreditraten bei Arbeitslosigkeit, Arbeitsunfähigkeit oder Todesfall.

*Originalzitat GE Money Bank 2007*

Auch in unserer Teststichprobe gehörte es zum üblichen Vorgehen der Kreditsachbearbeiter einen Kreditvertrag einschließlich Restschuldversicherung anzubieten (73%) – obwohl 80% der Testpersonen bereits eine Lebensversicherung haben! Besonders häufig erfolgte dies bei GE Money Bank, Citibank, Noris Bank, Commerzbank und Credit Plus Bank. GE Money Bank, Citibank und Noris Bank waren in dieser Hinsicht auch bereits in der Untersuchung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes besonders auffällig geworden. Die einzige Bank, die anscheinend auf diese Untersuchung reagiert hat, ist die Santander Bank, bei der konsequent keine RSV zum Kredit angeboten wird.

**Tabelle 12: Angebot Restschuldversicherung**

Institut	ja	nein
Citibank	87,5%	12,5%
Commerzbank	87,5%	12,5%
Norisbank	83,3%	16,7%
GE Money Bank	100%	-
Creditplus Bank	85,7%	14,3%
Teambank	50%	50%
HypoVereinsbank	66,7%	33,3%
Santander Consumer Bank	-	100%
SEB Bank	71,4%	28,6%
Sparkasse	62,5%	37,5%

Die angebotenen Versicherungen sollten primär das Risiko Tod (98%) abdecken, des weiteren Krankheit/Unfall (63%), Arbeitslosigkeit (59%) oder Erwerbsunfähigkeit (51%).

In der überwiegenden Mehrzahl der Fälle (76%), in denen eine RSV angeboten wurde, war das Angebot mit dem Hinweis verbunden, dass der Abschluss der Versicherung freiwillig ist und dass ein Kredit auch ohne RSV bewilligt werden kann. 36% gaben diese Information spontan, 40% der Kreditsachbearbeiter äußerten sich aber erst auf Nachfrage dementsprechend, verbunden mit dem Hinweis auf fehlenden Versicherungsschutz.

Hinsichtlich der Frage, ob das jeweilige Kreditinstitut bereit gewesen wäre, auf den Abschluss einer Versicherung zu verzichten, ist der Eindruck der Testpersonen zwiespältig. 43% haben den Eindruck, dass das jeweilige Kreditinstitut keine Bereitschaft hatte. Andererseits halten 57% den Verzicht des Kreditinstitutes durchaus für wahrscheinlich.

Bei zwei von drei Befragten (67%), denen eine Restschuldversicherung angeboten wurde, haben sich die Kreditsachbearbeiter *nicht* danach erkundigt, ob bereits Versicherungen (z.B. Kapitallebensversicherung) abgeschlossen worden sind, die als *Kreditsicherheit abgetreten* werden können und das, obwohl Informationen über das Vorhandensein von Versicherungen bei der Merkmalsabfrage für das Scoring eingeholt wurden.

94% der Kreditsachbearbeiter haben die Testkunden *nicht* darauf hingewiesen, dass die Kreditausfallversicherung auch bei einem anderen Anbieter außerhalb der Bank abgeschlossen werden kann.

Die Kosten der Versicherung sind spontan nur von 41% der Kreditsachbearbeiter beziffert und erläutert worden. Weitere 31% der Kreditsachbearbeiter haben dies erst auf Nachfrage gemacht. 24% haben dies auch auf Nachfrage hin nicht getan. Dies betrifft vor allem die Citibank-Kreditsachbearbeiter, von denen 86% keine konkreten Angaben zu den Kosten der Versicherung gemacht haben.

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Kosten für die Restschuldversicherungen erheblich sind. Bei einem Kreditinstitut verteuern sich die Kreditkosten beim Abschluss einer Restkreditlebensversicherung um 136,28 €. Nimmt der Betreffende noch eine Arbeitsunfähigkeitszusatzversicherung und eine Arbeitslosigkeitszusatzversicherung hinzu, dann betragen die zusätzlichen Kosten bereits 1.349,86 Euro.

## VI. Cross-Selling

Nahezu jede zweite Bank (43%) nutzte die Konditionenabfrage zum Cross-Selling, indem sie den Testkunden weitere Bankprodukte angeboten hat.

Es handelte sich dabei in erster Linie um das Angebot, ein Girokonto bei dem jeweiligen Kreditinstitut neu zu eröffnen. Außerdem wurden Lebensversicherungen, Rentenversicherungen und Umschuldungen angeboten.

Die Marketingaktivitäten der Kreditinstitute sind in dieser Hinsicht jedoch sehr unterschiedlich ausgefallen. Sehr aktiv in dem Versuch, neue Kunden anzuwerben, waren die Citibank und die GE Money Bank, eher passiv hingegen die Creditplus Bank, Teambank und die SEB Bank.

**Tabelle 13: Angebot weiterer Bankprodukte**

Institut	ja	nein
Citibank	87,5%	12,5%
Commerzbank	55,6%	44,4%
Norisbank	33,3%	66,7%
GE Money Bank	62,5%	37,5%
Creditplus Bank	-	100%
Teambank	25%	75%
HypoVereinsbank	57,1%	42,9%
Santander Consumer Bank	50%	50%
SEB Bank	22,2%	77,8%
Sparkasse	37,5%	62,5%

## VII. Relevanz der Scoringverfahren und Auswirkung von Konditionenfragen

### VII.1 Die Relevanz des Schufa-Basisscore und des Schufa-Branchenscore

Zu den Forschungsfragen dieser Untersuchung gehört die Analyse, ob eine Konditionenabfrage bei einem Kreditinstitut zu einer Verschlechterung des Schufa Basisscore führt. Der Basisscore gibt die Wahrscheinlichkeit an, mit der ein Kunde einen Kredit termingerecht zurückzahlen bzw. seine Rechnungen vertragsgemäß begleichen wird. Der Basisscore wird alle drei Monate, etwa eine Woche nach Quartalsbeginn aktualisiert.

Änderungen des Schufa Basisscore können sich ergeben, wenn

- neue kredit- oder rechnungsrelevante Informationen hinzukommen
- Daten aufgrund von Speicherfristen gelöscht werden
- die Berechnungsmodelle angepasst werden

Nationalität, Beruf, Einkommen, Wohngegend und Familienstand fließen nach Auskunft der Schufa nicht in das Scoring der Schufa ein, weil die Schufa diese Informationen nicht hat. (Schufa 2007)

Diese Auskunft im Informationsblatt der Schufa zum Basisscore stößt eine Reihe von Überlegungen an. Sowohl bei einer Kontoeröffnung wie bei der Abfrage von Schufa-Scores, ob Branchen- oder Basisscore, wird von den Verbrauchern Kreditinstituten wie auch der Schufa die volle Adresse mitgeteilt. Sofern eine auch wie auch immer geartete Unklarheit hinsichtlich der Identität einer Person besteht, wird diese von Seiten der Schufa aufgefordert, ihre Identität durch Vorlage des Personalausweises zu belegen. Aus dem Personalausweis geht neben der Adresse die Nationalität hervor. Adresse und damit auch Wohngegend, ebenso wie Nationalität, liegen der Schufa somit eindeutig vor. Die Aussage im Informationsblatt der Schufa, dass diese Informationen nicht vorliegen, dürfte somit in dieser Hinsicht nicht korrekt sein.

Theoretisch könnte die Schufa Wohnadressinformationen in ihr Scoringsystem einfließen lassen. Nach persönlicher Mitteilung<sup>1</sup> von Professor Dieter Steinbauer, Vorstandsmitglied der Schufa, geschieht dies deshalb nicht, weil die Schufa für ihr Scoring trennschärfere Daten zur Verfügung hat. Im von der Schufa erstellten Schuldenkom-

<sup>1</sup> Persönl. Mitteilung auf der EU-Konferenz „Towards a Common Operational European Definition of Over-Indebtedness“ am 11.12. 2007 in Brüssel.

pass 2007 werden dagegen sehr wohl Wohnort bezogene Daten hinsichtlich Risikoeinstufungen und bei der Bildung des Privatverschuldungsindex (PVI) berücksichtigt. „Der PVI berücksichtigt als Schlüsselzahl ein Bündel von messbaren Merkmalen der privaten Verschuldung....Die Datengrundlagen des PVI bilden die kreditrelevanten Informationen der SCHUFA Holding AG von 64 Millionen volljährigen, natürlichen Personen in Deutschland....Der aktuell für den Schulden-Kompass 2007 veröffentlichte PVI enthält erstmals eine Prognose....auf Bundesland und Kreisebene sowie für Deutschland gesamt .....jeweilig getrennt nach Postleitzahlen-Gebieten wird der PVI auch exemplarisch für die fünf größten deutschen Städte berechnet. (Schufa 2007: 60 f.) Als Gedankenexperiment ist durchaus vorstellbar, dass die entsprechenden regionalen PVI-Werte in das Schufa-Scoring einfließen. Da sie vorhanden sind, entspricht es der ökonomischen Ratio, sie auch zu benutzen.

Interessant ist, wie der Vorstandsvorsitzende der Schufa, Herr Neumann, selbst die Leistungsfähigkeit des derzeit angebotenen Scores beurteilt. In einem Interview mit der Wirtschaftswoche vom 21.7.07 antwortete er auf die Frage, ob eine Schufa-Bewertung überhaupt ausreicht, um die Kreditwürdigkeit zu beurteilen: „Natürlich nicht. Die Schufa-Auskunft gibt nur einen Überblick über die Kreditverpflichtungen des Verbrauchers. Der wichtigste Punkt ist aber, ob er einen Kredit zurückzahlen kann. Das hat mit der Schufa wenig zu tun, weil wir weder Einkommen noch Vermögen erfassen.“ (<http://www.wiwo.de/21.7.2007>) Von daher ist das Bestreben der Schufa verständlich, Konsumenten zu ermuntern, durch freiwillige Angaben über Einkommen, Vermögen und Geldanlagen ihren Wert zu verbessern. Darüber wird zumindest gegenwärtig bei der Schufa nachgedacht.

Auf die Frage nach seinem eigenen Score, gab Herr Neumann in dem Interview mit der Wirtschaftswoche bereitwillig Auskunft: „93,69 Prozent. Damit kann ich sehr gut leben. Ich vermute aber, wenn mehr Daten wie Einkommen oder Eigentum berücksichtigt werden könnten, hätte ich einen noch besseren Wert.“

Vor diesem Hintergrund erscheinen die Scorewerte unserer Testpersonen in einem besonderen Licht. Sie reichen von 89,90 bis 99,49%. Eine Ausnahme bildet lediglich eine Testperson, die überschuldet ist und 2004 eine Eidesstattliche Versicherung abgegeben hat, mit einem Scorewert von 10%. Aufgrund des Branchenrisikos kann keine Privatperson einen Score von 100% erreichen, denn es existiert immer ein Restrisiko bedingt durch das eigene Risiko des Kreditinstitutes, das den Score einer Privatperson mindert.

Aus der Auflistung der Basisscores der Testpersonen lässt sich anhand der Berufspositionen keine systematische, logische oder korrelative Zuordnung von Score und Beruf erkennen. Zusätzlich verwirrend wird der Bezug von Score und Beruf, wenn man den Score des Vorstandsvorsitzenden der Schufa als Benchmark heranzieht. Es dürfte wohl berechtigt anzunehmen sein, dass das Kreditausfallrisiko des Vorstandsvorsitzenden der Schufa äußerst marginal ist. Insofern könnte man davon ausgehen, dass zumindest alle Basisscores über 93% unproblematische Ausfallrisiken beschreiben. Es stellt sich dann natürlich auch gleichermaßen die Frage nach ihrem (statistischen) Wert.

**Tabelle 14: Score und Beruf**

Score	Beruf
99,49%	Verwaltungsfachangestellte/r
99,04%	Office-Manager/in
99,01%	Regierungsrat/in
99,00%	Postbeamter/in
98,98%	Verwaltungswirt/in
98,42%	Diplom-Informatiker/in
98,40%	Verwaltungsangestellte/r
97,86%	Hausfrau
97,84%	OP-Manager/in
97,83%	EDV-Programmierer/in
97,31%	Speditionskaufmann/frau
97,17%	Außendienstmitarbeiter/in
97,06%	Zahnarzthelfer/in
95,84%	Chemiker/in
95,32%	Telekom-Mitarbeiter/in
93,69%	<i>Benchmarking: Vorstandsvorsitzender der Schufa</i>
93,59%	Office Manager/in
92,90%	Rezeptionist/in
91,84%	Abteilungsleiter/in
91,82%	Lokführer/in
89,90%	Immobilienmakler/in
10,00%	Außendienstmitarbeiter/in

Des Weiteren ist bei den einundzwanzig Testpersonen weder ein Zusammenhang zwischen Score und Familienstand noch mit Alter erkennbar oder nachweisbar.

Relevanter für die Berechnung des Basisscore scheint die Anzahl der Konten, Kreditkarten und Kredite zu sein. Dieser Eindruck basiert auf den Auskünften der Testpersonen, die auf Rückfragen zu ihren Basisscores von Schufa-Mitarbeitern informiert wurden, dass jedes zusätzliche Konto, jede zusätzliche Kredit-, Geld- oder Kundenkarte den Basisscore automatisch verschlechtert. Dies könnte mit dem oben erwähnten Branchenrisiko zusammenhängen.

Eine Analyse der Profile der Testpersonen lieferte jedoch kein schlüssiges Ergebnis zu dieser Hypothese. Zwölf Testpersonen mit einerseits niedrigen, andererseits hohen Basisscores hatten laufende Kreditverpflichtungen. Bei Testpersonen mit einem Basisscore oberhalb von 97,17% waren diese Kredite jedoch entweder grundpfandrechtl. gesichert oder Autofinanzierungen. Bei Testpersonen mit einem Basisscore unterhalb von 94% handelte es sich in der Regel um langlaufende Kredite (60-72 Monate).

Bei sechs Testpersonen mit einem Basisscore über 98,42 sind keine Telefonkontrakte gespeichert. Personen mit einem Basisscore unter 93,59 haben häufiger zwei oder mehr Telefonkontrakte.

Beim Vorhandensein von Kredit- und Kundenkarten zeigen sich keine vergleichbaren Muster. Die beiden Testpersonen, bei denen Versandhandelbeziehungen gespeichert sind, haben einen 92er bzw. 93er Score.

Neben dem Basisscore erstellt die Schufa auch tagesaktuell einen Branchenscore. Der Branchenscore gibt an, mit welcher Wahrscheinlichkeit es in einer bestimmten Branche zu einem Zahlungsausfall kommt. Eine unserer Testpersonen dürfte das Profil einer ,i-

deale/n' Kreditnehmer/in aufweisen: weiblich, Single, Anfang 30, keine laufenden Kredite, nur ein Konto bei einer Raiffeisenbank, keine Kontoüberziehungen, keine sonstigen gespeicherten Merkmale. Der Basisscore der Testperson ist sehr gut (99,04%). Am 20. September 2007 belief sich der Branchenscore dieser Testperson bei Banken auf 741, bei Genossenschaftsbanken und Sparkassen bei 699. Das Ausfallrisiko liegt bei einer Wahrscheinlichkeit von 0,85% (Banken) bzw. 0,88% (Genossenschaftsbanken und Sparkassen). Die Testperson erhält in beiden Fällen die beste Ratingstufe (A), aber nicht annähernd den besten Punktwert (1.000). Die Differenzen zwischen Basisscore und Branchenscore bei dieser ‚idealen‘ Testperson sind unerklärlich.

Noch weniger verständlich werden diese Differenzen, wenn man die Branchenscores weiterer Testpersonen vergleicht.

Eine Testperson mit einem Basisscore von 98,98% erhält ein B-Rating im Branchenscore, eine andere mit einem Basisscore von 98,40% erhält ein F/G-Rating. 0,6 Punkte Unterschied im Basisscore bewirken eine Abstufung um 4 bzw. 5 Ratingklassen? Umso erstaunlicher und verwirrender wird das Ergebnis, wenn eine dritte Testperson einen Basisscore von 95,84% und ein B/A-Rating, eine vierte Testperson einen besseren Basisscore (97,31%) hat, aber ein schlechteres Rating (Klasse G/ Score 326 bzw. 263) erhält.

Im Falle des Vorliegens von Negativmerkmalen erhält man überhaupt keinen Branchenscore, noch nicht einmal die schlechteste Ratingstufe M, sondern einen Brief:

*...mit Schreiben vom ... baten Sie uns um die Berechnung Ihrer SCHUFA-Branchenscores. Leider ist dies nicht möglich, denn unser Scoreverfahren berechnet Werte immer nur dann, wenn zu einer Person keine Information über noch offene Zahlungsrückstände bzw. Daten aus öffentlichen Schuldnerverzeichnissen der Amtsgerichte vorliegen. Auch wenn Forderungen nach Zahlungsverzug gespeichert sind, die noch nicht mindestens seit einem Jahr erledigt sind, ist eine Berechnung nicht möglich.*

*Gern informieren wir Sie anhand einer SCHUFA-Eigenauskunft, welche Daten zu Ihrer Person bei der SCHUFA gespeichert sind. Jederzeit und vollständig...Wir freuen uns auf Ihren Besuch.*

Nach diesem schriftlichen Besuch erfährt die Testperson dann zum Preis von 7,80 Euro, dass sie einen Basisscore von 10% hat!

Nimmt man die Ergebnisse zu Basisscore und Branchenscore zusammen, so mögen sie mathematisch mit logistischen Regressionsmodellen berechnet worden sein, aber sie ergeben dennoch keinen Sinn. Für Konsumenten sind die Werte des Basisscores und des Branchenscores und mögliche Zusammenhänge zwischen diesen beiden Werten völlig schleierhaft. Die Scorewerte und ihr Zustandekommen sind nicht nachvollziehbar und intransparent. Die Zuordnung eines Scorewertes zu einer Person hängt augenscheinlich von Kriterien ab, die sich einer externen Überprüfung oder Kontrolle entziehen.

## VII.2 Auswirkung von Konditionenfragen

Seit Anfang 2007 fließen nach Auskunft der Schufa keine Konditionenfragen mehr in den Basisscore ein. Noch im Jahr 2006 haben laut einer Studie der Zeitschrift „Finanz-

test“ Preisvergleiche mittels Konditionenfragen bei verschiedenen Kreditinstituten zu einer Verschlechterung des Scores geführt. (Finanztest 1/2007)

Es wurde deshalb auch geprüft, ob in der alltäglichen Beratungspraxis der Kreditinstitute die seit Anfang des Jahres geltende Regel, dass Konditionenfragen nicht zu einer Verschlechterung des Basisscore führen, berücksichtigt wird.

Die erneute Abfrage des Basisscore erfolgte in Abhängigkeit von dem jeweiligen Abschluss der vierten Konditionenfrage eines einzelnen Testers. Da der Abschluss der Feldphase von der zeitlichen Verfügbarkeit der Tester und der Terminvergaben durch die Kreditinstitute bestimmt war, erstreckte sich die zweite Basisscoreabfrage im Wesentlichen auf den Zeitraum vom 8. bis 20. Oktober. Bedingt durch den Nacheinsatz einer Testperson wurde die letzte Basisscoreanfrage am 26. November eingeholt.

Da laut Schufa der Basisscore innerhalb der ersten Woche zu Beginn eines Quartals aktualisiert wird, hätten sich bei einer Nicht-Berücksichtigung der neuen Regel durchgängig Verschlechterung im Scorewert bei allen Testpersonen ergeben müssen, die bereits im September Konditionenfragen durchgeführt haben. Dies war jedoch nicht der Fall, lediglich eine Testperson erhielt einen schlechteren Scorewert als bei der ersten Abfrage. Bei zwei Testpersonen hingegen verbesserte sich der Scorewert in der zweiten Abfrage.

Die Testperson mit einem hohen Ausgangsscorewert, bei der sich der Scorewert bei der zweiten Abfrage um 0,42% verschlechtert hatte, war die einzige Testperson im Sample bei der *drei* von vier Konditionenfragen der Schufa als Kreditfragen gemeldet und auch als solche gespeichert wurden.

Bei der Testperson, deren Score sich innerhalb von 23 Tagen von einem vergleichsweise niedrigen Ausgangswert (89,90) um 2,40% verbessert hat, gibt es keine Erklärung für diesen positiven Anstieg des Scores.

Die dritte Testperson, die eine Scoreverbesserung um 1,40 % erhielt, hat uns berichtet, dass kurzfristig Ende September bei der ersten Scoreabfrage das Girokonto nicht gedeckt war und deshalb drei kleinere Rechnungen unbezahlt geblieben sind. Diese Forderungen wurden jedoch unmittelbar Anfang Oktober mit dem Eingang des Gehalts auf das Konto ausgeglichen. Dies ist für die Testperson die einzige Erklärung für die Scorewertverbesserung im Oktober.

Festzuhalten bleibt, dass es bei einundzwanzig Testpersonen zu drei (15%) nicht bzw. schwer nachvollziehbaren Änderungen des Basisscores innerhalb von vier Wochen gekommen ist. Da die Mehrzahl der Konditionenfragen Anfang Oktober durchgeführt wurde, wäre es für die Annahme oder Ablehnung der Aussage, dass die Konditionenfragen keinen Einfluss auf den Basisscore haben, **sehr angeraten, von den Testpersonen eine erneute Basisscoreanfrage Anfang Januar 2008** durchführen zu lassen.

Interessant ist in diesem Zusammenhang vor allem die Art des Umgangs mit Konditionenfragen durch Kreditinstitute. Die einzelnen Kreditinstitute unterscheiden sich deutlich in ihrer Praxis. Nur die Teambank, die Santanderbank, die GE Money Bank, die Creditplusbank, die SEB und die HypoVereinsbank melden Konditionenfragen auch als solche an die Schufa weiter. Die **Citibank**, die **Commerzbank** und die **Noris-**

**bank** dagegen melden diese als Kreditanfragen und tragen damit möglicherweise zu einer potentiellen Verschlechterung des Basisscore der anfragenden Kunden bei. Interessanterweise werden die Konditionen Anfragen von sechs Sparkassen – und damit der Mehrheit der Sparkassen (75%) im Testsample – überhaupt nicht in der Verbraucherauskunft vermerkt.

**Tabelle 15: Speicherung von Konditionen Anfragen in der Basisscore-Auskunft**

Institut	Konditionen- Anfrage	Kredit- Anfrage	nicht gespeichert
Citibank	0	7	1
Commerzbank	0	8	1
Norisbank	0	5	1
GE Money Bank	8	0	0
Creditplus Bank	8	0	0
Teambank	11	0	0
HypoVereinsbank	6	0	1
Santander Consumer Bank	8	0	0
SEB Bank	7	0	2
Sparkasse	1	1	6

Laut Angaben der Schufa über Fristen der Datenspeicherung auf der Rückseite des Schufa-Verbraucherauskunftsschreiben werden Angaben über Anfragen nach 12 Monaten gelöscht; sie werden aber nur für einen Zeitraum von 10 Tage in Auskünften an Vertragspartner der Schufa weiter gegeben. Auf den Verbraucherauskünften zum Basisscore sind regelmäßig ältere Konditionen Anfragen mit aufgeführt. Es ist unklar, ob die Vertragspartner der Schufa die inhaltlich gleiche Information erhalten wie die Verbraucher.

Nach Unternehmensinformationen der Schufa kann der Umsatz mit Eigenauskünften für das Jahr 2006 auf rund 9,1 Mio. Euro geschätzt werden. Aufgrund dieser Umsatzgröße und wegen des kryptischen Aussagegehalts der Eigenauskunft stellt sich die berechnete Frage, ob der Nutzen der Eigenauskunft auf Seiten der Verbraucher liegt oder ob es sich hierbei nicht vielmehr um ein äußerst geschicktes Geschäftsmodell der Schufa handelt.

### VIII. Zinsangebot in Abhängigkeit vom Score

Die Bandbreite des Nettoeinkommens unserer Testpersonen ist groß. Sie reicht von 1.050 Euro bis 4.000 Euro und liefert damit einen Einkommensquerschnitt der Gesellschaft.

Die Testpersonen unterscheiden sich somit sowohl hinsichtlich ihrer beruflichen Qualifikationen und Positionen wie auch hinsichtlich ihres Einkommens. Scoring müsste, wenn es ein sensibles und reagibles Verfahren darstellt, auf die erheblichen Unterschiede im sozio-ökonomischen Status der Testpersonen reagieren.

Wir haben bereits bei der Gegenüberstellung von Erst- und Zweit-Basisscore-Wert ausgeführt, dass in den Werten selbst, in der Zuordnung zu bestimmten Berufen, in der kreditären Belastung und in der Veränderung der Werte von Quartal zu Quartal keine nachvollziehbare Logik zu erkennen war.

Dieser Eindruck bestätigt sich erneut, wenn zusätzlich die Nettoeinkommen der Personen in Beziehung zum Basisscore-Wert gesetzt werden. Eine Testperson mit einem Nettoeinkommen von 1.050 Euro hat einen Basisscore von 97,06 (Branchenscore: F), ein Nettoeinkommen von 2.675 Euro führt zu einem Basisscore von 89,90 (Branchenscore: G) und eine promovierte Testperson mit einem Nettoeinkommen von 3.600 Euro hat einen Basisscore von 95,84 (Branchenscore: B/A).

Da von Seiten der Scoring-Anbieter und Scoring-User damit argumentiert wird, dass Scoring eine gerechtere und bessere Allokation von Zins- und Kreditkonditionen ermöglicht, haben wir zusätzlich die auf der Basis der Testanfragen erhaltenen Kreditangebote auf eine möglicherweise zugrunde liegende Systematik überprüft.

Die Testpersonen hatten die Vorgabe erhalten, eine Konditionenanfrage für einen Kredit in der Größenordnung von entweder 5.000 oder 10.000 Euro für eine Laufzeit von entweder 24 Monate oder 36 Monate zu stellen.

Einige Kreditinstitute haben in ihren Kreditangeboten nicht nur auf die Kredithöhe und Laufzeit der Anfrage abgestellt, sondern zusätzlich weitere oder andere Kredithöhen- und -laufzeitangebote abgegeben. In der Tabelle 16 ist immer jeweils das niedrigste Angebot abgebildet worden. Die einzelnen Angebote verteilen sich wie folgt:

- 1 Angebot über 2.900 Euro mit 36 Monaten Laufzeit
- 33 Angebote über 5.000 Euro mit 24 Monaten Laufzeit
- 16 Angebote über 5.000 Euro mit 36 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 5.000 Euro mit 55 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 5.000 Euro mit 72 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 5.000 Euro mit 77 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 6.200 Euro mit 36 Monaten Laufzeit
- 15 Angebote über 10.000 Euro mit 24 Monaten Laufzeit
- 11 Angebote über 10.000 Euro mit 36 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 11.000 Euro mit 60 Monaten Laufzeit
- 1 Angebot über 20.000 Euro mit 72 Monaten Laufzeit

In sieben Fällen sind die Kreditsachbearbeiter von den Wünschen der Testpersonen abgewichen und haben grundsätzlich längere Laufzeiten angeboten. Bei längeren Laufzeiten sind die einzelnen Monatsraten zwar niedriger, aber bedingt durch die höhere Zinsbelastung sind auch die Gesamtkosten des Kredits höher.

Die Ursachen für die abweichenden Angebote waren unterschiedlich.

- Das Angebot über 2.900 Euro wurde an die überschuldete Testperson mit dem Hinweis gerichtet, dass das die maximale Kreditsumme sei, die in seiner finanziellen Situation aufgenommen werden könne. Drei Banken haben mit dem Hinweis auf die Überschuldung auf die Abgabe eines Angebots verzichtet.
- Bei der Testperson mit einem Nettoeinkommen von 1.050 Euro sind drei verschiedene Laufzeitangebote für einen Kredit von 5.000 Euro abgegeben worden. Neben 24 Monaten wurden aufgrund des niedrigen verfügbaren Einkommens Laufzeiterweiterungen auf 36 Monate bzw. 55 Monate angeboten. Eine Bank hat

- aufgrund der Einstufung in eine bankinterne hohe Risikoklasse kein Angebot abgegeben.
- Die Santander Bank ist die einzige Bank in der Stichprobe, die bei allen Anfragen einen standardisierten Effektivzins von 7,98% anbietet. Die Variation der Angebote erfolgt bei den Laufzeiten. Von den Testpersonen, die bei der Santander Bank angefragt haben, hat die Testperson mit dem niedrigsten Nettoeinkommen nur eine Laufzeit von 72 Monaten angeboten bekommen.
  - In einem Fall wurde bei 5.000 Euro eine Laufzeit von 77 Monaten angeboten. Diese Laufzeit kam zustande, da das Kreditinstitut der Auffassung war, dass der verfügbare Einkommensrest für eine kürzere Laufzeit zu gering sei. Eine andere Bank hat dieser Testperson kein Angebot unterbreitet, da aufgrund der Lebenshaltungskostenpauschale in Höhe von 650 Euro nach Abzug von Miete und Versicherungsbeiträgen ein Einkommensrest von 14 Euro blieb.
  - Einer Testperson mit einem Kreditwunsch in Höhe von 5.000 Euro und einem Laufzeitwunsch von 24 Monaten wurde ein Kredit in Höhe von 6.200 Euro und einer Laufzeit von 36 Monaten angeboten. Dies deshalb, weil dann gleichzeitig ein noch laufender Kredit in Höhe von 2.000 Euro hätte abgelöst werden können und die Kreditraten dann niedriger wären. Der gleichen Testperson ist von zwei Banken kein Angebot gemacht worden, weil die Leasingraten für das Firmenauto ihres Mannes auf ihrer Schufa-Erklärung gespeichert sind.
  - Auch die Testperson mit einem Kreditangebot über 11.000 Euro und einer Laufzeit von 60 Monaten hat nicht das gewünschte Angebot, sondern nur ein Angebot einschließlich der Umschuldung eines laufenden Kredits in Höhe von 6.000 Euro erhalten.
  - Aufgrund der guten Bonität einer Testperson wurde der Kreditwunsch über 10.000 Euro nicht berücksichtigt, sondern nur ein Angebot über 20.000 Euro über 72 Monate erstellt, mit dem Hinweis, dass die Laufzeit von 72 Monaten durch Sondertilgungen verkürzt werden könne. Die anderen Banken entsprachen Kredit- und Laufzeitwunsch der Testperson.

An den sechs Beispielen mit vom gewünschten Kredit abweichenden Konditionenangeboten aufgrund von geringem Einkommen werden drei Reaktionsweisen deutlich: Sofern das frei verfügbare Nettoeinkommen gering ist, reagieren Kreditinstitute entweder a) mit Laufzeitverlängerung, oder b) mit Kreditverweigerung oder c) indem sie ein Angebot zu den gewünschten Kreditsummen und Laufzeiten unterbreiten. Es zeigt sich somit bereits an diesen Sonderfällen, dass die Kreditinstitute trotz Einsatz von Scoring sehr unterschiedlich und unsystematisch auf die gleiche Testperson reagieren. Bei Menschen mit einem Nettoeinkommen von 1.500 Euro und weniger hängt es offenbar vom Zufall ab, ob und zu welchen Konditionen sie einen Kredit bekommen. Laut der Aussage einer Kreditsachbearbeiterin der Noris Bank, die mit Kreditzinsen ab 4,6% wirbt, kann dieser günstige Zinssatz bei Nettoeinkommen unter 1.500 Euro nicht vergeben werden.

In 15 (18%) der 82 Konditionenfragen wurde kein Angebot seitens der Kreditinstitute abgegeben. Losgelöst von der Einstufung im Schufa-Basisscore erhalten Testpersonen keinen Kredit, weil

- die Leasingraten für den Firmenwagen des Ehemanns in ihrem Schufa-Eintrag gespeichert sind
- sie aufgrund ihres geringen Einkommens ein zu hohes Risiko darstellen
- ihre Belastungen zu hoch sind oder sie noch nicht lange genug bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind

- sie zwei Autofinanzierungen laufen haben
- sie als Bürge für einen Autokredit in der Schufa gespeichert sind
- sie vor drei Jahren eine EV abgegeben haben
- ihr Arbeitsverhältnis zu kurz ist
- ihr verfügbares Einkommen aufgrund der Lebenshaltungskostenberechnung der Bank zu gering ist

Entgegen der Ausführungen der Auskunfteien, dass Scoring die Kreditvergabe erleichtert, sieht man an diesen Beispielen, dass durch automatisiertes Scoring Kreditvergaben verhindert werden.

Mit Ausnahme der abgegebenen eidesstattlichen Versicherung sind dies aber keine zwingenden Verhinderungsgründe sondern liegen in der Organisation und der Gewichtung der jeweils eingesetzten Scoringverfahren. Unterschiedliche Scoringssysteme kommen somit zu unterschiedlichen Ergebnissen, die in einer Reihe von Fällen zur Diskriminierung von Verbrauchern führen. Diskriminierung insofern, weil die Verbraucher aufgrund von automatisierten nicht veränderbaren Systemvorgaben von der Teilnahme am Kreditgeschäft ausgeschlossen werden.

Die Diskriminierung der Verbraucher besteht jedoch nicht nur im Ausschluss vom Kreditgeschäft, sondern auch in der Beurteilung ihrer persönlichen Leistungsfähigkeit aufgrund von unterschiedlichen Kreditbepreisungen.

Die Variabilität der angebotenen Zinssätze für ein und dieselbe Testperson bewegt sich nur bei drei Testpersonen (mit mindestens drei Angeboten) zwischen 2 und unter 3%. Bei vier Testpersonen (25%) weisen die angebotenen Zinssätze zwischen 5% und 6% Differenz auf. Sie reichen von 7,98% bis 13,15%, von 5,49% bis 10,58% und im Extremfall von 7,99% bis 13,49%. Weder der Schufa-Basiscore noch der Schufa-Branchenscore bewirken somit bei den Kreditinstituten eine einheitliche Prognose bzw. eine ähnliche Einschätzung der Kreditausfallwahrscheinlichkeiten. Würden sie diesen Effekt erzielen können, dann dürften die Kreditangebote nicht diese extreme Spreizung haben.

**Tabelle 16: Differenz der Zinssätze verschiedener Kreditinstitute für eine Testperson**

Differenz der Angebote	Testpersonenanzahl*
2% bis unter 3%	3 (18,75%)
3% bis unter 4%	6 (37,5%)
4% bis unter 5%	3 (18,75%)
5% bis unter 6%	4 (25%)

\* Es wurden nur Testpersonen mit mindestens drei Kreditangeboten berücksichtigt

Wie kann es zu diesen erheblichen Unterschieden in den Konditionenangeboten kommen? Betrachten wir den Fall mit der größten Spreizung.

Es handelt sich um eine/n OP-Manager/in, die bislang keine Kredite aufgenommen hat, mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 2.000 Euro. Der Testperson wurde ein automatisiertes Angebot über 9,99 einschließlich RSV angeboten. Ungefähr zwei Stunden nach dem Konditionengespräch bekam die Testperson einen Anruf der Kundenbetreuerin, in der ihr mitgeteilt wurde, dass die Kundenbetreuerin vergessen hätte

zu sagen, dass sich der Effektivzins bei einem Verzicht auf die Möglichkeit einer kostenlosen Sonderzahlung auf 7,99% reduziert.

Die Kreditsachbearbeiterin der zweiten Bank teilte der Testperson vor der Computeranfrage in Kenntnis ihres monatlichen Nettoeinkommens anhand einer Tabelle mit, dass der Effektivzinssatz wahrscheinlich 10,09% betragen würde. Nach der Eingabe ihrer Daten unterbreitete das Computerprogramm ein Angebot mit einem Effektivzins von 11,02% und einer verlängerten Laufzeit auf 36 Monate. Auf dieses zu akzeptierende Ergebnis habe die Sachbearbeiterin keinerlei (Änderungs)Einfluss.

Bei der dritten Bank wurde der Testperson mitgeteilt, dass die Höhe der Zinsen von der Kredithöhe abhinge und die Konditionen automatisch nach der Datenerfassung erstellt würden, ohne dass der Berater darauf Einfluss nehmen kann. Der angebotene Effektivzins war 11,49%. Von der gleichen Bank wurde jedoch in einer anderen Filiale einer anderen Testperson bei gleicher Kredithöhe ein Zins von 7,49% angeboten!

Das Fehlen bisheriger Kredite führte bei der vierten Bank dazu, dass der automatisch ermittelte Effektivzins bei 13,49% lag, denn „wegen des Fehlens von Krediten kann das Kreditverhalten nicht eingeschätzt werden“ (!), obwohl der mögliche Kreditrahmen bei dieser Testperson mit 35.000 Euro angesetzt wurde.

An diesem Beispiel wird die Absurdität, die die Anwendung von Scoringverfahren annehmen kann, besonders eklatant. Es ist für Konsumenten ein finanziell hochriskantes Vabanque-Spiel, an welches Kreditinstitut sie mit ihrer Kreditanfrage geraten. Ganz entgegengesetzt zur Behauptung der Kreditwirtschaft, dass Scoringverfahren die Kreditvergabe erleichtern, wird am Beispiel eines/r unbescholtenen OP-Manager/in deutlich, wie sehr diese Verfahren die Kreditvergabe erschweren. Dieses Ergebnis kann für alle anderen Testpersonen in gleicher Weise durchdekliniert werden.

Nun könnte argumentiert werden, dass die einzelnen Kreditinstitute voneinander sehr unterschiedliche Scoringverfahren entwickelt haben und verwenden. Wenn dem so wäre, dann müssten sich in der *inter*-relationalen wie *intra*-relationalen Betrachtung der Angebote der einzelnen Kreditinstitute spezifische Muster zeigen. Untersucht man unter diesem Gesichtspunkt jeweils die Kreditangebote, zeigt sich bei der *inter*-relationalen Analyse kein Muster in Abhängigkeit von Scorewerten. Deutlich wird jedoch, dass zwei Kreditinstitute besonders häufig die teuersten Konditionenangebote abgeben:

- fünfmal die Teambank (Easy Credit) mit Zinssätzen von 13,39% bis 13,99%
- viermal die Commerzbank mit Zinssätzen von 10,58% bis 13,15%

Ein Kreditinstitut, die SEB Bank, zeichnet sich dadurch aus, dass sie am häufigsten, nämlich viermal, mit Zinssätzen zwischen 5,49% und 9,01% das niedrigste Angebot abgegeben hat.

Auch die *intra*-relationale Analyse offenbart interessante Einblicke:

- die Santander Consumer Bank offeriert einen einheitlichen Kreditzinssatz von 7,98%
- die HypoVereinsbank lehnt mehr Kreditanfragen ab, als sie bewilligt. Im Falle der Angebotsabgabe liegt das Zinsangebot bei 9,71% oder 10,45%
- die Zinsangebote der Citibank liegen im Durchschnitt um 10% herum (mit zwei Ausreißern 6,1% und 11,55%)
- die Zinsangebote der Creditplus Bank bewegen sich mit einer Ausnahme zwischen 10,49% und 11,99%

## Scoring im Praxistest

- bei der Commerzbank liegen die Angebote sehr dicht zwischen 11% und 11,65%, mit zwei Ausnahmen (13,15%)
- auch bei der Teambank liegen die Angebote überwiegend dicht zwischen 13,39 und 13,99%
- die GE Money Bank hat eine Bandbreite von 7,49% bis 13,46%
- bei der Noris Bank reicht die Bandbreite von 7,3% bis 11,6%
- die SEB hat ebenfalls eine sehr große Spreizung von 5,49 bis 11,02
- die Sparkassen haben die größte Spreizung, die von 6,09% bis 14,95% reicht

Das plausible Wirken von Scoringverfahren ist auch bei der *intra*-relationalen Analyse nicht zu erkennen. Entweder werden alle Testpersonen mehr oder minder über einen Kamm geschoren, dann liegen die angebotenen Zinssätze sehr dicht beieinander, oder aber die Spreizung der Effektivzinssätze ist sehr breit und ohne jeden nachvollziehbaren Zusammenhang zur finanziellen Situation der Testpersonen. Durch die *intra*-relationale Analyse der Angebote der Kreditinstitute zwingt sich die Schlussfolgerung auf: Scoringverfahren werden als Pseudo-Legitimationsmittel für das Durchsetzen von Marketinginteressen der Kreditinstitute verwendet. Im Fall der HypoVereinsbank sieht man, dass eine zu vorsichtige Marketingpolitik zur Ablehnung selbst ‚besten Risiken‘ führen kann.

Zusammenfassend ergibt sich aus der differenzierten Betrachtung der Tabelle 16:

Bei der Beurteilung der ein und derselben Person durch unterschiedliche Kreditinstitute zeigen sich nicht nachvollziehbare Differenzen bis zu 100%. Die *inter*-relationale Analyse belegt, dass es teure und zinsgünstigere Kreditinstitut gibt. Die *intra*-relationale Analyse machte deutlich, dass einige Kreditinstitute trotz differenzierter Merkmalsabfrage und -erfassung zu sehr eng beieinander liegenden Zinsangeboten gelangen, die jedoch deutlich über den Werbeangeboten liegen (vgl. dazu Kapitel IV.1). Vier Kreditinstitute weisen extreme Unterschiede in ihren Zinsangeboten auf, wobei kein schlüssiger Zusammenhang zu den Merkmalsausprägungen der Testpersonen erkennbar ist.

Es fällt insgesamt schwer, bei den beschriebenen Unterschieden in den Zinsangeboten bzw. *intra*-relationalen Gleichartigkeiten im Zinsangebot an eine mathematische Trennschärfe und Zuordnungsgenauigkeit sowie einen sinnvollen Einsatz von Scoringverfahren zu glauben. Risikobasierte Kreditbepreisung erweist sich auf der Basis unserer empirischen Ergebnisse als gedankliches Trugbild.

**Tabelle 17: Übersicht Zusammenhang Nettoeinkommen, Scoring, angebotener Zins und Konditionen**

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
1	Hausfrau 1.000 +2.000 Mietein. (Ehemann)	GE Money Bank	5.000	24	geprüft				97,86
2	Hausfrau 1.000 +2.000 Mietein. (Ehemann)	Norisbank	5.000	36				10-11	97,86
3	Hausfrau 1.000 +2.000 Mietein. (Ehemann)	SEB Bank	5.000 + RSV <sup>4</sup> 74,61 <sup>4</sup>	24	247,53	7,16			97,86
4	Hausfrau 1.000 +2.000 Mietein. (Ehemann)	Santander Consumer Bank	5.000	24			227,67	7,98	97,86
5	Zahnarztshelfer/in 1.050	Creditplus Bank	5.000 + RSV <sup>1</sup> 193,09	36	167,61	10,49			97,06
6	Zahnarztshelfer/in 1.050	Commerzbank	5.000	55	116,34	11,65			97,06
7	Zahnarztshelfer/in 1.050	GE Money Bank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 488	24	258	12,49			97,06
8	Zahnarztshelfer/in 1.050	SEB Bank	5.000	24	Risikoklasse 12-15	Angebot nicht möglich			97,06
9	Verwalt.fachangestellte/r 1.100	GE Money Bank	5.000 + RSV <sup>4</sup>	36	237,20	9,9	167	9,9	98,40
10	Verwalt.fachangestellte/r 1.100	SEB Bank	5.000	77			90	8,93	98,40
11	Verwalt.fachangestellte/r 1.100	Commerzbank	5.000	36	Kein Angebot				98,40
12	Verwalt.fachangestellte/r 1.100	Volksbank	5.000 + RSV <sup>4</sup> 51,23	36	170	13,49			98,40

## Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
13	Außendienstmitarbeiter/in 1.200	Santander Consumer Bank	5.000	36	Kein Angebot				10,00
14	Außendienstmitarbeiter/in 1.200	Creditplus Bank	5.000	36	Kein Angebot				10,00
15	Außendienstmitarbeiter/in 1.200	Teambank	5.000	36	Kein Angebot				10,00
16	Außendienstmitarbeiter/in 1.200	Commerzbank	2.900	36				11,24	10,00
17	Rezeptionist/in 1.240	Sparkasse	5.000	24	234,46	11,51			92,90
18	Rezeptionist/in 1.240	Santander Consumer Bank	5.000	72			87,55	7,98	92,90
19	Rezeptionist/in 1.240	Teambank	5.000	24	Angebot ist zu prüfen				92,90
20	Rezeptionist/in 1.240	Norisbank	5.000 + RSV <sup>3</sup> 565,27	24	259,68	11,60			92,90
21	Postbeamte/r 1.500	Santander Consumer Bank	5.000	36			157,16	7,98	99,00
22	Postbeamte/r 1.500	Citibank	5.000 + RSV <sup>4</sup>	36	178,00	8,99	167	8,99	99,00
23	Postbeamte/r 1.500	Sparkasse	5.000	36			155,75	7,79	99,00
24	Postbeamte/r 1.500	Creditplus Bank	5.000 + RSV <sup>4</sup> 260	36	170,90	10,99			99,00
25	Office Manager/in 1.500	Citibank	6.200 + RSV <sup>3</sup> 764,17	36	230	10,31			93,59
26	Office Manager/in 1.500	Teambank	5.000	24		kein Angebot			93,59
27	Office Manager/in 1.500	HypoVereinsbank	5.000	24		kein Angebot			93,59
28	Office Manager/in 1.500	SEB Bank	5.000	24		kein Angebot			93,59

Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
29	Telekom-Mitarbeiter/in 1.500	Sparkasse	5.000	24			228	14,95	95,32
30	Telekom-Mitarbeiter/in 1.500	Creditplus Bank	11.000 + RSV <sup>2</sup> 1.520,46	60	232,06	10,49			95,32
31	Speditionskaufmann/frau 1.550	HypoVereinsbank	5.000 + RSV <sup>6</sup> 39,57	24	230,69	9,71			97,31
32	Speditionskaufmann/frau 1.550	Commerzbank	5.000 + RSV	24	255,25	11,1			97,31
33	Speditionskaufmann/frau 1.550	Sparkasse	5.000 + RSV 257,94	24	234	12,51			97,31
34	Speditionskaufmann/frau 1.550	Genossenschaftsbank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 574,65	24	265	13,39			97,31
35	Office-Manager/in 1.600	Creditplus Bank	10.000 + RSV <sup>1</sup> 595,83	24	486,79	9,99	463,63	10,99	99,04
36	Office-Manager/in 1.600	Norisbank	10.000 + RSV <sup>9</sup> 344,42	24	468,98	8,50	453,00	8,50	99,04
37	Office-Manager/in 1.600	Santander Consumer Bank	10.000	24			454,67	7,98	99,04
38	Office-Manager/in 1.600	Teambank	10.000 + RSV <sup>4</sup> 73,18	24	470,00	11,49	466,00	11,49	99,04
39	Lokführer/in 1.600	Commerzbank	5.000 + RSV <sup>8</sup>	36	174,77	11,21			91,82
40	Lokführer/in 1.600	Creditplus Bank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 226,16	36	169,70	11,99			91,82
41	Lokführer/in 1.600	Teambank	5.000	36			195,00	13,99	91,82
42	Lokführer/in 1.600	GE Money Bank	5.000 + RSV <sup>4</sup> 103,20	36	170,00	12,41			91,82

Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
43	Verw.fachangestellte/r 1.745	Volksbank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 683,57	24	258	8,49			99,49
44	Verw.fachangestellte/r 1.745	Norisbank	10.000 + RSV <sup>3</sup> 136,28	24	454,31	7,3			99,49
45	Verw.fachangestellte/r 1.745	Santander	10.000	24			455,91	7,98	99,49
46	Verw.fachangestellte/r 1.745	Citibank	10.000 + RSV <sup>5</sup> 672	24	207	10,2			99,49
47	Außendienstmitarbeiter/in 1.846	SEB Bank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 636,18	24	180,30	9,01			97,17
48	Außendienstmitarbeiter/in 1.846	GE Money Bank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 559,10	24	262,00	12,46			97,17
49	Außendienstmitarbeiter/in 1.846	Teambank	5.000 + RSV <sup>3</sup> 460,02	24	260,00	13,99			97,17
50	Außendienstmitarbeiter/in 1.846	Citibank	5.000 + RSV <sup>4</sup>	24	240,00	11,55			97,17
51	OP-Manager/in 2.000	GE Money Bank	10.000 + RSV <sup>2</sup> 974,00	24	512,00	11,48	466,00	11,49	97,84
52	OP-Manager/in 2.000	SEB Bank	10.000 + RSV <sup>5</sup> 1.163,23	36	363,82	11,02			97,84
53	OP-Manager/in 2.000	Teambank	10.000 + RSV <sup>5</sup> 1.225,19	24	532,00	13,49	474,00	13,49	97,84
54	OP-Manager/in 2.000	Creditplus Bank	10.000 + RSV <sup>2</sup> 632,94	24	479,50	7,99			97,84

## Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
55	Abt.leiter/in Call Center 2.300	Santander Consumer Bank	5.000	24	Kein Angebot, weil Belastun- gen zu hoch.				91,84
56	Abt.leiter/in Call Center 2.300	Sparkasse	5.000 + RSV <sup>2</sup> 405,41	24	234,07	7,7			91,84
57	Abt.leiter/in Call Center 2.300	HypoVereinsbank	5.000	24	Kein Angebot, weil Arbeits- verhältnis zu kurz (1/2 Jahr)				91,84
58	Abt.leiter/in Call Center 2.300	GE Money Bank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 601,70	24	266,00	13,46			91,84
59	Dipl.-Informatiker/in 2.500	Citibank	5.000 + RSV <sup>2</sup> 402,70	24	247,00	9,75			98,42
60	Dipl.-Informatiker/in 2.500	HypoVereinsbank	5.000	24	Kein Angebot wegen Auto- finanzierung				98,42
61	Dipl.-Informatiker/in 2.500	Norisbank	5.000 + RSV <sup>4</sup> 161,26	24	235	7,7			98,42
62	Dipl.-Informatiker/in 2.500	Commerzbank	5.000 + RSV <sup>4</sup>	24	236,34	13,15			98,42
63	angestellte/r Immobilien- makler/in 2675	HypoVereinsbank	10.000 + RSV <sup>2</sup> 850,56	36	349,54	10,45	322,59	10,45	89,90
64	angestellte/r Immobilien- makler/in 2675	Santander Consumer Bank	10.000	36			313,77	7,98	89,90
65	angestellte/r Immobilien- makler/in 2675	Creditplus Bank	10.000 + RSV <sup>2</sup> 816,94	36	349,12	10,49	322,75	10,49	89,90
66	angestellte/r Immobilien- makler/in 2675	Commerzbank	10.000 + RSV <sup>2</sup>	36	354,57	11,53	327,20	11,53	89,90

## Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
67	Verwaltungswirt/in im Öffentl. Dienst 2.750	Sparkasse	10.000 + RSV <sup>b</sup>	36		8,17			98,98
68	Verwaltungswirt/in im Öffentl. Dienst 2.750	GE Money Bank	10.000 + RSV <sup>c</sup>	36		7,49			98,98
69	Verwaltungswirt/in im Öffentl. Dienst 2.750	Commerzbank	10.000 + RSV <sup>c</sup>	36		10,58			98,98
70	Verwaltungswirt/in im Öffentl. Dienst 2.750	SEB Bank	10.000	36				5,49	98,98
71	EDV-Programmierer 2.834 1.000 Mieteinnahme	Sparkasse	10.000	24			451,50	7,98	97,83
72	EDV-Programmierer 2.834 1.000 Mieteinnahme	SEB Bank	10.000 + RSV <sup>d</sup> 135,78	24	459,94	8,08			97,83
73	EDV-Programmierer 2.834 1.000 Mieteinnahme	Commerzbank	10.000 + RSV <sup>d</sup>	24	472,73	13,15			97,83
74	EDV-Programmierer 2.834 1.000 Mieteinnahme	Citibank	10.000 + RSV <sup>e</sup> 472,90	24	484,89	10,9			97,83

## Fortsetzung Tabelle 17

Nr.	Testpersonen Nettoeinkommen	Bank	Kredithöhe (in €)	Laufzeit (in Mon.)	Kreditrate (in €) mit RSV	eff. Zins mit RSV laut An- gabe der Bank	Kreditrate (in €) ohne RSV	eff. Zins ohne RSV	Schufa- Score
75	Prom. Chemiker/in Öff. D. 3.600	Norisbank	5.000 + RSV <sup>2</sup>	24		7,3			95,84
76	Prom. Chemiker/in Öff. D. 3.600	Teambank	5.000	24	Kein Angebot wg.Schufa- Eintrag				95,84
77	Prom. Chemiker/in Öff. D. 3.600	Citibank	5.000 + RSV <sup>2</sup>	24		6,1			95,84
78	Prom. Chemiker/in Öff. D. 3.600	HypoVereinsbank	5.000	24	Kein Angebot wg. Schufa- Eintrag				95,84
79	Regierungsrat/in im Öff. Dienst 4.000	HypoVereinsbank	10.000	36			339,47	10,45	99,01
80	Regierungsrat/in im Öff. Dienst 4.000	Sparkasse	10.000	36			305,00	6,09	99,01
81	Regierungsrat/in im Öff. Dienst 4.000	Citibank	20.000	72			426,00	10,41	99,01
82	Regierungsrat/in im Öff. Dienst 4.000	SEB Bank	10.000 + RSV <sup>4</sup> 432,88	36	327,62	8,01			99,01

- 1 RSV Arbeitslosigkeit, Erwerbsunfähigkeit, Krankheit/Unfall  
2 RSV Tod, Arbeitslosigkeit, Erwerbsunfähigkeit, Krankheit/Unfall  
3 RSV Tod, Arbeitslosigkeit  
4 RSV Tod  
5 RSV Tod, Arbeitslosigkeit, Krankheit/Unfall  
6 RSV Tod, Arbeitslosigkeit, Erwerbsunfähigkeit  
7 RSV Tod, Erwerbsunfähigkeit, Krankheit/Unfall  
8 RSV Tod, Krankheit/Unfall  
9 RSV Tod, Erwerbsunfähigkeit

## DRITTER ABSCHNITT: ÜBERTRAGUNG DER ERGEBNISSE

### I. Zusammenfassung und Fazit

*„Auch Scoringsysteme enthalten durch die Auswahl der für das Scoring verwendeten Kriterien ein starkes Maß an Subjektivität. Sie sind in der Regel für Verbraucher nicht transparent und werden als Geschäftsgeheimnis gehandelt, das Informationsvorsprünge gegenüber Wettbewerbern und ein besseres Risikomanagement und damit höhere Gewinnmargen ermöglicht. Konsumenten können daher von verschiedenen Kreditgebern unterschiedlich gescort und mit Bonitätsratings versehen werden, ohne Kontroll- oder Veränderungsmöglichkeiten der ihnen durch das Verfahren auferlegten Labels zu haben.“ (Korczak 2005:74)*

Dieses Fazit, das 2005 als ein Ergebnis der Studie „Verantwortungsvolle Kreditvergabe“ gezogen wurde, hat nichts von seiner Aktualität und Gültigkeit eingebüßt, wie die Ergebnisse des vorliegenden Gutachtens zeigen.

Um die Diskussion über die tatsächliche Anwendung von Scoring in der Alltagsrealität auf solide Füße zu stellen, haben wir uns bei der methodischen Anlage dieser Studie für das Verfahren des ‚Mystery Shoppings‘ entschieden. Der Einsatz dieses Verfahrens hat uns die Möglichkeit eröffnet, festzustellen, wie die Situation am ‚point of sale‘ de facto abläuft.

Die Bandbreite der eingesetzten Testkäufer von dem/r Zahnarztthelfer/in bis hin zum/r Regierungsrat/in, die Spreizung des Netto-Einkommens von 1.050 Euro bis hin zu 4.000 Euro, das Alter der Tester/innen von 27 bis 60 Jahren, die regionale Verteilung von Hamburg bis München, von Düsseldorf bis Berlin haben bewirkt, dass ein repräsentatives, zuverlässiges und valides Bild des Einsatzes von Scoring in der Republik gezeichnet werden konnte.

Der Aufwand, den die zehn berücksichtigten Kreditinstitute zur Sammlung von Kundendaten betreiben ist gewaltig. Nach Auskunft von Kreditsachbearbeitern werden – je nach Bank – 150 bis 300 verschiedene Merkmale eines (potentiellen) Kreditnehmers bei einer Kreditentscheidung berücksichtigt. Der gewaltige Umfang der Merkmale Adresse, Alter, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Monatseinkommen, Mietbelastung, Schufa-Auskunft, Familienstand, Wohndauer, Beruf, Beschäftigungsdauer, Arbeitgeber, Anzahl der Bankverbindungen und vorhandener Kredite ist für jeden Kunden aufgrund der Abfrage der Kreditsachbearbeiter sichtbar.

Absolut intransparent bleibt ihm jedoch, was letztlich mit seinen Angaben geschieht und wie Schlussfolgerungen gezogen werden. Wie groß die Unkenntnis in der Bevölkerung hinsichtlich des Scorings ist, zeigt die Tatsache, dass lediglich 12% der Bevölkerung den Begriff ‚Scoring‘ kennen. Nach Ansicht des Datenschutzes und der Aufsichtsbehörden herrscht hier ein großes Informationsdefizit. Dieses Defizit wird von Auskunftsteilen und Kreditinstituten überhaupt nicht bestritten, im Gegenteil, es wird als Geschäftsgeheimnis und Vermögenswert kultiviert.

Besondere Betonung wird außerdem von Scoring-Anwendern und -Usern auf die statistisch-mathematische Fundierung des Verfahrens gelegt. Auch der Bericht des BMI betont, dass für Scoringverfahren ausschließlich Merkmale zulässig sind, deren Rele-

vanz zur Einschätzung der Bonität eines Kunden durch wissenschaftlichen Standards entsprechenden mathematisch-statistischen Verfahren nachgewiesen wurde. Die solchermaßen kreierten und entwickelten Systeme sollen die Produktion von Zufallsergebnissen verhindern, wie sie ohne den Einsatz dieser Verfahren durch Sympathiefaktoren, Vorurteile auch negativer Art etc. zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber möglich sind, also das, was in der Banker-Terminologie der „Nasenfaktor“ genannt wird.

Bisher ist uns aber keine einzige Studie bekannt geworden, in der die Trefferquote per „Nasenfaktor“ durch langjährig erfahrene Banker verglichen wurde mit derjenigen aus der Analyse von Scoring-Daten. In der evidenzbasierten Medizin ist der Vergleich von Placebo und zu prüfendem Produkt oder zwischen zwei Produkten in Form von kontrollierten randomisierten Doppelblind-Studien wissenschaftlicher Standard zum Nachweis der Wirksamkeit eines Medikamentes oder einer Therapie.

Solange sich jedoch die Scoringverfahren jeder wissenschaftlichen Prüfung entziehen und als Geschäftsgeheimnis bezeichnet unter Verschluss gehalten werden, lässt sich deren prognostische Validität nicht einschätzen.

Zu vermuten ist, dass vielfach Scoringverfahren mit Scheinkorrelationen arbeiten. Scheinkorrelationen sind statistisch signifikante Korrelationen zwischen zwei oder mehr Variablen, die nicht auf einen kausalen Zusammenhang zurückzuführen sind.

Das Vorliegen einer Korrelation ist eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für eine Kausalbeziehung. Scheinkorrelationen kommen besonders häufig vor, wenn beide Faktoren gleichzeitig von einer (nicht gemessenen) Drittvariable verursacht werden.

Das Auftreten von Scheinkorrelationen ist um so wahrscheinlicher, je größer die Menge an gesammelten Daten ist, und zwar durch puren Zufall. Bei der offenkundig vorhandenen Begehrlichkeit von Auskunfteien, Banken und öffentlichen Einrichtungen ist zu befürchten, dass die Menge der vorhandenen Daten allein schon zahlreiche Scheinkorrelationen verursacht. Mangels prognostisch valider Daten wird alles gesammelt, was im normalen Geschäftsalltag an Daten anfällt, und dann theoretisch ungesteuert korreliert.

Wissenschaftlich ist aber nur theoretisch gesteuerter systematischer Informationsverzicht auf Daten, von denen man weiß, dass sie keine kausale Wirkung auf das zu untersuchende Phänomen haben.

Die weiteste Verbreitung unter Scoring-Anbietern und Scoring-Nutzern hat offenbar die als „ökologischer Fehlschluss“ bekannte Fehlinterpretation von Korrelationen auf der Ebene von Aggregatdaten.

„Ökologisch“ bedeutet hier kollektiv oder aggregiert und geht auf die Stadtsoziologie der sog. Chikogo-Schule in der empirischen Sozialforschung zurück. Der Begriff wurde erstmals 1950 von W.S.Robinson geprägt.

Gemeint ist damit: Zusammenhänge auf der Aggregatebene von Daten werden so interpretiert, als spiegelten sie Zusammenhänge auf der Individualebene wieder.

Wenn z.B. im Kreditvergabeprozess darauf verzichtet wird, die näheren Umstände eines Antragsstellers individuell zu prüfen – was zumindest bei Kreditfabriken immer so ist – der Betreffende einer Kategorie, Risikoklasse genannt, zugeordnet wird, und daraus dann auf die individuelle Ausfallwahrscheinlichkeit dieses Kredits geschlossen wird, dann handelt es sich um einen typischen „ökologischen Fehlschluss“.

Eine Reihe solcher Fehlschlüsse sind auch hinsichtlich der Einstufung der Testpersonen erkennbar, wenn Personen mit hohem Einkommen oder wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit aufgrund von fehlerhaften, unzulänglicher oder irreführender Speicherung von Daten keine Kreditangebote erhalten. Der Versuch, in diesem Gutachten logische und plausible Zusammenhänge zwischen Lebenssituation und Lebenslage einer Person, Schufa-Basisscore und Zins- und Konditionenangebot herzustellen, ist misslungen. Er ist misslungen, weil es diese Zusammenhänge offenbar nicht gibt. Die extrem hohe Variabilität der angebotenen Zinssätze für ein und dieselbe Testperson löst massive Zweifel an Sinn, Nutzen und Leistungsfähigkeit des Scoring aus.

Unter dem Gesichtspunkt der Teilhabechancen in einer Gesellschaft, die im Kontext der EU als ‚*social inclusion*‘ bezeichnet wird, sind Scoringssysteme wegen ihrer schlechten Treffergenauigkeit und weil sie Verbrauchern den Zugang zum Kreditgeschäft erschweren, verteuern und sie teilweise davon ausschließen, als diskriminierend zu bezeichnen.

Ob Scoring diskriminiert, war eine der Erkenntnis leitenden Fragestellungen, die als Zielsetzung dieses Gutachtens formuliert wurden. Die Frage muss leider bejaht werden.

Werden beim Scoring Kriterien berücksichtigt, die nicht kreditrelevant sind? Zur Beantwortung dieser Frage müsste zuerst ermittelt werden, welche Kriterien denn tatsächlich kreditrelevant sind. Wir haben dazu eine klare Auffassung: Kreditrelevant ist die Kapitaldienstfähigkeit, d.h. der verfügbare Einkommensrest der für die Laufzeit eines Kredits zur Tilgung desselben verwendet werden kann. Für die Ermittlung des verfügbaren Einkommensrestes bedarf es keiner elaborierter mathematischer Verfahren, es reicht die einfache Arithmetik von Addition und Subtraktion der Einnahmen und Ausgaben. Insofern werden beim Scoring zahlreiche Kriterien berücksichtigt, die nicht kreditrelevant sind, wie z.B. Wohndauer, Beruf, Beschäftigungsdauer, Arbeitgeber, berufliche Stellung, Branche, Kfz-Besitz etc. Unserer Ansicht nach sind nur acht Merkmale für die Beurteilung der Kreditwürdigkeit relevant: Identität und Adresse, Monatseinkommen, Mietbelastung (einschl. Nebenkosten), Familienstand, Anzahl unterhaltsberechtigter Kinder, Anzahl vorhandener Kredite und die Höhe der Kreditbelastungen, Zahlungsverpflichtungen und die Höhe der Lebenshaltungskosten.

Woher stammen die verwendeten Daten/Scores? Die Daten stammen in aller Regel von den Kreditnehmern selbst, indem sie Personalausweis und Lohn- und Gehaltsbescheinigungen vorlegen müssen und zahlreiche Zusatzinformationen abgeben müssen. Es ist völlig ungeklärt, was mit den Daten letztlich geschieht, die eine Person bei einer Konditionen-anfrage im Kreditinstitut hinterlässt. Mehrere Kreditinstitute haben gegenüber unseren Testpersonen geäußert, dass sie die im Konditionengespräch gemachten Angaben mindestens ein Jahr speichern wollen. Welche zusätzlichen Datenquellen außer Schufa- und/oder Infoscore-Daten zu einer Person dazu gespielt werden, konnte auch durch diese Untersuchung nicht geklärt werden. Die Kreditsachbearbeiter verweigerten hierzu die Auskunft und hüllten sich in nebulöse Formulierungen.

Sind die Datensätze korrekt und vollständig? Bei mindestens drei von einundzwanzig Testpersonen stimmten in der Schufa-Eigenauskunft aufgeführte Daten nicht. Dies entspricht 14,2%. Wir hüten uns davor anzunehmen, dass in dieser Größenordnung die Dateien der Schufa fehlerhaft sind. Für die durch die Testpersonen zufällig gebildete Stichprobe ist es eine erstaunlich hohe Fehlerquote. Die Ergebnisse legen die

Durchführung einer großen quantitativen Überprüfung der bei der Schufa gespeicherten Individualdaten nahe. Inwieweit die angefragten Kreditinstitute mit korrekten und vollständigen Datensätzen arbeiten, kann nicht beurteilt werden, da selbst im Konditionengespräch 62% der Testkunden kein Einblick in die Speichervorgänge gewährt wurde. Dies steht im krassen Gegensatz zur Öffentlichkeit, die teilweise durch die Großraumbürosituation während der Konditionenabfrage gegeben war.

Wie transparent wird das Scoring eingesetzt? Die Antwort ist einfach: sie lautet kurz und bündig überhaupt nicht transparent. 46% der Kreditsachbearbeiter informieren die Testpersonen nicht über den Einsatz eines Scoringverfahrens, bei 23% erfolgte eine entsprechende Information erst auf Nachfrage der Testpersonen. In 30% der Testgespräche wird nicht die Einwilligung zur Schufa-Abfrage eingeholt.

Wird Verbrauchern Einblick in die zugrundeliegenden Daten und Gewichtung gewährt? Nein, in 91% der Gespräche wird der Scorewert nicht mitgeteilt. Die Testpersonen werden weder über erzielte Werte im Scoringverfahren informiert, noch wird ihnen die Bedeutung, die Auswahl oder die Gewichtung ihrer Informationen im Scoringverfahren erläutert. 62% der Testkunden ist *kein* Angebot zur Kontrolle der Vollständigkeit oder der Richtigkeit der im System der Kreditinstitute gespeicherten Daten oder Scores gemacht worden. In der Regel ziehen sich die Kreditsachbearbeiter auf den Computer als *deus ex machina* zurück, auf dessen Entscheidung sie keinen Einfluss haben.

Wird gegen das Verbot der automatisierten Entscheidung (§ 6a BDSG) verstoßen? Ja, in 77% der Gespräche erfolgte die Entscheidung für ein bestimmtes Kreditangebot als automatisierte Entscheidung, d.h. die Kreditsachbearbeiter geben an, keinen Einfluss und auch keine Änderungsmöglichkeiten auf den Vorschlag des Computer-Systems zu haben. Dies führt zu solchen Absurditäten, dass unbescholtene und einkommensstarke Testpersonen mit hohen Zinsen abgestraft werden, weil dem ‚System‘ keine Informationen über ihr Kreditverhalten vorliegt. Die in der Öffentlichkeit verbreitete Behauptung der Auskunfteien und der Kreditinstitute, dass *keine* automatisierten Entscheidungen hinsichtlich der Höhe des Kreditzinses und der Laufzeit vorgenommen werden, ist nach den empirischen Ergebnissen unserer Studie *falsch*.

Führt das Einholen von Angeboten dazu, dass sich der Schufa-Basissscore verschlechtert? Hier ist eine positive Nachricht zu vermelden. Nachdem Datenschutz- und Verbraucherverbände auf diese Missstände aufmerksam gemacht haben, haben Auskunfteien und Kreditinstitute offensichtlich reagiert. Das Verschaffen von Marktüberblick und der Versuch, Markttransparenz für den Abschluss eines Kredits zu erhalten, führt weder zu einer Verschlechterung des Basiscores noch zu einer Verschlechterung der Konditionenangebote. Allerdings sind Defizite in der Übermittlung an die Schufa festzustellen. Drei Banken (Citibank, Commerzbank, Norisbank) melden der Schufa weiterhin Konditionenabfragen als Kreditanfragen. Dieses Ergebnis sollte jedoch im ersten Quartal 2008 nochmals überprüft werden, denn möglicherweise treten entsprechende Effekte im Basissscore erst zeitverzögert auf.

Stimmt die Behauptung von Banken und Scoring-Anbietern, dass Scoringverfahren auch im Interesse von Verbrauchern sind, da auf diese Weise mehr Verbraucher schneller und zu besseren Konditionen einen Kredit erhalten? Diese Behauptung wird durch die Empirie nicht gestützt. Im Gegenteil, kreditwürdige Verbraucher erhalten durch den Einsatz von Scoring seltener und zu erschwerten Bedingungen Kredite. Die Konditionen sind für keinen Kreditnehmer besser, da es hochgradig zufällig ist, ob ein

potentieller Kreditnehmer an ein Kreditinstitut gerät, das ihn positiv beurteilt, oder an ein Institut, das ihn aus nicht nachvollziehbaren Gründen negativer beurteilt. Sicher ist nur, dass der Einsatz von Scoring für Scoring-Anbieter ein hoch erträgliches Geschäft ist, wie man allein an den von der Schufa mit der Verbrauchereigenauskunft erzielten Millionen-Umsätzen sieht.

Als Fazit der Untersuchung lässt sich somit festhalten: *Das Scoring hat den Praxistest nicht bestanden.*

## II. Konsequenzen für andere Bereiche

Es wurde aus der Darstellungen der Sichtweise des Verbrauchers und Datenschutzes im Abschnitt 1 deutlich, dass Scoring eine Art Exportartikel ist, der über die Anwendung in der Kreditwirtschaft hinaus Verbreitung in anderen Branchen findet. Scoring kann letztlich im Begriff ‚*Data mining*‘ subsumiert werden. Unter Data Mining versteht man die Anwendung von (statistisch-mathematischen) Methoden auf einen Datenbestand mit dem Ziel der Mustererkennung. (Shearer 2007). Dies erinnert eindeutig an die eingangs formulierte Definition von Scoring.

Die Vorgehensweise ist nahezu deckungsgleich. „Nachdem die Daten erfolgreich aus den jeweiligen Systemen extrahiert worden sind, müssen sie für die weitergehende Analyse inhaltlich und formal aufbereitet werden. Die ideale Anwendungsumgebung stellt alle benötigten Daten konsistent abgebildet in einem Data Warehouse bereit.“ (a.a.O.). In den beschriebenen Kreditfabriken wird nichts anderes gemacht.

Die intensive Datenauswertungen führen zur Bildung von Bewertungs-, Ranking- und Cluster-Verfahren, die für Kundensegmentierung im Marketing und Management von Kundenbeziehungen (Customer relationship management CRM) eingesetzt werden.

Dies ist im Handel (Metro, Aldi, Karstadt etc.) über die Ausgabe und Analyse von Kundenkarten schon weit fortgeschritten und wird von vernetzten Providern wie der Firma Schober für alle Marktsegmente angeboten. Schober und ähnliche Unternehmen sind deshalb besonders interessant, weil sie Adresssammlung und -verwaltung mit mikro-geografischen Informationen und Informationssystemen und zusätzlich mit auf der Individualebene gesammelten Marktforschungsdaten verknüpfen. Bei Schober können laut Eigenwerbung 50 Millionen Privatadressen mit 19 Millionen persönlich bewerteten Gebäuden und 5 Millionen Konsumenten mit konkreten Interessen und Kaufabsichten zusammengespielt und nach allen Regeln der Kunst ausgewertet werden.

Den Versicherungen steht – wie beschrieben – mit dem Informationssystem „HIS/Uniwagnis“ ebenfalls eine riesige vielschichtige Datei im Sinne des Data Warehouse zur Verfügung. Dieses System wird bereits aktiv bei der Vergabe von Hypothekendarlehen, bei der Beurteilung der Risiken von Lebensversicherungen und bei Kfz-Versicherungen genutzt.

Zusehens problematisch werden die Systeme der Versicherungswirtschaft, wenn davon ausgegangen wird, dass ein Zusammenhang zwischen Schadensrisiko und Bonität besteht. Es ist unmittelbar einleuchtend, dass zukünftig Bonitätsauskünfte zur Rechtfertigung von Risikozuschlägen verwendet werden könnten. Wenn bei der Herstellung solcher Zusammenhänge mathematisch-statistisch in vergleichbarer Weise wie beim Kreditscoring verfahren wird, dann gelangt man auch in der

Kreditscoring verfahren wird, dann gelangt man auch in der Versicherungswissenschaft zu Scoreklassen – die einen ähnlich zweifelhaften Aussagewert haben wie die Scoreklassen der Kreditwirtschaft.

Die Konsequenzen solcher Konstruktionen, wenn sie denn wahr würden, sind äußerst bedenklich, aber datenschutzrechtlich aufgrund der damit verbundenen Diskriminierung und Verletzung der informellen Selbstbestimmung nicht haltbar.

Ein ähnlich sensibler Bereich wird in der Wohnungswirtschaft berührt. Negative Auskünfte einer Auskunftsteilnehmerin haben in der Regel die Konsequenz, dass Wohnungen nicht angemietet werden können. Das Ergebnis ist nicht Obdachlosigkeit, aber möglicherweise die Anmietung einer ‚subprime‘-Wohnung in einem ‚Red lining‘-Quartier.

Generell ist fraglich, ob ein Vermieter vor dem Abschluss eines Mietvertrages ein berechtigtes Interesse an Bonitätsauskünften haben kann. Selbst wenn man das aufgrund des Risikos von ‚Wohnnomadentum‘ bejahen würde, ist ungeklärt, an welchen Daten ein solches Interesse bestehen könnte.

Für die bei Auskunftsteilnehmern vorgehaltenen Bonitätsinformationen und der Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsausfalls bei einem Mietvertrag gibt es zur Zeit keine verlässlichen Daten. Wie man aus der Überschuldungsforschung weiß, ist die Möglichkeit des Wohnungsverlustes und damit möglicherweise eintretender Obdachlosigkeit ein Schreckgespenst für alle bereits überschuldeten Personen. Es wird deshalb in aller Regel jede erdenkliche Energie freigesetzt, um diesen Wohnungsverlust zu verhindern. Die Möglichkeit, Wohngeld zu beziehen, und im Notfall die Übernahme der Mietkosten durch das Sozialamt mindern in dieser Hinsicht auch das Ausfallrisiko eines Vermieters. Das Einholen von Bonitätsauskünften ist daher sowohl für Mieter wie Vermieter hinsichtlich des Mietzinses wenig erhellend.

Bei den übermittelten Bonitätsauskünften können weder Mieter noch Vermieter erkennen, welche Daten dem Score zugrunde liegen. Hinzu kommt, dass Vermieter keine für das Mietverhältnis spezifische Erfahrungswerte oder mietvertragsspezifische Daten in die Auskunftsteilnehmerin melden. Das Dilemma der deutschen Wohnungsforschung besteht darin, dass es seit Jahrzehnten keine wissenschaftliche Untersuchung zu dem Thema gibt, wie Mietschulden entstehen und bewältigt werden. Ein solches Forschungsvorhaben wird schon seit geraumer Zeit von Seiten der Armut- und Überschuldungsforschung, jedoch bislang ohne Erfolg, eingefordert. Erst bei Vorliegen der Ergebnisse einer solchen Untersuchung könnte man auf solider Basis über einen Zusammenhang von wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit und dem Auftreten von Mietschulden diskutieren.

Noch mehr als bei Versicherungen sollte daher im Mietbereich in Anbetracht der vorgestellten Kryptik der Ergebnisse zum Kreditscoring gelten, einen solchen Einsatz nicht in Erwägung zu ziehen bzw. rechtlich zu verhindern.

Eine entsprechende wachsame Haltung gilt auch für den Gedanken, dass ein großer Versicherungskonzern die Begehrlichkeit entwickeln könnte, eine große Auskunftsteilnehmerin aufzukaufen, um seine Versicherungsdatensätze in einem großen Data Warehouse mit den Bonitätsdatensätzen zu verschmelzen. Hier sollten von Seiten des Daten- wie Verbraucherschutzes Vorbeugungsmaßnahmen getroffen werden.

### III. Handlungsempfehlungen

Bei Scoring-Produzenten und Scoring-Nutzern handelt es sich um einflussreiche und finanzstarke Institutionen, denen der Staat sowohl was Aufsicht und Kontrolle als auch was Forschung angeht, wesentlich stärkere Mittel entgegensetzen sollte. Das kann Aufgabe des Verbraucherschutzes sein, kann aber auch in Abstimmung mit dem Datenschutz, dem Innenministerium, dem Finanz- und dem Familienministerium erfolgen. Da ersichtlich wurde, in welcher massiver und statistisch fragwürdiger Weise Scoring in die Teilnahmemöglichkeiten der Konsumenten eingreifen kann und auch eingreift, ist ein koordiniertes Vorgehen der verschiedenen Ressorts zu empfehlen.

Der Diskurs in der Fachöffentlichkeit hat gezeigt, dass Uneinigkeit herrscht, ob es eines neuen Gesetzes bedarf oder nur einer besseren Durchführungskontrolle vorhandener Gesetze, um eine missbräuchliche Anwendung von Scoring zu verhindern bzw. einzuschränken. Einer Aufweichung bestehender Datenschutzbestimmungen sollte in jedem Fall entgegengewirkt werden. Vielmehr sollten die Auflagen vor dem Hintergrund der präsentierten empirischen Ergebnisse im Sinne der Forderungen des Daten- und Verbraucherschutzes verschärft werden.

Sowohl die Durchsicht der Literatur wie auch die empirischen Ergebnisse haben gezeigt, dass Scoringverfahren völlig intransparent eingesetzt werden. Weder ist für den Verbraucher nachvollziehbar, wie diese Verfahren ablaufen, noch welche Daten im Einzelfall in den jeweiligen Score eingehen. Die Transparenz der Verfahren und des Vorgehens sollte zwingend vorgeschrieben werden. Verbraucher haben das Recht und müssen es auch problemlos wahrnehmen können, kostenlos Einblick in diese Daten zu nehmen und auch deren Herkunft nachvollziehen können. Es drückt eine gewisse Absurdität aus, dass Auskunfteien Geld dafür verlangen, dass Verbraucher die ohne ihr Wissen oder aufgrund von alltäglichen Geschäftsbeziehungen dort gespeicherten Daten einsehen können. Die gegenwärtig vorhandene ‚Holschuld‘ der Verbraucher sollte in eine ‚Bringschuld‘ der Auskunfteien umgewandelt werden.

Auf der Basis der kontrovers geführten Diskussion in der Fachöffentlichkeit sowie der hier vorgelegten empirischen Ergebnisse ist es offenkundig, dass die Scoringverfahren ein Übermaß an Daten verwenden, die mit der Fähigkeit zur Rückzahlung von Krediten nichts zu tun haben. Bislang sind Scoring-Anbieter und -Nutzer die Antwort schuldig geblieben, wie sie mit ihren Systemen das Eintreten von Arbeitslosigkeit, Trennung/Scheidung oder Krankheit/Unfall, die die zentralen Ausfallrisiken für Kreditrückzahlungen sind, vorhersagen können. Hinsichtlich der Klärung dieser Frage sind mehrere Aktionen erforderlich:

- Pflicht zur genauen Beschreibung der Methoden, ansonsten Verbot der Bezeichnung ‚wissenschaftlich‘ wegen irreführender Werbung
- Wissenschaftliche Wirkungsanalyse der Prognosefähigkeit von Scoringverfahren
- Zulassung von Scoring analog der Zulassung von Arzneimitteln auf der Basis randomisierter Studien
- Beschränkung auf die Verwendung derjenigen Daten, die erwiesenermaßen bonitätsrelevant sind.

Die eingesetzten Scoringverfahren sollten einer regelmäßigen Qualitätskontrolle unterzogen werden. Veränderungen, Modifikationen oder Erweiterungen sollten wie es bei den Nachzulassungen von Arzneimitteln üblich ist, einer Nachzulassungsprüfung unterzogen werden. Diese Kontrollen sollten einer dafür geeigneten unabhängigen und

neutralen Institution übertragen werden, die auch über die entsprechende mathematisch-statistische wie sozialwissenschaftliche Fachkompetenz verfügt. Gedacht wird dabei an Einrichtungen wie die technischen Überwachungsvereine (TÜV)

Sollte sich bei solchen Prüfungen herausstellen, dass Bonitätsbeurteilungen und Scores auf veralteten oder falschen Daten beruhen, ist – wie von dem Verbraucherzentrale Bundesverband gefordert (vzbv Oktober 2007) – von Scoringanbietern und -nutzern die Haftung für den dem Verbraucher dadurch entstandenen Schaden zu übernehmen.

Wirkungsanalyse, randomisierte Studien, Qualitätskontrolle berühren alle den Gesichtspunkt der Wissenschaftlichkeit, den die Scoringanbieter für sich proklamieren, jedoch noch nicht mit ‚harten‘ Fakten sowie validen und nachprüfaren Ergebnissen unter Beweis gestellt haben. Es kann nicht angehen, dass bei der finanziellen Bedeutung und den finanziellen Konsequenzen der Scoringverfahren diese ihren Wirksamkeitsnachweis schuldig bleiben. In der vorliegenden Studie konnte jedenfalls keine Berechtigung für den Einsatz von Scoringverfahren gefunden werden. Bedenklich und keineswegs zu empfehlen ist es bei dieser Faktenlage, wenn, wie im Gesetzentwurf vorgesehen, zukünftig auf die Erfordernis der Plausibilität der Merkmalsnutzung, also der Kausalität zwischen Merkmal und prognostiziertem Verhalten, verzichtet werden soll. Gerade der empirische Nachweis dieser Kausalität ist einzufordern!

Aufgrund der empirischen Ergebnisse der hier vorgelegten Studie schließen wir uns voll und ganz der Forderung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes an, angebliche Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse hinsichtlich von Scoringverfahren nicht mehr als sakrosankt zu behandeln. Welches Geschäftsgeheimnis kann sich hinter nicht nachvollziehbaren Basisscores, nicht nachvollziehbaren Branchenscores und nicht nachvollziehbaren Zinsangeboten verbergen? Der Einsatz von logistischen Regressionsmodellen, wie sie zur Zusammenhangsanalyse von Merkmalen verwendet werden, kann nicht zu diesen Geschäftsgeheimnissen gehören, denn diese Verfahren sind seit langem wissenschaftliches Allgemeingut. Ohne nähere Kenntnis und Analyse der *ex ante* Prognosefähigkeit der Scoringverfahren wirkt die Verschanzung hinter dem Argument der Wissenschaftlichkeit wie eine Schutzbehauptung zur Durchsetzung hoher Zinssätze, indem Kreditnehmer in ‚gute‘ und ‚schlechte‘ Kreditnehmer nicht differenziert, sondern diskriminiert werden. In den Gesetzentwurf sollte daher ausdrücklich aufgenommen werden, dass der Nachweis der Wirksamkeit und Prognosefähigkeit von Scoringverfahren ausdrücklich nicht unter das Geschäftsgeheimnis fällt.

Schließlich haben die vorgestellten Umfragedaten gezeigt, dass auf Seiten der Verbraucher eine große Unkenntnis zum Thema Scoring herrscht. Um den Verbrauchern eine informierte Wahl zu ermöglichen, sollte durch entsprechende Aufklärungskampagnen oder -medien die Kenntnis und der Umgang mit Scoring innerhalb der Bevölkerung verbessert werden. Man kann es aus öffentlichem Interesse heraus nicht dabei belassen, dass die beiden einzigen verbrauchernahen Broschüren zum Thema Scoring von den Bankenverbänden vertrieben werden.

Auch dem Fazit der von der Europäischen Kommission geförderten FES-Studie ist zuzustimmen: „Die bestehenden Registrierungssysteme sollten so verändert werden, dass sie nicht nur oder nicht hauptsächlich den Interessen der Finanzdienstleister dienen, sondern ein Instrument der verantwortlichen Kreditvergabe darstellen.“ (ASB 2007:5)

## Literaturverzeichnis

*ASB Schuldnerberatungen*: Finanzdienstleistungen. Für Menschen mit niedrigem Einkommen. Linz 2007

*Arvato infoscore*: [www.infoscore.de](http://www.infoscore.de)

*Bankenfachverband (Hg.)*: Wie Ihre Bank faire Kreditentscheidungen trifft – Antworten zum Scoring, [www.bfach.de](http://www.bfach.de)

*Bericht des Bundesministerium des Innern* zum Datenschutz bei Auskunfteien vom 15.11.2007 an den Innenausschuss des Deutschen Bundestages

*Beschluss der obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht öffentlichen Bereich* am 8./9. November 2007 in Hamburg (Düsseldorfer Kreis): Gesetzesinitiative der Bundesregierung zu Auskunfteien und Scoring, unveröffentlichtes Manuskript

*Bizer, Johann et al.*, Unabhängiges Zentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD): Erhöhung des Datenschutzniveaus zugunsten der Verbraucher, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, Schlussbericht April 2006,a

*Bizer, Johann*: Scoring: Ein Desaster für die Kreditwirtschaft, Datenschutz und Datensicherheit - Archiv, 2006, Nummer 7,b

*Bizer, Johann*, Stellvertretender Landesbeauftragter für den Datenschutz, Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: Datenschutz und Scoring, Vortragspräsentation, 4.7.2006,c

*Bizer, Johann*: Modernisierung des Datenschutzes, Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung zur „Modernisierung des Datenschutzes“ am 5.3.2007, Deutscher Bundestag, Innenausschuss, Ausschussdrucksache 16(4)176 G

*Börse Online Aktuell*: Schufa-Auskünfte haben erhebliche Mängel, vom 27.10.2006, [www.boerse-online.de](http://www.boerse-online.de)

*Bundesverband Deutscher Banken (Hg.)*: Kredit-Scoring – Bestandteil der modernen Kreditvergabe, Serie: fokus: verbraucher – Eine Information der privaten Banken, Berlin, Oktober 2006, [www.bankenverband.de](http://www.bankenverband.de)

*CEG Creditreform Consumer GmbH (CEG)*: Positionspapier zum Datenschutz, Stand vom 4.5.2007, [www.ceg-plus/datenschutz/datenschutz/htm](http://www.ceg-plus/datenschutz/datenschutz/htm)

*CEG Consumer Reporting*, FAQ, [www.ceg-plus.de/faq/faq.htm](http://www.ceg-plus.de/faq/faq.htm)

*CEG-Score*, [www.creditreform-luebeck.de](http://www.creditreform-luebeck.de)

*Commerzbank AG*: Lagebericht 2006, siehe Homepage

*Creditreform*, [www.credit-manager.de/aktuell/index.cfm?ID=126](http://www.credit-manager.de/aktuell/index.cfm?ID=126) 2007:1

*Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit: Gesetzentwurf zur Änderung des BDSG im Auskunfteienrecht, I. Stellungnahme des BfDI vom 7.9.2007, S.2-18; II. Stellungnahme des BfDI vom 16.10.2007 S.19-21; unveröffentlichtes Manuskript*

*Dix, Alexander, Berliner Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit: Stellungnahme bei der öffentlichen Anhörung des Innenausschusses des Deutschen Bundestages zum Thema „Modernisierung des Datenschutzes“ am 5.3.2007*

*Ehler, Helge: Kundenscoring der Versicherer stößt zunehmend auf Kritik, Versicherungswirtschaft, 2006, Heft 2, S. 1759-1761*

*Esomar: Guideline Mystery Shopping, Amsterdam 1999*

*Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss: Stellungnahme. Verschuldung und soziale Ausgrenzung. CESE 1459, Brüssel 2007*

*Finanztest: Versicherer auf Datenjagd, Finanztest, 2006, Heft 8, S. 76-78*

*focus.de: Schufa-Eintrag - Schnelle Löschung möglich, [www.focus.de](http://www.focus.de) vom 11.1.2007*

*freenet.de: Die Schufa wird nachsichtiger, [www.freenet.de](http://www.freenet.de), Stand vom 22.8.2006*

*Gaumert, Uwe; Hartmann, Wulf; Stein, Dirk: Moderne Scoringverfahren im Retail Banking: Bonität unter der Lupe, die bank, Zeitschrift für Bankpolitik und Praxis, 2006 Nr.10, Seite 54-58*

*Gesamtverband der Versicherungswirtschaft: Hinweis- und Informationssystem der Versicherungswirtschaft  
[http://www.gdv.de/Downloads/Themen/Das\\_Hinweis\\_und\\_Informationssystem\\_der\\_Versicherungswirtschaft.pdf](http://www.gdv.de/Downloads/Themen/Das_Hinweis_und_Informationssystem_der_Versicherungswirtschaft.pdf)*

Der Text ist identisch mit dem gleichnamigen Beitrag auf der Seite:  
[www.datenschutzzentrum.de](http://www.datenschutzzentrum.de)

*Gesetzentwurf der Bundesregierung: Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes vom 10.9.2007*

*Green, Paul E. & Tull, Donald S.: Methoden und Techniken der Marketingforschung, 4. Auflage, Stuttgart 1982*

*Haase, Katrin, Schufa Holding AG: Verbraucher profitieren: SCHUFA unterstützt Anfragen zu Kreditkonditionen, [www.bankkaufmann.com](http://www.bankkaufmann.com), vom 21.4.2006*

*Häfner, Wolfgang: Kein Betteln – Banken und Industrieunternehmen können ihre zahlungsgestörten Forderungen verkaufen, Finance, Heft 5, 2003, S. 92-93*

*Hamann, Götz: Wo geht es hier zur Zukunft? Einflussreich, erstarrt und angefeindet: Die Bertelsmann Stiftung steckt in der Krise, Die Zeit, 8.11.2007*

*Henking, Andreas; Bluhm, Christian; Fahrmeir, Ludwig (2006): Kreditrisikomessung. Statistische Grundlagen, Methoden und Modellierung. Springer: Heidelberg, New York*

## Scoring im Praxistest

*Hirschmann, Stefan*: Konsumentenkredite zwischen Lifestyle und Verbraucherschutz, [www.bankingclub.de](http://www.bankingclub.de) vom 21.9.2007

*informa, arvato services*: Erfolgreiches Kundenwertmanagement in der Versicherungswirtschaft, Intensivseminar, 17.10.2007, [www.infoscore.de/downloads/7227.pdf](http://www.infoscore.de/downloads/7227.pdf)

*Karlsson, Veronica B. & Horbec, Pristina*: Measuring Management and The Moment of Truth, The Book About Mystery Shopping, Zagreb 2006

*Knoll, Richard*: Kritik an Scoring-Systemen von Kreditinstituten. Computerwoche 2.3.2006

*Korczak, Dieter*: Verantwortungsvolle Kreditvergabe. München 2005, [http://www.bmelv.de/cln\\_045/nn\\_760530/DE/02-Verbraucherschutz/Markt/Kreditvergabe.templateId=renderPrint.html](http://www.bmelv.de/cln_045/nn_760530/DE/02-Verbraucherschutz/Markt/Kreditvergabe.templateId=renderPrint.html)

*Krieger, Stefan*: Vergleich verschiedener Methoden beim Kreditscoring. Zweiter Risk Management Tag von LMU und TU München 27.1.2005

*Kunze, Andreas*: Phantomschmerz, Die Versicherer klagen über Betrug – die Fakten aber sind dürftig, Die Zeit, 28.8.2003

*Lensing, Burkart*: Uniwagnis: Die Datenbank der Versicherungswirtschaft – Orwell lässt grüßen, 17.10.2006, [www.meisterernst.de/wirtschafts\\_verbraucherrecht/lensing-uniwagnis.htm](http://www.meisterernst.de/wirtschafts_verbraucherrecht/lensing-uniwagnis.htm)

*Loeb, Penny et al.*: The New Redlining. US News and World Report. April 17, 1995

*Matthews, Werner; Goebel, Ralf*: Neues Kundenrating ohne Alternative, Betriebswirtschaftliche Blätter, April 2002, Download von [www.s-rating-risikosysteme.de](http://www.s-rating-risikosysteme.de)

*Möller, Klaus, Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken*: Notwendigkeit des Scoringverfahrens, Vortrag bei der Friedrich-Ebert-Stiftung, 4.7.2006, <http://fesportal.fes.de>

*Munsch, Michael*: Bestellt, geliefert, betrogen – Wie sie durch Betrugsprävention Umsatzverluste minimieren, 10. Deutscher Versandhandels-Kongress, Wiesbaden, 26. Oktober 2006, [www.creditreform-rating.de](http://www.creditreform-rating.de)

*NDR*: Wie Banken bei den Zinsen mogeln, Plus-Minus-Redaktion, Sendung vom 25.4.2006

*Neumann, Rainer*, Vorstandsvorsitzender der Schufa Holding AG: Scoringsysteme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit – Chancen und Risiken für Verbraucher, Rede zum Symposium des BMELV: Scoring – Chancen und Risiken für Verbraucher, 27.6.2006

*Neumann, Rainer*, Schufa Holding AG: Scoring – datenbasierte Bonitätsschätzung zum Vorteil von Verbrauchern und Wirtschaft, Zusammenfassung, BMELV-Konferenz: Herausforderung und Chancen in einer digitalisierten Welt: Beiträge der Verbraucherpolitik, 14./15.3.2007

## Scoring im Praxistest

*Niestrath, Christian*: Bonitätsbeurteilung durch Rating-Verfahren, geldprofi, 6,2006, S. 12-16

*Preißler, Steffen*: Banken durchleuchten ihre Kunden. Hamburger Abendblatt 15.7.2006

*Rating und Risikosysteme GmbH*: Scoring im Privatkundengeschäft – Informationen und Hintergründe, Juli 2007, S.1-31 (auf Anfrage per Post zugesandt)

*Reifner, Udo*: Stadtpläne über schlechte Schuldner: Redlining hat jetzt in Deutschland einen Namen. Aktuell: FIS Datenbank 28.06. 2007

*Ronbinson, W.S. (1950)*: Exological Correlations and the Behavior of Individuals, American Sociological Review, 15, S.351-357

*Sasse, Cornelia; Dittombée, Holger*, Experian Deutschland GmbH: Schriftliche Stellungnahme der Sachverständigen zur Öffentlichen Anhörung im Innenausschuss des Deutschen Bundestages zur Thematik „Modernisierung des Datenschutzes“ am 5.März 2007

*Schaar, Peter*, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit: Schriftliche Stellungnahme für die öffentliche Anhörung zur Thematik „Modernisierung des Datenschutzes“ am 5.3.2007, Deutscher Bundestag Innenausschuss, Ausschussdrucksache 16(4)176 B,a

*Schaar, Peter*, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit: Scoring – datenbasierte Bonitätseinschätzung zum Vorteil von Verbrauchern und Wirtschaft ?, BMELV-Konferenz: Herausforderungen und Chancen einer digitalisierten Welt, 14./15.3.2007,b

*Schaar, Peter*, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit: Der Mensch ist keine Nummer!, www.bfdi.bund.de, Reden und Interviews, 15.8.2007,c

*Schnell, Rainer, Hill, Paul B. & Esser, Elke*: Methoden der empirischen Sozialforschung, München 1988

*Schufa Holding AG*: 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 5.3.2007, Deutscher Bundestag, Innenausschuss, Ausschussdrucksache 16(4) 178

*Schufa Holding AG (2006)*: Jahresbericht 2006. Wiesbaden

*Schufa Holding AG*: Schufa Produkte und Services, [www.schufa.de](http://www.schufa.de)

*Schufa Holding AG*: Schuldenkompass 2007. Wiesbaden 2007

*Schufa BusinessLine*: [www.schufabusinessline.de/schufa\\_business\\_line.html](http://www.schufabusinessline.de/schufa_business_line.html)

*Schufa ConsumerLine*: [www.schufa.de/01\\_02.html](http://www.schufa.de/01_02.html)

*Schufa*: SCHUFA Infoblatt, März 2007

*Schulte, Thomas*: Der gläserne Versicherungskunde – Datenaustausch im Rahmen von Versicherungsverträgen – was sagt das Gesetz?, 29.1.2007, [http://www.anwaltzentrale.de/rechtsanwalt\\_fachartikel/fachartikel\\_detail.php?id=347&Fachgebiet\\_id=161](http://www.anwaltzentrale.de/rechtsanwalt_fachartikel/fachartikel_detail.php?id=347&Fachgebiet_id=161)

*Schwarz, Gunther*: Schaden begrenzen und den Verkauf fördern, Versicherungswirtschaft, 2006, Heft 13, S.1048-1052

*Shearer, Colin*: Data Mining and Data Fusion, In: van Hamersfeld, Mario & Bont, Cees D.: Market Research Handbook 5<sup>th</sup> Edition, Wiley & Sons 2007, p. 421 - 434

*Siemens, Ansgar* (2007): Die Macht der Schufa - und was dagegen hilft. Süddeutsche Zeitung 20.9.2007

*Stiftung Warentest*: Kundendaten von Versicherten – Speichern ohne Kontrolle, vom 22.7.2007, [www.test.de](http://www.test.de)

*TeamBank AG*: Geschäftsbericht 2006, [www.teambank.de](http://www.teambank.de)

*Tiaden, Roul*, Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen: Credit Scoring datenschutzgerecht gestalten, Vortragspräsentation, 4.7.2006

*Tietjen, Ronald*: Schufa – Keine Angst vor kritischen Fragen, [www.ard.de](http://www.ard.de), Stand vom 13.4.2006

*Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein*: Pressemitteilung vom 4. Juli 2007: Mehr Transparenz im Versicherungswesen – GDV und Datenschützer informieren zum Warn- und Hinweissystem, [www.datenschutzzentrum.de/presse/20070704-versicherungswesen.htm](http://www.datenschutzzentrum.de/presse/20070704-versicherungswesen.htm)

*Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD)*: Scoring-systeme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit - Chancen und Risiken für Verbraucher – erstellt im Auftrag des BMVEL durch Meike Kamp und Thilo Weichert, Januar 2006

*Verbraucherzentrale Bundesverband*: Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V. zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes vom 10. 9.2007b, Berlin 19.10.2007

*Verbraucherzentrale Bundesverband*: 2. Datenschutzkolloquium der SCHUFA am 8. März 2007 in Berlin: „Schutz der finanziellen Privatsphäre“; Hier: Thesenpapier Manfred Westphal, Fachbereichsleiter Finanzdienstleistungen beim Verbraucherzentrale Bundesverband zum Umgang mit und zur Nutzung von Verbraucherdaten bei der Bonitätsprüfung, Berlin, den 7. März 2007c

*Verbraucherzentrale Bundesverband*, Fachbereich Wirtschaft: Modernisierung des Datenschutzes, Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung im Innenausschuss des Deutschen Bundestages am 5.3.2007a, [www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)

*Verbraucherzentrale Bundesverband*: Pressemitteilung. Konsumentenkredite vom 29.1.2007d

*Weichert, Thilo*, Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: Datenschutz der öffentlichen Versicherer, 9.10.2007, <https://www.datenschutzzentrum.de/vortraege/20071009-weichert-oeffentliche-versicherer.pdf>

*Weichert, Thilo*: Schreiben an das Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein mit Stellungnahme zum Gesetzentwurf zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) mit Stand vom 10.September mit Änderungen v.a. zu Auskunfteien und zum Scoring, vom 1.Oktober 2007, S.1-10, unveröffentlicht, 2007d

*Weichert, Thilo*, Landesbeauftragter für den Datenschutz Schleswig-Holstein, Leiter des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein, Kiel: „Scoring – Chancen und Risiken für Verbraucher“ – Thesen zum Kredit-Scoring, Symposium des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) am 27.6.2006, [www.datenschutzzentrum.de](http://www.datenschutzzentrum.de),c

*Weichert, Thilo*, Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD): Stellungnahme vom 23.5.2006 zum Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der neugefassten Bankenrichtlinie und der neu gefassten Kapitaladäquanzrichtlinie, [www.datenschutzzentrum.de](http://www.datenschutzzentrum.de),b

*Weichert, Thilo*, Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD): Kredit-Scoring und Datenschutz, [www.datenschutzzentrum.de](http://www.datenschutzzentrum.de), 4.4.2006a

*Wirtschaftswoche*: Im Labyrinth der Schufa, [www.wiwo.de](http://www.wiwo.de), vom 10.5.2006

*Wirtschaftswoche*: „Besser als die Schweiz“ Schufa-Chef Neumann im Interview mit Thomas Stoelzel, [www.wiwo.de](http://www.wiwo.de), 21.7.2007

[www.buergel.de](http://www.buergel.de)

[www.citibank.de](http://www.citibank.de)

[www.commerzbank.de](http://www.commerzbank.de)

[www.credit-manager.de](http://www.credit-manager.de)

[www.creditpass.de](http://www.creditpass.de)

[www.creditplus.de](http://www.creditplus.de)

[www.deutschepost.de](http://www.deutschepost.de)

[www.easycredit.de](http://www.easycredit.de)

[www.eos-solutions.com](http://www.eos-solutions.com)

[www.experian-scorex.de](http://www.experian-scorex.de)

[www.fairpartners.de](http://www.fairpartners.de)

[www.gemoneybank.de](http://www.gemoneybank.de)

[www.hypovereinsbank.de](http://www.hypovereinsbank.de)

[www.infoscore.de](http://www.infoscore.de)

[www.saf-solutions.de](http://www.saf-solutions.de)

[www.santander.de](http://www.santander.de)

[www.schober.de](http://www.schober.de)

[www.seb-bank.de](http://www.seb-bank.de)

[www.s-rating-risikosysteme.de](http://www.s-rating-risikosysteme.de)

[www.teambank.de](http://www.teambank.de)

[www.vermieterverein.de](http://www.vermieterverein.de)

*Zentraler Kreditausschuss:* Stellungnahme des Zentralen Kreditausschusses zum Gesetzentwurf des Bundesministeriums des Innern zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes im Auskunfteienrecht – und Vorlage eines Alternativkonzepts zur Transparenz beim Kredit-Scoring, 12.10.2007

**Anhang 1: Die Praxis des Scoring**

## Anhang 1: Inhaltsverzeichnis

- A.I Die Praxis des Scoring
  - A.I.1 Auskunfteien
    - A.I.1.1 Schufa-Holding
    - A.I.1.2 Creditreform
    - A.I.1.3 Arvato
    - A.I.1.4 Experian Decision Analytics
    - A.I.1.5 Bürgel
    - A.I.1.6 Schober
    - A.I.1.7 Vermieterverein
    - A.I.1.8 EOS
    - A.I.1.9 Deutsche Post
  
  - A.I.2 Kreditinstitute
    - A.I.2.1 Sparkassen
    - A.I.2.2 Teambank/ EasyCredit Shops
    - A.I.2.3 HypoVereinsbank
    - A.I.2.4 Commerzbank
    - A.I.2.5 GE Money Bank
    - A.I.2.6 SEB
    - A.I.2.7 Norisbank
    - A.I.2.8 Citibank
    - A.I.2.9 CC-Bank/Santander
    - A.I.2.10CreditPlus Bank
  - A.I.3 Versicherungen

## **A.I. Die Praxis des Scoring**

### **A.I.1 Auskunfteien**

#### **A.I.1.1 Schufa-Holding AG**

Die Schufa verfügt in ihrer Datenbank über 407 Millionen Einzeldaten zu 64 Millionen Personen. Drei Viertel aller Deutschen sind in dieser Datenbank erfasst. Die Schufa beantwortet jährlich an die 80 Millionen Anfragen zur Kreditwürdigkeit und hat über 700 Mitarbeiter. ([www.schufa.de](http://www.schufa.de); Jahresbericht 2006:2)

Die Schufa ermittelt nicht selbst Daten. Alle Vertragspartner (ca. 4500), die Daten der Schufa nutzen wollen, müssen ihre eigenen Daten über Kunden zur Verfügung stellen und in den Datenpool einbringen. Ergänzt werden diese Datenbestände mit Daten aus öffentlich zugänglichen Informationsquellen, z.B. dem Schuldnerverzeichnis der Amtsgerichte. Derartige Daten können ohne Einverständnis des Betroffenen verwendet werden. (a.a.O.:2) Partner sind im wesentlichen Kreditinstitute, Telekommunikationsunternehmen und Kreditkartenunternehmen.

Die Geschäftspartner der Schufa werden in drei Kategorien eingeteilt:

A-Vertragspartner: Kreditinstitute, Leasinggesellschaften, Kreditkartenunternehmen

B-Vertragspartner: (Versand-)Handel, elektronischer Handel, Telekommunikations- und andere Unternehmen, die Leistung und Lieferung auf Kredit gewähren. Die Schufa stellt Daten zur Risikosteuerung zur Verfügung für Unternehmen, die ein besonderes Interesse nachweisen können – insbesondere für Versicherungen.

F-Vertragspartner: Inkassounternehmen erhalten Adressmaterial.

Das Angebot reicht von der klassischen Auskunft bis zu einem hochkomplexen „*Decision Support System*“. Die Produktpalette ist modular aufgebaut und kann bausteinweise genutzt werden. ([www.schufa.de](http://www.schufa.de)) Ziel ist die Abschätzung und Vermeidung finanzieller Risiken der Kunden.

Die Datenbank der Schufa ermöglicht sowohl Positiv- wie Negativ-Auskünfte. Folgende Daten werden gespeichert:

#### Kontaktdaten:

- Name, Geburtsdatum, Geschlecht und Geburtsort; außerdem die aktuelle und früheren Anschriften

#### Art, Gegenstand, Zahlungsbedingungen des jeweiligen Geschäfts:

- Kredit- und Leasingverträge mit Betrag und Laufzeit, Eröffnung eines Girokontos, Ausgegebene Kreditkarten, Einrichtung eines Telekommunikationskontos, Kundenkonten des (Versand-)Handels. (Schufa Jahresbericht 2006:8)

#### Irreguläres Zahlungsverhalten:

- Forderungen nach gerichtlicher Entscheidung und deren Erledigung; Forderungen, die ausreichend gemahnt, nicht bestritten und fällig sind.

#### Angaben aus öffentlichen Verzeichnissen und amtlichen Bekanntmachungen:

- Abgabe einer Eidesstattlichen Versicherung, Haftbefehl zur Abgabe derselben, Beantragung und Eröffnung eines Verbraucherinsolvenzverfahrens, Abweisung oder Einstellung mangels Masse eines Verbraucherinsolvenzverfahrens.

Die Höhe des Einkommens und des Vermögens werden nicht gespeichert. (a.a.O.:8)

Die Schufa erreicht eine Marktdurchdringung von nahezu 100% bei den Privatbanken und zwischen 85 und 90% bei den Sparkassen.

An der dominierenden und fast den gesamten Markt des Kreditwesens durchdringenden Position der Schufa liegt es, dass kaum jemand in Deutschland ein Konto eröffnen kann, ohne die „Schufa-Klausel“ unterschrieben zu haben.

Zur Identitätsfeststellung (z.B. für eBay) stehen Schufa-Daten bereit, ebenfalls für das „Adult Verification System“. Damit kann das aufwändige Post-Ident-Verfahren ersetzt werden.

Sie bietet ihren Kunden auch Scorewerte an, gestaffelt von 0 bis 1000 für einzelne Personen, wobei der Scorewert variiert nach dem Zweck, für den er genutzt werden soll. So erhalten z.B. Versicherungen andere Scorewerte als Mobilfunkanbieter.

([www.schufabusinessline.de](http://www.schufabusinessline.de))

Die wichtigsten Scorewerte der Schufa sind die Schufa BusinessLine und die Schufa ConsumerLine.

Die Schufa BusinessLine liefert Unternehmen, die im B2B-Geschäft tätig sind, automatisierte Wirtschaftsinformationen über die Kreditwürdigkeit ihrer (potentiellen) Vertragspartner und über deren gesellschaftsrechtliches Umfeld.

Die BusinessLine ist ein Wahrscheinlichkeitsindex über mögliche Forderungsausfälle von gewerblichen Antragstellern oder Kunden wie Selbstständigen, Freiberuflern und Kleingewerbetreibenden, für die jeweils kundenspezifische Scores existieren. Es handelt sich hier um Rechtsformen, bei denen die Kreditwürdigkeit des Unternehmens direkt und unmittelbar mit der des Inhabers verbunden ist. Die statistischen Auswertungen der Schufa hatten ergeben, dass das Risiko im Geschäftsleben mit Personengesellschaften nicht so sehr von der Branche, sondern von der Rechtsform des belieferten Unternehmens abhängt. Daher gibt es in der BusinessLine keine branchenspezifischen Scores, sondern die oben genannten.

Jeder Score ist mit einer Ratingstufe verbunden: von „A“ wie „ausgezeichnet“ bis „M“ wie „mittelmäßig. Zu jeder Ratingstufe wird eine gruppenspezifische Ausfallwahrscheinlichkeit angegeben. Ein Beispiel:

Zur Ratingklasse „A“ (Anteil an der Population ca 20%) wird für die Kleingewerbetreibenden eine Risikoquote von 0,55%, für die Freiberufler von 0,25% und für die Geschäftsführer/Gesellschafter von 0,56% angegeben.

Entsprechend hoch sind die Risikoquoten der Risikoklasse „M“ (Anteil an der Population von ca 1%): 20,81% für Kleingewerbetreibende, 12,26% für Freiberufler und 21,04% für Geschäftsführer/Gesellschafter.

Es gibt keine Angaben darüber, wie die Schufa zu derartig exakten Berechnungen kommt, die auch noch die zweite Stelle hinter dem Komma einschließen.

Die Schufa ConsumerLine ist wohl derjenige Score mit der weitesten Verbreitung. Er steht Banken, Sparkassen, Versandhandel, Telekommunikationsunternehmen und weiteren Branchen zur Verfügung. ([www.schufa.de](http://www.schufa.de))

Der Risikoscore berücksichtigt die statistisch nachgewiesenen Besonderheiten in unterschiedlichen Branchen und soll eine Aussage zum künftigen Ausfallrisiko der angefragten Person liefern.

Eine besondere Variante des Scores wird für Inkassounternehmen angeboten. Hierin sind Angaben zum wahrscheinlichen Beitreibungserfolg offener Forderungen gegenüber der angefragten Person enthalten.

Nähere Angaben zur Konstruktion des Scores oder zu Ratingklassen, vergleichbar der Schufa BusinessLine, sind nicht zu erhalten.

Auf die Frage „Wie viele Kriterien gehen denn in Ihre Scores ein?“ antwortete der Schufa-Chef, Herr Neumann, der Wirtschaftswoche (21.7.07): „Insgesamt gibt es sicher rund 100 verschiedene Informationen. In der Regel sind es aber immer dieselben 10 bis 20 Kriterien, die relevant sind. Das können etwa zurückgezahlte Kredite oder die Dauer einer Bankverbindung sein. Anders als oft angenommen, spielt der Wohnort bei uns übrigens keine Rolle für die Bewertung.“

Die Art der Berechnung, wie die verschiedenen Kriterien gewichtet und zu einem einzigen Scorewert zusammengefasst wird, wird von der Schufa als Geschäftsgeheimnis definiert und deklariert.

Einträge in den Schufa-Daten werden mit folgenden Fristen gelöscht:

- Anfragen von Unternehmen an die Schufa nach spätestens zwölf Monaten
- Informationen über Kredite nach drei Jahren ab dem Rückzahlungsjahr
- Informationen über Giro- und Kreditkartenkonten, nachdem die Schufa über die Auflösung des Kontos benachrichtigt wurde
- Aus den Schuldnerverzeichnissen der Amtsgerichte nach drei Jahren und
- Unstrittig falsche Angaben. (Homepage der ARD, Ratgeber Finanzen, 4.11.2007)

Seit Januar 2007 gibt es eine neue Regelung bei Kleinbeträgen: Erhält die Schufa eine Information über Forderungen von 1000 Euro und darunter, kann diese Information kurzfristig wieder aus dem Datenbestand gelöscht werden, unter der Voraussetzung, dass die Forderung innerhalb eines Monats beglichen wurde und der Ausgleich vom Gläubiger mitgeteilt wird. ([www.focus.de](http://www.focus.de), 11.1.2007)

Sich selbst über den eigenen Schufa-Score zu informieren, ist seit November 2005 auch online möglich. Kostenlos ist die Auskunft zur eigenen Person allerdings nur beim Besuch einer Geschäftsstelle. Diese gibt es in Hamburg, Bremen, Berlin, Hannover, Bochum, Düsseldorf, Köln, Frankfurt am Main, Leipzig, Mannheim, Saarbrücken, Stuttgart und München. ([www.freenet.de](http://www.freenet.de) 22.8.2006)

Holt ein Verbraucher ein Kreditangebot bei einem der Schufa angeschlossenen Kreditinstitut ein, wird dies als Merkmal „Anfrage Kredit“ der Schufa übermittelt, im Datensatz des Betreffenden gespeichert und ist für andere Kreditinstitute zehn Tage lang sichtbar (bankkaufmann.com vom 21.4.06). Unklar ist, inwieweit diese Kreditanfragen in der Lage waren oder sind, den Schufa-Scorewert zu verschlechtern. (Während der Testphase des in dieser Studie benutzten Dokumentationsbogens wurden wir von Bankern gewarnt, keine unnötigen Schufa-Anfragen zu tätigen: das würde den Scorewert verschlechtern.) Um diesen Effekt zu vermeiden, wurden vor einiger Zeit die „Anfrage Kreditkonditionen“ und die „Anfrage Immobilienkreditkonditionen“ entwickelt, die diesen Effekt nicht haben soll und auch für andere Kreditinstitutionen nicht sichtbar ist in deren Auskünften über Kunden, die sich nur informieren wollen.

Inwieweit diese Differenzierung real gehandhabt wird, lässt sich zumindest anhand der Speicherung von Konditionenanfragen im Basisscore im empirischen Teil dieser Unter-

suchung klären. Zweifel bestehen, zumal es offenbar Banker gibt, die diesen Unterschied nicht kennen. Der sich erkundigende potentielle Kreditnehmer muss in jedem Fall diese Differenzierung kennen und gezielt nach „Kreditkonditionen“ fragen.

Der Schufa-Score für das Privatkundengeschäft der Kreditinstitute dürfte wohl derjenige sein mit der häufigsten Nutzung und fast flächendeckender Anwendung. Banken und Sparkassen haben verständlicherweise ein massives Interesse, nur an Personen mit ausreichender Bonität Kredite zu vergeben.

Entscheidend dafür, ob ein Kreditnehmer seine Kredite zurückzahlen wird, oder nicht, ist seine finanzielle Leistungsfähigkeit. Dazu sind im Schufa-Score keine Variablen erfasst, die darüber Auskunft geben können, wie die Vermögensverhältnisse, das Einkommen und alle anderen nicht erfassten Verbindlichkeiten. Genau darüber hat die Schufa aber keine Daten.

Ursachen für Überschuldung, also der Unfähigkeit, die Kredite zu tilgen, sind hinlänglich erforscht. Sie ergibt sich im Wesentlichen aus Krankheit, Arbeitslosigkeit und Scheidung, nicht selten aus einer Kombination dieser Umstände. Genau diese sind aber nicht exakt prognostizierbar, schon gar nicht mit den der Schufa zur Verfügung stehenden Informationen.

Außerdem gibt die Schufa keine Informationen zur Validität ihrer Daten preis, also z.B. zum Ausmaß der falsch hohen und falsch niedrigen Scorewerte.

Im September 2007 hat die Schufa einen Kooperationsvertrag mit dem ältesten US-amerikanischen Scoring-Anbieter FAIR Isaac abgeschlossen. Durch diese Kooperation sollen Kreditrisiken nach Verlautbarung der Schufa noch besser abgeschätzt werden können.

### **A.I.1.2 Creditreform**

Creditreform verfügt über die weltweit größte Datenbank über deutsche Unternehmen, hat 174 Tochtergesellschaften und ist in 19 Ländern Europas vertreten. Mit über 4.300 Mitarbeitern gehört Creditreform zu den führenden internationalen Anbietern von Wirtschaftsinformationen, Inkasso-Dienstleistungen und Marketing-Services.

([www.credit-manager.de/aktuell/index.cfm?ID=126](http://www.credit-manager.de/aktuell/index.cfm?ID=126))

Ein bedeutender Bereich ist das Kreditrisikomanagement mit dem Tochterunternehmen Creditreform Consumer GmbH (CEG). Die CEG erteilt als Konsumentenauskunftei Informationen, um ihre Kunden vor Verlusten bei der Vergabe von Geld- oder Warenkrediten zu schützen. Abrufbar ist ein CEG-Score in drei Varianten: Standard, Advanced und Professional, mit dem (potentielle) Kunden in Risikoklassen eingeteilt werden. Eine vereinfachte Version ist die Information in Form einer Ampel. ([www.creditreform-luebeck.de](http://www.creditreform-luebeck.de))

Teilnehmer am Auskunftssystem sind Banken, Leasingunternehmen, Versicherungen, Versandhandels- und Telekommunikationsunternehmen. Die CEG-Datenbank besteht aus Informationen, die aus der Abwicklung von Verträgen gewonnen werden, die die CEG-Teilnehmer mit ihren Kunden abgeschlossen haben. Darüber hinaus verfügt die CEG aber auch über Daten aus allgemein zugänglichen Quellen, wie z.B. Telefon- und Straßenverzeichnissen. ([www.ceg-plus.de/datenschutz/datenschutz/htm](http://www.ceg-plus.de/datenschutz/datenschutz/htm), S. 1 und 2)

Für den Versandhandel hat die Creditreform ein differenziertes System zur Betrugsprävention erarbeitet. (vgl.: Munsch 2006:1-20)

### A.I.1.3 Arvato AG

Die arvato AG ist eine Tochter des Bertelsmann-Konzerns, der sich überwiegend im Besitz der Bertelsmann-Stiftung befindet. Sie hat sich mit 1.900 Mitarbeitern auf das Daten-, Info- und Forderungsmanagement spezialisiert und kooperiert mit vielen Handelsketten und Mobilfunkanbietern. Das Portfolio des Dienstleistungsangebots umfasst Adressmanagement, Bonitätsprüfung, Marketing- und Risikoscoring, Inkasso und Forderungsverkauf. Auch auf den Selbstauskunftsbögen vieler Vermieter taucht der Hinweis auf, dass die Infos weitergegeben werden z.B. an Infoscore. ([www.fairpartners.com](http://www.fairpartners.com), Firmenprofil)

Zum 1. Oktober 2006 hat arvato die Informa Unternehmensberatung GmbH übernommen, einen früheren Kooperationspartner und Spezialanbieter für Scoringverfahren.

Damit kann arvato nach eigener Auskunft ein umfassendes Dienstleistungsangebot anbieten: „Von der Neukundengewinnung bis zur Zahlungsstörung: arvato infoscore bietet ihnen Daten und Dienstleistungen zur ganzheitlichen Steigerung von Erträgen und präventiven Senkung von Forderungsausfällen in allen Phasen des Kundenlebenszyklus.“ ([www.infoscore.de](http://www.infoscore.de))

Mit dem ICD-Check erfährt der Geschäftspartner sofort online, ob zu Neu- oder Bestandskunden Negativinformationen zum Zahlungsverhalten vorliegen.

Online abfragbar sind:

- Bonitätsinformationen über Privatpersonen und Firmen (Negativmerkmale aus öffentlichen Schuldnerverzeichnissen, laufende und abgeschlossene Inkassovorgänge und Daten zu (Verbraucher-) Insolvenzverfahren)
- Adressverifizierung und den
- Informa-Consumer-Score. Mit dessen Hilfe „lässt sich prognostizieren, ob ein bestimmter Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen wird oder eher nicht. Auf der Basis dieser Information können sie die aus Ihrer Sicht geeigneten Zahlungsverfahren anbieten (Kauf auf Rechnung, Zahlung per Kreditkarte, Zahlung per Nachnahme, etc.)“ ([www.infoscore.de](http://www.infoscore.de) vom 3.11.2007)

Infoscore arbeitet mit Daten verschiedener Kategorien:

Interne Daten: Kundenlisten, Mahnverhalten, Zahlungsverhalten, Soziodemografie, Kauf- und Abschlussverhalten, Produktnutzungsverhalten etc.

Externe Daten: Daten aus öffentlichen Quellen oder Auskunftsteilen, z.B. Bonitätsauskünfte, Daten des Statistischen Bundesamtes, soziodemografische Daten,

Datenderivate: Verknüpfung mehrerer primärer Merkmale zur Generierung prognosefähiger und relevanter neuer Daten als zusätzliche Basis für die Scoretabellen-Entwicklung. (a.a.O.)

Ein noch relativ neues Geschäftsfeld ist der Kauf von zahlungsgestörten Forderungen. Bis vor einigen Jahren gab es nur wenige Anbieter, die in der Lage sind, „den Forderungsbestand nach den Aspekten Forderungshöhe, Besicherungsgrad, Laufzeit und Stand der Bearbeitung zu untersuchen, um dann valide Kaufpreise festzulegen“. (Häfner 2003:93)

Ungesicherte Privatkundenkredite haben bei diesem Geschäft durch ihre hohe Stückzahl und die relativ niedrige Forderungshöhe eine besondere Bedeutung. Diese Kredite aufkaufen können nur spezialisierte Anbieter, die in der Lage sind, das Risiko zu kalkulieren und zu bewerten. (a.a.O.:93)

Arvato infoscore ist einer dieser Anbieter zum einmaligen Ankauf eines ganzen Bestandes und zum revolvingierenden Ankauf zukünftiger zahlungsgestörter Forderungen. „Wir bewerten Ihre Forderungen unter Zuhilfenahme mathematisch-statistischer Methoden. Hierbei nutzen wir unsere langjährige Erfahrung im Forderungsmanagement: Über Vergleichsanalysen auf der Grundlage historischer Auswertungen berechnen wir die Rückflusswahrscheinlichkeit Ihrer zahlungsgestörten Kundenforderungen und erstellen ein maßgeschneidertes und individuelles Angebot mit einem garantierten Kaufpreis.“ ([www.infoscore.de](http://www.infoscore.de))

Die Bertelsmann-Stiftung hatte lange Zeit den Ruf einer zumindest nicht in erster Linie kommerziellen Interessen folgenden Einrichtung, eines Think-Tanks und einer Plattform öffentlichen Diskurses. Die Stimmung hat sich gewandelt, und die Stiftung wird mit Vorwürfen, politisch einseitig zu sein und bestimmten wirtschaftlichen Interessen nachzugehen, überhäuft. „Aus dem Gewerkschaftslager heißt es, die Stiftung nutze ihren politischen Einfluss, um den öffentlichen Dienst gezielt auf die ‚feindliche Übernahme‘ durch private Unternehmen à la Arvato vorzubereiten.“ (Hamann: 2007:1)

### **A.I.1.4 Experian Decision Analytics**

Experian ist einer der Pioniere auf dem Gebiet des Scoring und bezeichnet sich selbst als „Global Player in Sachen Risikomanagement“. ([www.experian-scorex.de](http://www.experian-scorex.de))

Es handelt sich um eines der weltweit führenden Unternehmen für entscheidungsunterstützende Lösungen. Kernkompetenzen sind Scoring, Software, Analyse und Beratung, Steuerung von Portfolio-Risiken und Kontrolle von Betrugsrisiken.

Experian arbeitet für Finanzdienstleister, Telekommunikationsunternehmen, Versicherungen, Handels- und Versandunternehmen, Automobilbanken und Versorgungsunternehmen. Wichtigstes Ziel ist es, ein möglichst umfassendes Bild der Finanzsituation von Konsumenten zu erzielen.

Experian ist angebunden an weltweit über 70 Auskunfteien und hat 30 Niederlassungen auf allen Kontinenten.

Als eine Kernkompetenz wird die Entwicklung leistungsfähiger Scorekarten bezeichnet. Es gibt dabei vier verschiedene Bereiche:

Antrag-, Verhaltens-, Inkasso und Affinitätsscoring.

Als Referenz für Deutschland nennt Experian Scorex Projekte für die Volks- und Raiffeisenbanken sowie für die Münchner Hypothekbank. (alle Angaben von der Homepage)

Interessant ist eine Ausgabe des Kundenmagazins „Vision“ vom Mai 2003 mit dem Thema: Gerechtere Risikoverteilung durch Risk Based Pricing. Darin wird Alan Greenspan zitiert mit den Worten: „Mit einem einzigen Zins für alle zahlen einige Kreditnehmer zu viel und andere zu wenig.“ ([www.experian-scorex.de](http://www.experian-scorex.de) Vision Mai 2003 S.1) Ansonsten gäbe es eine Querfinanzierung schlechter Kreditkunden durch die guten.

Risikobasiertes Pricing ist also ethisch geboten. „Jeder Kreditkunde zahlt dann den Preis, der seinem Risiko entspricht.“ (a.a.O.:1)

Um das Ausfallrisiko zu ermitteln, werden persönliche Daten des Kunden, seine finanzielle Situation, das angestrebte Finanzierungsprodukt, Informationen aus früheren Geschäftsbeziehungen, Auskunft-Informationen und mikrogeografische Daten benutzt. (a.a.O.:3)

### **A.I.1.5 Bürgel**

Bürgel ist einer der führenden europäischen Anbieter für Risiko- und Kreditmanagement, Direktmarketing-Management und in Deutschland ein bundesweit tätiger Inkasso-Service.

Bürgel verfügt als eine der größten B2B und B2C-Datenbanken in Deutschland über 40,6 Millionen Datensätze über Firmen und Privatkunden. (3,6 Millionen Unternehmen und 37 Millionen Verbraucher)

Der Bürgel Consumer Score bietet eine Momentaufnahme der finanziellen Situation der abgefragten Person, liefert eine Bewertung nach dem Schulnotenprinzip (1,0 bis 6,0) mit einer Ampelfunktion. Der Bewertung liegen Negativmerkmale (z.B. Haftanordnung, Eidesstattliche Versicherung, titulierte Forderung) und positive und negative Zahlungserfahrungen aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen zugrunde. Die zu einer Person gefundenen Negativmerkmale werden angezeigt und die angegebene Adresse wird mit dem Bürgel-Datenbestand abgeglichen und gegebenenfalls korrigiert. Steht die angefragte Person in einem Verhältnis zu einer Firma (z.B. Geschäftsführer, Inhaber, Prokurist), wird auch die Verbindung zu dieser Firma angezeigt. Der „Bürgel Con-Check plus“ ist ein erweiterter Score: er entspricht dem oben genannten, prüft aber nicht nur im internen Datenbestand von Bürgel, sondern darüber hinaus auch in Fremddatenbeständen. ([www.buergel.de](http://www.buergel.de))

### **A.I.1.6 Schober**

Die Schober Information Group ist laut Selbstdarstellung der führende Anbieter von präzisen Zielgruppen- und Marktinformationen in Europa mit 400 Mitarbeitern und einem Umsatz von 142 Millionen.

Grundlage für dieses Angebot sind umfangreiche Consumer-, Business- und Geo-Datenbanken und Dienstleistungen rund um die Adress- und Datenpflege.

Schober verfügt in Deutschland, Österreich und der Schweiz über 5,5 Millionen Firmenadressen mit u.a. 3,7 Millionen Daten über Führungskräfte, 50 Millionen Privatadressen mit Zusatzinformationen – selektierbar nach Alter, Geschlecht, Kaufkraft, sozialer Schicht etc., 7 Millionen E-Mail-Adressen mit Werbeberechtigung, 5 Millionen Lifestyle-Befragungsteilnehmer mit Interessen und Kaufabsichten.

Schober verfügt außerdem über Daten zu einem intensiven Geomarketing:

- 19 Millionen Einzelhausbewertungen, wobei alle Gebäude in Deutschland nach neun Kriterien Haus für Haus persönlich vor Ort bewertet und kategorisiert wurden,

- Hausgenaue Marktinformationen über Gebiete und Standorte. Alle Analyseraster bis zum Einzelhaus (80 Millionen Wohnquartiere, 1,6 Millionen Straßenabschnitte, 19 Millionen Gebäude), digitale Karten und Koordinaten. (alle Informationen aus der Homepage [www.schober.de](http://www.schober.de))

Insbesondere die Kombinationen aus geospezifischen Daten, den personenbezogenen Daten und den Informationen aus Lifestyle-Befragungen ermöglichen zielgenaue Marketing-Maßnahmen.

### A.I.1.7 Vermieterverein

Der Vermieterverein e.V. verfügt in Deutschland bundesweit über inzwischen 38 Geschäftsstellen. Genaue Mitgliederzahlen werden nicht bekannt gegeben. Die Geschäftsstellen sind die Kanzleien von Rechtsanwälten, die sich auf mietrechtliche Fragen spezialisiert haben.

Unter daten- und verbraucherschutz-rechtlichen Aspekten ist interessant, dass jedes Mitglied für 9,50 €, aber auch jedes Nichtmitglied für 19,00 € die Auskunftsdienste des Vermietervereins in Anspruch nehmen kann.

Die Schuldner-/Konsumentenauskunft verfügt über Negativdaten von mehreren Millionen natürlicher Personen und einer halben Million gewerblicher/juristischer Personen, die aufgrund von Mahn- und Vollstreckungsverfahren gespeichert wurden.

„Eine Vermietung ohne Prüfung ist heute als grob fahrlässig zu bezeichnen“ heißt es auf der Homepage des Vermietervereins. ([www.vermieterverein.de](http://www.vermieterverein.de))

Mit der Konsumentenauskunft werden auch alle Mieter erfasst, die durch Vollstreckung und Eidesstattliche Versicherung aufgefallen sind.

Die Vorteile für die Mitglieder des Vereins werden auf der Homepage klar benannt:

- hohe Datenqualität
- Schnellauskunft per Telefon
- 24-Stunden-Auskunft per Internet
- **Aussortierung bonitätsschwacher Mieter** (Hervorhebung durch die Autoren)

Der Vermieterverein bietet eine Konsumentenauskunft, die er seinerseits von der Creditreform Experian GmbH (CEG) bezieht.

### A.I.1.8 EOS

Die EOS-Gruppe – 1974 aus der Rechtsabteilung von OTTO hervorgegangen – ist inzwischen einer der führenden Anbieter für Finanzdienstleistungen außerhalb der genehmigungspflichtigen Banken- und Versicherungsgeschäfte.

Sie ist weltweit tätig mit 35 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in 19 Ländern mit Hauptsitz in Hamburg und einer Mitarbeiterzahl von 3.100, davon 1.400 in Deutschland.

Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2006/2007 ca. 231 Millionen bei einem Jahresergebnis von ca. 44 Millionen vor Steuern.

Die EOS-Gruppe hat mehr als 20.000 Kunden, darunter zahlreiche Versicherungsgesellschaften, Banken, Kreditkarteninstitute, Leasing-Gesellschaften, Versorgungs-, Industrie- und Handelsunternehmen. Hinzu kommen Verlage und Versandhäuser.

Das Leistungsspektrum gliedert sich in drei Bereiche:

1. Informationsmanagement zur Neukundengewinnung
  - Zielgruppenadressen
  - Analyse und Scoring (Analyse des Kundendatenbestands, Marketing- und Risikoscores)
  - Datengenerierung und -anreicherung
  - Adressvalidierung
  - Online-Targeting (aus dem Online-Verhalten werden Zielgruppen generiert)
  - Zahlungserfahrungspool
  - Firmen- und Personenauskünfte

Dazu zählen Bonitätsauskünfte von Firmen und Privatpersonen mit den Zielen: Reduzierung der Ausfallrisiken, Erkennung liquider Kunden, automatisierte Abwicklung und Verminderung des Kreditrisikos.
2. Debitorenmanagement
  - Fakturierung
  - Zahlungsabwicklung und -überwachung
  - Kaufmännisches Mahnwesen und
  - Lagerbestandskontrollen
3. Forderungsmanagement
  - Inkasso
  - Sicherstellung und Verwertung
  - Factoring und
  - Ankauf von Forderungspaketen

([www.eos-solutions.com](http://www.eos-solutions.com))

### **A.I.1.9 Deutsche Post**

Um die Adressen- und Datenqualität für Unternehmen zu optimieren, wurde 1994 die Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG gegründet. Inzwischen handelt es sich um ein Gemeinschaftsunternehmen mit der Bertelsmann AG.

Die Deutsche Post Adress GmbH hat 60 Mitarbeiter und ist Spezialist für das Adressmanagement. Zur Deutschen Post GmbH gehören zwei Tochterunternehmen: seit 2001 die Adress Research GmbH und seit 2004 die ABIS GmbH.

Das Leistungsspektrum umfasst folgende Bereiche:

- Adressaktualisierung mit Umzugsdatenbank und Verstorbenenendatei
  - Adressanreicherung und Neukundengewinnung
- Dazu gehören:
- Move Selection (zeitnahe Information über neue Adressen)
  - Mediaprodukte (attraktive Medien für gerade Umgezogene) und der
  - Risikoindex (Postadress Risk)

Postadress Risk beschreibt die statistische Wahrscheinlichkeit von Zahlungsausfällen für nahezu jedes Gebäude in Deutschland.

Mehrere Haushalte innerhalb eines Straßenabschnitts werden zu einem Segment zusammengefasst. Zu einem solchen Segment gehören mindestens fünf, durchschnittlich acht Haushalte. Basis für die Erhebung ist die MOSAIK-Datenbank des Kooperationspartners microm, die die Gebäude in Deutschland in neun Risikoklassen einteilt. (Je höher das Risiko eines Zahlungsausfalls, um so höher die Klasse.)

In dieses Analyseverfahren gehen Bonitätsdaten, Kaufverhaltensmerkmale, Wohnumfeldinformationen, Daten über die Alters- und Familienstruktur ein.

Die Daten sind so aufbereitet und anpassbar an jede IT-Umgebung, dass es problemlos möglich ist, während eines Kundengesprächs die Zahlungsart festzulegen.

Mit Hilfe von Postadress Risk lassen sich Marketingaktivitäten auf „liquide“ Kunden konzentrieren und die Kundenstruktur optimieren. „Beispielsweise konnten bei einer Versicherung Zusammenhänge zwischen Schadenhöhe und -häufigkeit und der Risikoeinschätzung aufgezeigt werden.“ ([www.deutschepost.de](http://www.deutschepost.de), Postadress Risk:2)

Neben diesem Risikoindex bietet die Deutsche Post Adress GmbH weitere Dienstleistungen:

- Deutsche Post Adress International (Sicherstellung der Adressenaktualität in ganz Europa)
- Adress Research GmbH und Abis GmbH als Spezialisten für die Aktualisierung und die Adress-Anreicherung (auch mit mikrogeografischen Daten)

(alle Informationen sind auf der Homepage der Deutschen Post AG zu finden: [www.deutschepost.de](http://www.deutschepost.de))

### **A.1.2 Kreditinstitute**

In diesem Kapitel stellen wir dar, auf welche Weise und wie intensiv die in dieser Studie getesteten Kreditinstitute ihre Kunden auf allgemein zugänglichem Weg – Homepage und Info-Broschüren – über Kredit-Scoring informieren.

#### **A.1.2.1 Sparkassen**

Bereits 2002 hatten Matthews und Goebel (2002:1) darauf hingewiesen, dass der Margendruck und die Konkurrenzsituation zur preiskalkulierten Kreditvergabe nach Bonitätskriterien zwingt, da sonst die „guten“ Kunden abwanderten und man eine „*Adverse Selection*“ zu befürchten habe. Hinzu käme die Notwendigkeit, das „kleinteilige Geschäft“ zu rationalisieren.(a.a.O.:3)

Es gibt fünf Scorecards:

- Sparkassen-Antrags-Scorecard Privatgirokonto
- Sparkassen-Verhaltens-Scorecard Privatgirokonto
- Sparkassen-Antrags-Scorecard Private Baufinanzierung
- Sparkasse Bestands-Scorecard Privatkunden und
- Sparkassen-Antrags-Scorecard Konsumentenkredit

Bei der letztgenannten Scorecard stehen soziodemografische Merkmale im Mittelpunkt. Besteht bereits eine Geschäftsbeziehung, werden daraus vorliegende Informationen hinzugezogen.

Betont wird an verschiedenen Stellen, so auch in der Veröffentlichung von Niestrath (2006:16), dass es sich beim Einsatz von Scoringverfahren nicht um automatisierte Entscheidungen handle: „Wichtig für das richtige Verständnis ist auch, dass das Risikoklassifizierungsverfahren immer die Ausfallwahrscheinlichkeit für Kreditnehmer der gleichen Risikogruppe voraussagt, nicht jedoch das Schicksal jedes einzelnen Kredites vorhersagt. Damit unterstützen Rating- und Scoringverfahren jede Kreditentscheidung, ersetzen jedoch das Know-how und die Erfahrung der Kundenbetreuer nicht.“ (a.a.O.:16)

Die genannten Informationen sind aufzufinden, ganz so leicht wird es dem Kunden allerdings nicht gemacht. Wenn er z.B. von der Homepage des DSGVO e.V. kommt und „Scoring“ eingibt, wird er auf die „Rating und Risikosysteme GmbH“ verwiesen und muss dort weitersuchen. Aber alle hier angegebenen Informationen sind online erhältlich.

Eine ausführliche und präzise Darstellung „Scoring im Privatkundengeschäft“ wurde uns auf Anfrage zugesandt. Sie ist auf der Homepage nicht zu finden und wohl für die interne Schulung der Kundenberater gedacht. Sie wird hier erwähnt, weil an mehreren Stellen darauf hingewiesen wird, dass Scoring nicht endgültig entscheidend sei, sondern die Kreditentscheidung objektivieren soll „bei gleichzeitiger Würdigung der individuellen Gesamtsituation.“ (Rating und Risikosysteme GmbH 2007:28)

Im Begleitschreiben zu dieser Darstellung wurde mitgeteilt, dass die Verfahren jährlich validiert und zur Zeit aufsichtlich abgenommen werden.

### **A.1.2.2 Teambank/EasyCredit Shops**

Die TeamBank AG ist ein Kreditinstitut, das unter dem Markennamen easyCredit Konsumentenkredite vertreibt. Die Bank ist aus dem Verkauf der norisbank-Filialen von der DZ Bank an die Deutsche Bank entstanden, da lediglich die Filialen verkauft wurden, nicht aber die Mitarbeiter und die Namensrechte am easyCredit-Ratenkredit.

Die TeamBank verkauft ausschließlich diesen Markenkredit und hat ansonsten kein weiteres Produkt.

Der easyCredit wird über Internet, easyCredit-Shops und viele Volks- und Raiffeisenbanken vertrieben.

Im Jahr 2006 hat das Vorläuferinstitut der TeamBank seine Ziele erreicht: das Neugeschäft und das Betriebsergebnis vor Steuern wuchsen zweistellig. Das Betriebsergebnis beträgt 145 Millionen, die Bilanzsumme 4,4 Milliarden. Das Neugeschäft beläuft sich auf 1,7 Milliarden, und die Bank hat 910 Partnerbanken.

Die TeamBank ist inzwischen der Ratenkreditspezialist im genossenschaftlichen Finanzverbund.

Sie ist eine typische „Kreditfabrik“, die sich auf die industrielle Bearbeitung von standardisierten Kreditprodukten mit Massencharakter spezialisiert hat.

Es sind ausschließlich automatisierte Kreditentscheidungen möglich. „Die Kreditentscheidung unterliegt nicht mehr subjektiven Faktoren....**In der TeamBank hat niemand, nicht einmal der Vorstand, persönliche Kreditentscheidungskompetenz.**“ (TeamBank AG: Geschäftsbericht 2006:20, Hervorhebungen durch die Autoren)

Zum Thema „Scoring“ wird nichts geäußert. Lediglich auf der Seite „Ihr Wunschkredit“ gibt es eine (sehr) kleingedruckte Anmerkung: „Vorausgesetzt, Ihre Angaben und die eingereichten Unterlagen stimmen überein, Ihre Bonität und die Schufa-Auskunft bzw. Auskünfte von Auskunfteien sowie eine positive Legitimationsprüfung lassen eine Auszahlung zu. Sie haben die Möglichkeit, eine Entscheidung in unserer Zentrale in Nürnberg überprüfen zu lassen.“

Mit einer Auswahl ihrer Daten .....führen wir ein Kreditscoring zum Zwecke der Kreditentscheidung und Festlegung der Zinshöhe durch. Hierbei fließen Auskünfte Dritter sowie ggf. eigene Erkenntnisse ein.“ ([www.easycredit.de](http://www.easycredit.de))

### **A.1.2.3 HypoVereinsbank**

Die Hypovereinsbank bewirbt auf ihrer Homepage im Privatkundenbereich ihren HVB KomfortKredit. Mit einem Kreditrechner lässt sich online eine vorläufige Rechnung erstellen.

Dazu sind nur die üblichen Unterlagen bereitzuhalten, wie aktuelle Lohn- oder Gehaltsabrechnungen, sonstige Einnahmen, monatliche Verpflichtungen, evt. bestehende Kreditraten inkl. Restsalden sowie die Bankverbindung.

Anhand dieser Informationen wird dann eine automatisierte vorläufige Kreditentscheidung getroffen.

Nach positiver Prüfung der eingereichten Unterlagen und der Einholung von weiteren Auskünften (z.B. Schufa) wird der Kredit nach Vertragsschluss ausgezahlt.

Ein Hinweis wird gegeben: „Unsere exklusiven Online-Konditionen weichen von den Filialkonditionen ab.“

Ansonsten gibt es keine Information zu den Themen Scoring, Bonitätsprüfung oder Kreditkonditionen.

### **A.1.2.4 Commerzbank**

Im März 2006 übernahm die Commerzbank die Anteile von Allianz und Deutscher Bank an der Eurohypo und ist mit 36.000 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von 600 Mrd. Deutschlands zweitgrößte Bank nach der Deutschen Bank.

Wie dem Lagebericht aus dem Jahre 2006 zu entnehmen ist, hat sie zusammen mit der Eurohypo eine Retail-Kreditfabrik geschaffen, die 2007 konzernweit etabliert werden soll. Die neu formierte Kreditfabrik ist zuständig für kundenorientierte, effiziente Bearbeitung und das operative Portfoliomanagement. „Wir haben jetzt erheblich verbesserte Scoring Systeme.“ (Commerzbank AG: Lagebericht 2006:71)

Welche das sind, ist auf der Homepage leider nicht zu erfahren. Auch das sehr umfangreiche Glossar enthält den Begriff „Scoring“ nicht.

### **A.I.2.5 GE Money Bank**

Die GE Money Bank gehört zur General Electric Company und ist in Deutschland neben dem Online-Service in 100 Filialen bundesweit mit 1200 Mitarbeitern vertreten.

Sie bietet Privatkunden Girokonten, Kreditkarten, Konsumentenkredite, Spar- und Investmentprodukte an und vermittelt Versicherungen und Baufinanzierungen. Daneben finanziert sie über Autohändler Neu- und Gebrauchtfahrzeuge und bietet über den Einzelhandel Ratenfinanzierungen an.

Sie lädt auf ihrer Homepage ein: „Testen Sie uns jetzt und erleben Sie ein völlig neues Bankgefühl – mit verständlichen Angeboten und Verträgen ganz ohne Fachchinesisch.“

Sie informiert über Scoring, indem sie auf die allgemeinverständliche Broschüre des Bankenfachverbandes verweist.

### **A.I.2.6 SEB**

Die SEB AG ist die deutsche Tochter der größten schwedischen Bank SEB (Skandinaviska Enskilda Banken). Mit ca. einer Million Kunden, 3.500 Mitarbeitern, 175 Filialen und einer Bilanzsumme von ca. 56 Mrd. (2005) ist die SEB AG eine der größten Auslandsbanken in Deutschland.

Im Jahr 2000 erwarb die SEB die ehemalige Bank für Gemeinwirtschaft, die sie 2001 in SEB AG umbenannte. Sie ist in folgenden Geschäftsfeldern aktiv:

- Privatkunden
- Immobilienkunden
- SEB Asset Management
- Institutionelle Kunden und Firmenkunden.

Im Privatkunden-Bereich wirbt sie mit der „Ablösung teurerer Kredite bei anderen Banken“ und Besonderheiten, wie z.B. „Ratenpausen bei Umzug, Hochzeit“.

Zum Datenschutz heißt es: „Die SEB arbeitet mit verbundenen Unternehmen (d.h. Unternehmen aus dem Konzernbereich, Erläuterung von den Autoren) sowie konzernfremden Unternehmen und Servicegesellschaften zusammen, um ein umfassendes Serviceangebot bereitstellen zu können.“

([www.seb-bank.de](http://www.seb-bank.de))

Welche Servicegesellschaften das sind und woraus die Zusammenarbeit besteht, ist nicht zu erfahren.

Auch gibt es auf der Homepage keinerlei Informationen zum Scoring.

### **A.I.2.7 Norisbank**

Die Norisbank GmbH ist ein deutsches Kreditinstitut mit 98 Filialen und ca. 334.000 Kunden.

Im Laufe einer wechselvollen Geschichte wagte sich die damalige norisbank AG auf ein neues Geschäftsfeld vor, den Vertrieb des hauseigenen Konsumentenkredits „easy

credit“ über Ratenkredit-Fachgeschäfte in Innenstädten, Einkaufszentren und Ausfallstraßen im Stadtgebiet.

Im August 2006 verkaufte die norisbank AG ihre Filialen, den Namen „norisbank“ und die 334.000 Kundenbeziehungen an die Deutsche Bank, die über den Weg des Discounters ein bonitätsabhängiges Angebot an die breite Masse der Verbraucher richtet. Im Verkauf nicht enthalten waren die Mitarbeiter, die Zentrale in Nürnberg und das Produkt „easy credit“. Im Januar wurde der Name in TeamBank AG geändert.

Laut Homepage ist die norisbank als Discounter die erste Direktbank mit flächendeckendem Filialnetz. „Wir haben Direktbankpreise – auch in unseren Filialen.“ ([www.norisbank.de](http://www.norisbank.de))

Geworben wird mit dem Slogan: „Geiz war gestern !“

Auf der Homepage fehlt jeder Hinweis auf „Scoring“, „Bonitätsprüfung“ oder „Kreditkonditionen“. Die Homepage hat auch keine Suchfunktion.

#### **A.I.2.8 Citibank**

Die Citibank ist der größte Finanzdienstleister der Welt im Privatkundengeschäft. Sie ist in über 100 Ländern vertreten, bedient 300 Millionen Kunden weltweit und hat allein in Deutschland ca. 6.000 Mitarbeiter.

In Deutschland ist die Gesellschaft mit verschiedenen Töchtern vertreten. Das Privatkundengeschäft wird betrieben von der Citibank Privatkunden AG & Co. KgaA mit Hauptsitz in Düsseldorf.

Sie ist die älteste und größte Bank in Deutschland, die ausschließlich im Privatkundengeschäft mit drei Millionen Kunden aktiv ist.

Sie ist als Vorreiter des electronic banking rund um die Uhr per Telefon, online oder im Center-Automaten erreichbar, darüber hinaus als Filialbank flächendeckend mit 300 Filialen in 200 Städten vertreten.

Geradezu erstaunlich ist es, dass sich auf der sehr differenzierten Homepage mit einer Fülle von Informationen nicht mal ein einziger Hinweis auf die Themen „Scoring“, „Bonitätsprüfung“, „Auskunfteien“ oder „Kreditkonditionen“ finden lässt.

#### **A.I.2.9 CC-Bank/Santander**

Die Santander Consumer Bank ist eine 100%-Tochter der spanischen Grupo Santander.

Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit ist der Konsumentenkredit zur Anschaffung in erster Linie von Autos, Möbeln, Waschmaschinen und von Reisen. Es bestehen 40.000 Direktbeziehungen zu Händlern, die die Finanzierung zur Absatzförderung einsetzen. In der herstellerunabhängigen Fahrzeugfinanzierung ist Santander die Nr. 1 in Deutschland.

Ein weiterer Schwerpunkt ist das Filial- und Direktbankgeschäft mit 85 Filialen, die bis 2008 auf die Zahl von 100 steigen sollen. Sämtliche Bankdienstleistungen sind auch

direkt online oder durch Telefonbanking zu erhalten. Die Santander Consumer Bank hat inzwischen 3 Millionen Privatkunden mit über 4 Millionen Kundenkonten.

Die Bilanzsumme stieg in 2006 auf über 16 Milliarden, der Jahresüberschuss vor Steuern auf 368 Millionen.

Die übersichtliche Homepage bietet unter dem Stichwort „Datenschutz“ lediglich einen Hinweis darauf, dass personenbezogene Daten nur innerhalb der Santander Consumer Holding GmbH verarbeitet und genutzt werden.

Informationen zum Thema „Scoring“ sind nicht zu finden.

### **A.1.2.10 Creditplus Bank**

Die Creditplus Bank ist eine 100%-Tochter der Credit Agricole und seit 1960 auf dem deutschen Markt vertreten.

Geschäftsfelder sind Absatzfinanzierung, Händlereinkaufsfinanzierung, Direktgeschäft, Filialgeschäft, PartnerBanking und E-Finance. CreditPlus beschäftigt 370 Mitarbeiter und verfügt über 15 bundesweite Filialen in großen Städten. Die Bilanzsumme betrug in 2006 1,36 Milliarden. Im gleichen Jahr konnten 117.000 neue Kunden gewonnen werden.

Es gibt auf der übersichtlichen Homepage eine Erläuterung zum Schufa-Eintrag und zum Thema „Scoring“ einen Verweis auf die Informationsbroschüre des Bankenfachverbandes.

### **A.1.3 Versicherungen**

„Scoring in der Versicherungsbranche ist ein schwarzes Loch. Bisher hat der Assekuranz niemand dabei auf die Finger geschaut, wie sie aus der automatisierten Datenanalyse Prognosen über Kunden erstellt. Gescort wird hier ohne Einwilligung des Versicherten, also hinter seinem Rücken“, so Thilo Weichert in einem Interview. (Finanztest 2006:78)

Das Versicherungsgeschäft ist spätestens seit der Deregulierung der Kfz-Tarife nicht in allen Bereichen profitabel. Mit profitablen Kunden erwirtschaftete Gewinne können nicht in jedem Fall Verluste aus dem Geschäft mit unprofitablen Kunden ausgeglichen werden.

„Durch eine gezielte Fokussierung auf attraktive Kundensegmente und die Vermeidung beziehungsweise Begrenzung von Beziehungen zu Kunden in unattraktiven Segmenten wird eine hohe Profitabilität in der Versicherungswirtschaft wieder möglich.“ heißt es in einer Seminaurausschreibung von arvato infoscore für Fach- und Führungskräfte in der Versicherungswirtschaft mit dem Thema: „Erfolgreiches Kundenwertmanagement in der Versicherungswirtschaft“. ([www.infoscore.de/downloads/7227.pdf](http://www.infoscore.de/downloads/7227.pdf))

Weiterhin wird erwähnt:

Mit dem Einsatz von Scoring und von externen Daten, wie dem Informa-Consumer-Score in seinen verschiedenen Ausprägungen, lassen sich Optimierungsziele verfolgen.

- Die Rentabilität von Mailingaktionen kann man dadurch steigern, dass man mit Hilfe von Scoring unattraktive Adressaten aussortiert.
- Durch den Einsatz von Scorekarten lassen sich Antragsteller bewerten. So lässt sich besser feststellen, welche Kundenbeziehung besser nicht eingegangen oder gepflegt wird.
- Da Vertragsstornierungen für Versicherungsgesellschaften, besonders aber für den Außendienst sehr unangenehme Konsequenzen haben können, lässt sich durch den Einsatz des Informa-Storno-Scores schon von Anfang an einer Vertragsbeziehung die Stornowahrscheinlichkeit berechnen.
- Ökonomisch sinnvoll sei auch ein regelmäßiges Scoring des Kundenbestandes, um besondere Angebote zielgruppenspezifischer am Markt platzieren zu können. Gleichzeitig schützt regelmäßiges Scoring des Bestands davor, in Kunden mit geringem Entwicklungspotential zu investieren.
- Bei bestehendem Vertrag lässt sich schon beim ersten Schadensfall prognostizieren, welche Kunden in der Zukunft überdurchschnittlich viele Folgeschäden verursachen. Dadurch lässt sich schon frühzeitig klären, bei welchen Kunden der Vertrag zu kündigen ist. Außerdem gibt es Indikatoren für mögliche Betrugsfälle. Diese geben Hinweise darauf, welche Fälle eingehender untersucht werden sollten.
- Mittels Scoring, mikrogeografischer Informationen und Bonitätsdaten lassen sich Tarife optimieren und differenzieren.

In dieser kurzgefassten Seminarbeschreibung ist schon auf einer Seite prägnant zusammengefasst, was in der Versicherungswirtschaft heute möglich und Standard ist.

Verkaufsförderung, Tariffdifferenzierung und Schadensbegrenzung sind die Hauptziele des Einsatzes von Scoringverfahren.

Für Versicherungsunternehmen lohnt sich eine insgesamt günstige Tarifgestaltung für alle Kunden nicht ohne weiteres. Schon bei der Produktentwicklung geht es darum, risikogerecht und zielgruppenspezifisch vorzugehen. „Dazu müssen Risikomuster in Schadendaten erkannt und zur Festlegung der Konditionen verwendet werden.“ (Schwarz 2006:1048)

Aber die Unternehmen beschränken sich ja keineswegs auf die Daten, die sie aus den Angaben der bei ihnen versicherten Personen haben, sondern kaufen bei Spezialdienstleistern weitere Daten zu. Welche genau, ist zur Zeit noch weitgehend unbekannt.

Scoring im Praxistest

## **Anhang 2: Erfahrungsberichte (Auswahl)**

## Erfahrungsbericht 1

Kredithöhe und Laufzeit wurden zu Gesprächsbeginn abgefragt. Dann erfolgte die Aufnahme der Personalien. Die Einsicht auf dem Bildschirm war nicht möglich, obwohl die Bearbeiterin den Bildschirm „zum Zuschauen“ etwas gedreht hatte. Die Beraterin fragte, wofür der Kredit verwendet werden sollte und fragte, welche Vorstellungen ich hätte. Die Einwilligung zum Score-Wert-Ermittlungsverfahren wurde nicht eingeholt: dieses Verfahren werde üblicherweise zum Erstellen eines Angebots angewendet, bei einer Konditionenanfrage brauche keine Einverständniserklärung eingeholt werden. In diesem Zusammenhang wäre auch die Schufa-Abfrage selbstverständlich Voraussetzung zur Angebotsermittlung.

Die Bearbeiterin übernahm Daten aus dem Personalausweis und aus den Gehaltsabrechnungen. Welche im Einzelnen hat sie auch auf Nachfrage nicht mitgeteilt, sondern auf den weiteren Gesprächsverlauf verwiesen.

„Ich sehe gerade den Schufa-Eintrag. Haben Sie Probleme?“ Auf meine Nachfrage; wann und ob ich denn das Einverständnis für die Schufa-Abfrage erteilt hätte, wurde erläutert, dass ich automatisch mit meiner Kreditanfrage die Schufa-Abfrage akzeptieren würde.

Aus dem Gespräch ergab sich, dass grundsätzlich das „System“ der Bank über ein Angebot entscheidet. Die Beraterin hat darauf keinen Einfluss. Wie die Antragsteller den Zinssatz und andere Konditionen „günstiger“ beeinflussen können, konnte die Beraterin nicht konkret sagen, da dies alles vom „System“ gewertet werden würde.

Wichtig scheinen nach Aussage der Beraterin die Arbeitssituation, die Wohnsituation und die Schufa. Der Score der Schufa wäre für das interne System nicht relevant, der wäre ja eigentlich bei mir ganz gut. Grundsätzlich bietet die Bank einen Kredit in Verbindung mit einer Versicherung an. Diese Versicherung beinhaltet nicht die Versicherung bei Arbeitslosigkeit und Unfall. Die Kosten für die Versicherung könnten nicht separat beziffert werden, da sie vom System im Zusammenhang erstellt werden. Eine Versicherung wäre doch auch vor allem im Sinne des Kreditnehmers. Fast übergangslos bot die Beraterin Produkte für meine Kinder an: Studentenkonto und Sparmöglichkeiten. Unterlagen dazu wurden nicht mitgegeben; die jungen Leute sollten doch eher zu einem Gespräch und einer Beratung vorbeikommen.

## Erfahrungsbericht 2

Ratenkredite wären bei mir mit Laufzeiten bis 84 Monate möglich; 48 Monate empfohlen, um noch einen Puffer für schlechte Zeiten zu haben. (Finanzierung für Auto) Sondertilgungen, mindestens eine Rate jährlich, können vereinbart werden. Ratenzahlungen können ohne Vorfälligkeitszinsen gekürzt werden, auch bedingt durch Sondertilgungen oder vorzeitiger Auslöse, jedoch nicht die monatliche Ratenhöhe. Ein eigenes Bankprogramm errechnet Zinsfestlegung selbstständig unter Vorlage folgender Parameter: letzte zwei Gehaltsabrechnungen, Überprüfung weiterer möglicher Kredite, laufender Rahmenkredit und Dispoaus-schöpfung. Zusätzlich Einholung von Schufa Auskunft, ansonsten fängt Programm nicht an zu rechnen. Bank hat innerhalb von einer Minute von der Schufa grünes Licht bekommen, ich kann jedoch Score-Wert nicht einsehen, auch keine anderen Details. Im Score-Wert werden aus zur Verfügung gestellte Rahmenkredite eingerechnet, die nur eingeräumt, aber noch nicht genutzt wurden.

Wofür Kredite (hier 10.000 Euro) benötigt wird, interessiert Bank nicht; Möglichkeit einer Restschuldversicherung. Falls mit abgeschlossen, ist ein besserer, noch nicht festlegbarer Zins möglich, um die 8% herum. Vorzeitiges Auflösen des Kredites wäre möglich, zuviel bezahlte Beträge würden zurückerstattet.

Die sehr junge und freundliche Beraterin erklärt mir die Ergebnisübermittlung sehr genau. Sie selber findet Zinssätze bei ihrer Bank recht teuer. Alle Bankangestellten wirken sehr ungepflegt. Büros alle neu gemacht. Angenehme ruhige Atmosphäre. In der ganzen Bank gibt es außerhalb von Immobilienangeboten keine Werbung, weder Flyer, Sales Felder, Plakate, Hänger, Aufkleber etc. Kaffee wurde angeboten.

Kredit laut PC auf jeden Fall akzeptiert. Zinssatz abhängig von Restschuldversicherung und Vorgesetzten, nicht u.a. von Score-Wert.

### **Erfahrungsbericht 3**

Höhe 10.000 Euro und Nutzungsart. (hier: Wohnungsrenovierung, Möbel) kein Problem. Telefonisch vorab 2 Tage zuvor angemeldet (Termin) und direkt mitgeteilt bekommen, Ausweis und Gehaltsabrechnung mitzubringen.

Laufzeit bis 54 Monate möglich. Schufa-Auskunft-Einholung erfolgte innerhalb weniger Minuten nach Leistung meiner Unterschrift, d.h. unverbindlich (ohne sofortige Schufa-Registrierung meiner Anfrage).

Unverbindlich heißt, nachfolgende Bankgespräche/Banken können Vorab-Anfragen bei anderen Banken nicht sehen.

Das ganze Gespräch wurde von anderen Kunden mitgehört, da extrem hellhörig, nicht abgeschirmt.

Laut Eigenauskunft wirbt die Bank nie mit Zinsangeboten.

Der Score-Wert ist nicht einsehbar für die Bank. Lediglich, dass 2 Girokonten ohne Kredite/Überziehungen bestehen und nach Schufa grünes Licht für Kreditbewilligung besteht. Zudem setzt Bank nie Score-Werte mit in Überlegungen ein. Es wurde nach meiner Wunschvorstellung der monatlichen Raten gefragt und nicht als erstes nach der Laufzeit.

Falls Vertrag meinerseits zustande käme, dann könnte ich innerhalb von 30 Minuten das Geld direkt mitnehmen, keine Wartezeiten.

Restschuldversicherung wurde nur beiläufig erwähnt und auf meine Anfrage hin ein wenig erläutert (Rundum-Paket gegen Arbeitslosigkeit, Unfall/Invalidität, Arbeitsunfähigkeit, greift 6 Wochen nach Beginn. Meldung des Vorfalls; für max. 12 Monate werden Raten gezahlt. Zudem wären auch Einzelbausteine separat möglich.)

Errechnung mittels PC hatte aufgrund einer Programmstörung nicht funktioniert, läge aber bei +/- 40 EUR monatlich. Es wurde davon abgeraten, da ich ledig und ohne Familie sei und es keinerlei Auswirkung auf den Zins habe. Werden nicht in den Kredit eingerechnet, sondern dazu gerechnet.

Oberflächliche Atmosphäre, sehr laut und jeder konnte alles mithören, so wie umgekehrt auch. Gespräch wirkte nicht vertrauenswürdig. Ansonsten ansprechend, freundliche Räumlichkeit; keine Einsicht in PC.

#### **Erfahrungsbericht 4**

Zu Beginn wurden alle persönlichen Daten, sowie Kreditverwendungszweck (hier Möbel/Hausrat) per PC erfasst. Kredit-Bereitschaft war generell gegeben. Wunschlafzeit wurde erfragt, alternativ monatliche gewünschte Rate.

Schufa-Auskunft wurde ohne vorherige Ankündigung/Erläuterung eingeholt; Unterschriftleistung auf Einverständnis erfolgte im Nachgang. Keine Kopie erhalten! Bank stellt für Angebote immer erst eine Anfrage an die Schufa und erst bei Abschluss einen Antrag. Vorteil für den Kunden: Anfrage ist bei der Schufa nicht registriert. Andere Banken sehen die Anfragen bei späteren Gesprächen/ anderen Anfragen nicht, Score-Wert bleibt unberührt, was bei einem Antrag nicht so ist. Jeder Antrag, jedes Girokonto, jeder Kredit setzt den Score-Wert nach unten, den die Bank nicht sieht. Ich habe es selbst auf dem PC verfolgen dürfen – nur 2 Girokonten ohne Banknahmen waren aufgeführt und dass ich Schufa-kreditwürdig bin. Es musste eine zusätzliche Unterschrift für das Beratungsgespräch geleistet werden, habe ich auch noch nie erlebt.

Für das unverbindliche Angebot wurde mein Personalausweis kopiert (war bei anderen Banken nicht der Fall). Das Angebot gilt ungefähr eine Woche. Die festgelegten Zinsen im Angebot können bei neuen Anfragen immer anders aussehen – je nach Tageskursen/ Zinsfestlegungen der Bank – unabhängig von meiner Person, d.h. einen Tag später angefragt, heißt ggf. höherer oder niedrigerer Zins. Kredit kann mit dreimonatiger Frist vorab ausgelöst werden, ohne Vorfälligkeitszinsen. Fallen nur bei Nicht-Fristeinhaltung an. Versicherung wird anteilig zurückgezahlt. Bank kann Zinssätze angeblich nicht mehr in Persona beeinflussen/senken – auch nicht aufgrund von Sicherheiten, Versicherung oder Gespräche mit Filialleiter. Wies darauf hin, dass hoher Zinssatz auch darin begründet sei, dass sie ja generell auf Sicherheiten verzichten und als beste Berater-Bank 2007 ausgezeichnet wurden. Berater erläuterte von sich aus kaum etwas, tippte immer nur ein und „machte einfach“. Allein Vorgehen bei der Schufa-Auskunft war sehr unprofessionell und abschreckend. Könnte diese Filiale nicht empfehlen.

## Erfahrungsbericht 5

Voranmeldung unter Hotline. Abfrage meiner Anschrift, vorhandene Kredite.

Ich musste Kreditnachweise mitbringen, die drei letzten Gehaltsnachweise. Auf meine Antwort, ich hätte heute nur 2 dabei, war kein Termin möglich. Daraufhin wurde ein späterer Termin ausgemacht, das ganze war so abweisend und unfreundlich, privat wäre ich nie zu einem Termin gegangen!

Großbüro mit ca. 7 Arbeitsplätzen ohne jegliche Abschirmung, fremde Begrüßung. Ich wusste leider keinen Berater, da mir telefonisch keiner genannt wurde.

Aber sehr nette Beraterin, die mich fragte, ob eine zweite Person, die gerade hier als Angestellte anfängt, dabei sein dürfe? (sie durfte)

Zweck erfragt, aber kein näherer Kommentar, es wurde mit Datenaufnahme begonnen, das ging sehr schnell und unkompliziert (ohne jegliche Gehaltsnachweise zu verlangen.) Ich fragte nach dem Grund der Eingabe. Antwort: so würden dann automatisch meine Konditionen errechnet. Ich wurde nach der Einwilligung für die Schufa-Abfrage gefragt, das Ergebnis wurde nur auf dem Bildschirm gezeigt, es sei alles super, keine negativen Einträge. Ich habe den Eindruck, dass keine besondere Gründlichkeit in der Erfassung meiner finanziellen Verpflichtungen an den Tag kam. Die Miete wollte sie auch nur kalt wissen, außer Lebensversicherung wurde auf dem Gebiet auch nichts erfragt, dafür aber wieder genaue Bankverbindung. Auf meine Nachfrage wozu auch Kontonummer und BLZ - das wäre dann gleich die Angabe für die Abbuchungen.

Nähere Erläuterungen zum Scoreverfahren gab es keine.

Nach der Datenerfassung und Schufa-Abfrage wurde meine gewünschte Kredithöhe erfragt und die Höhe der monatlichen Rate, die ich zahlen möchte, wurde alles ohne Kommentar genommen. Dann wurden mir die monatliche Belastung bei 24 Monaten Laufzeit mitgeteilt mit RSV auf Arbeitsunfähigkeit, Tod und Arbeitslosigkeit. Meine Frage, ob ich auch zwischen den Risiken wählen könne und ob sie mir dies jeweils errechnen würde, - ja alles ohne Probleme. Dann meine Frage, mir fehlt bitte zum Vergleich ein Angebot ohne Restschuldsicherung, - da würde sie erst Rücksprache mit ihrem Chef halten. Ob sie mir was sagen dürfe, (sie fragte und sie sagte mir auch was) – monatliche Rate etwas höher als mit RSV nur auf Tod. Auf meine Frage, ob sich der Zins ändere, - ja dann circa 1% höher! Auf die Frage, wie hoch denn überhaupt mein Zinssatz sei, druckte sie mir 3 Vorlagen „Kreditverträge“ aus, (jeweils mit unterschiedlichen RSV Risiken, siehe Anlage) und sagte mir den Zins in Euro, aber Gott sei Dank, es stand dann endlich auch mal eine Zahl – 9,99% p.a., der wäre fest, egal mit welchen RSV-Varianten, und bei Kreditabschluss auch festgeschrieben, da die Kreditverträge gleich mit allen Bedingungen etc. ausgehändigt werden, kann ich sie auch zurückschicken, in einem frankierten Rückumschlag, wenn ich mich aber erst im nächsten Jahr entscheide, wäre es besser, die Daten noch einmal abzufragen.

Einen Vertrag ohne RSV bekam ich nicht.

Die Konditionen wären automatisch und nicht vom Berater beeinflussbar (indirekt denke ich aber doch, da die Fragen zu Belastungen sehr oberflächlich waren und es keinerlei Diskussionen über Laufzeit etc. gab). Außerdem wurde ich nach Geldanlagen gefragt und in welcher Höhe. Ich gab Aktien und Wertpapiere an, dann, glaube ich, war ich sowieso kreditwürdig.

Ansonsten wurde mir Infomaterial über Kreditabsicherung mitgegeben und auch über die Möglichkeiten kostenloser Sonderzahlungen.

Ca. 2 Stunden später bekam ich einen Anruf an meiner Arbeitsstätte. Die Kundenbetreuerin hätte versäumt mir zu sagen, wenn ich auf die Möglichkeit der kostenlosen Sonderzahlungen verzichte, bekäme ich einen effektiven Zinssatz von 7,99%. Sonderzahlungen sind weiterhin möglich, aber kostenpflichtig.

Fazit für mich: sehr große Spannbreite, zuerst 13,7% und dies doch deutlich preiswerter.

## **Erfahrungsbericht 6**

Sachbearbeiterin empfing mich nach ca. 5 Min. freundlich. Sie war bemüht, die Atmosphäre zu lockern. Mit der Zeit wurden die Fragen immer persönlicher. Für mich entstand der Eindruck einer Offenbarung. Es wurde alles, jede Notiz von mir, eingegeben. Ich hatte jedoch keinen Blickkontakt auf den Bildschirm. Nach ca. 35 Min. musste Frau K. Rücksprache nehmen mit ihrem Vorgesetzten, dies würde etwa 15 Min. dauern. Dies war auch tatsächlich so. Grundtenor meinerseits war folgender Wunsch: Kredit in Höhe von 10.000 € zur Badrenovierung im eigengenutzten EFH.

Nach dem Gespräch berichtete sie mir von meinen sehr guten Bonitätswerten. Es wurde auf meinen Wunsch von 10.000 € gar nicht mehr eingegangen, sondern gleich eine Berechnung 20.000 € erstellt. Als ich mich für das entgegengebrachte Vertrauen bedankte, ich aber nur 10.000 € bräuchte, wurde mir gesagt, ich könne ja vom 1. Tag an Sondertilgungen leisten und somit die angebotene Laufzeit von 72 Monaten verkürzen. Die von mir gewünschten 36 Monate standen nicht mehr zur Diskussion. Mein Einwand einer Überlegung wurde mit einem verständnislosen „warum“, „was gefällt nicht“ kommentiert. Auch der Hinweis, ich müsste das mit meiner Frau besprechen, fand keinen Anklang. Die Sachbearbeiterin wollte sogleich meine Frau zu Hause anrufen, da ihr zur Vertragsunterzeichnung die mündliche Rücksprache ausreichen würde. Nach diesem familiären Einwand kam mir noch die Idee, zuvor noch mal mit dem Handwerker dessen Angebot zu überarbeiten.

Jetzt musste sie nochmals Rücksprache bei ihrem Chef nehmen. Danach wurde mir mitgeteilt, dass dieses Superangebot lediglich 1 Tag, in meinem Fall bis Montag, gehalten werden könnte.

Zum Schluss nach meinen Einwendungen fühlte ich mich beobachtet oder auch abgehört. Ich hatte den Eindruck, dass Kunden mit Allem an die City Bank gebunden werden sollten und möglichst hohe Kreditverträge mit langen Laufzeiten abgeschlossen werden sollten. Ich habe mich nicht wohl gefühlt. Man braucht Selbstbewusstsein und einen starken Charakter.

Das schriftlich ausgedruckte Angebot wurde mir nicht ausgehändigt. Lediglich die wichtigsten Daten aufgeschrieben.

## **Erfahrungsbericht 7**

Im Einzelraum war kein PC, die Beraterin hatte Formblätter. Ich wurde spontan erst über das weitere Vorgehen aufgeklärt; sie braucht den Personalausweis, eine Gehaltsabrechnung und sie wird einige Daten erfragen; mit diesen Angaben wird sie dann zu ihrem Arbeitsplatz gehen und die Daten in ihren PC eingeben; sie müsste dazu auch eine Schufa-Anfrage machen, ob ich damit einverstanden sei. Nach Bejahung erhielt ich auch die Formblätter zum Unterschreiben. Sie klärte mich daraufhin auf, dass das Computerprogramm in einem sog. Scoringverfahren, bei dem sowohl die Schufa-Daten als auch die eingegebenen Daten berücksichtigt werden, meine Bonität ermittelt. Zur Überbrückung der Wartezeit erhielt ich das Infoblatt „HVB-Willkommens-Konto“ und einen Kaffee.

Nach etwa 20 Minuten kam sie mit einem ehrlich gemeinten Bedauern zurück, dass ich leider kein Angebot erhalten könne, weil die beiden Autofinanzierungen bei der Schufa so eingetragen sind, dass ihr Programm die jeweiligen Schlussraten – die eigentlich vertragsgemäß der Autohändler bei Rückgabe der Autos übernehmen muss – in die derzeit laufenden Raten anteilig auf die verbleibenden Monate dazurechnet. Damit hätte ich jetzt schon eine monatl. Ratenbelastung von 950 € (in der Realität aber nur 345 €). Auf meine Einwände hin, dass das Programm damit nicht die Realität berücksichtige und sie doch eine individuelle Entscheidung treffen könne, erhielt ich die Antwort, bei den Standard-Krediten gehen nur die automatischen Abläufe.

Ich könne aber ohne weiteres einen Kontokorrent-Kredit erhalten, der aber erst ab 25.000 € geht und der ins Grundbuch eingetragen werden müsste. Da das für mich nicht in Frage kam, empfahl sie mir, schriftlich auf die VW-Bank einzuwirken, dass sie den Schufa-Eintrag entsprechend anpassen lasse. Sie hätte schon einige Kunden mit dem gleichen Problem gehabt.

## Erfahrungsbericht 8

Kreditzweck nur kurz erfragt; es reichte „neue Wohnzimmereinrichtung“; ich musste aber keine Details erzählen.

Hat meine Vorgaben 5.000 € und 24 Monate hingenommen. Erwähnenswert und überraschend war jedoch, als am Ende nach allen möglichen Dateneingaben in dem PC das erste schriftliche Angebot ausgedruckt wurde. Auf Grund meiner 2 in der Schufa ersichtlichen Autofinanzierungen hat er einen Gesamtkredit angegeben, was den Vorteil hätte, dass ich „nur noch 1 Rate“ zu zahlen hätte, statt 3 Raten. Ich bestand natürlich auf ein separates Kreditangebot und erhielt es dann auch ohne Widerstand.

Auf meine Nachfrage, nachdem der Berater schon in die „Ausfragerei“ übergegangen war, lediglich mündliche Aufklärung über Bonitätsprüfung und Einholung der Schufa-Auskunft, nicht aber über das eigentliche Scoringverfahren.

„Das Programm hat aufgrund der eingegebenen Daten eine Bonitätsprüfung ermittelt und somit die Konditionen“. Weiteres Zitat: „Das macht alles der Computer, das brauchen wir nicht wissen“.

Eigentlich käme es nicht so sehr auf den Prozentsatz an, sondern auf eine erträgliche Monatsrate, die man sich bequem leisten kann. Ein weiterer Vorteil ihres Kredits sei, dass man jederzeit Sondertilgungen (z.B. mit dem Weihnachtsgeld) leisten könne und die Citibank, im Gegensatz zu anderen Banken, den Zins tagesgenau reduziert.

Der Berater war sehr stark auf das PC-Programm fixiert, spülte alle Fragen nach dem PC runter. Er ist aber auch als Verkäufer-Persönlichkeit geschult. Lässt einen wenig zu Wort kommen.

Psychologisch gesehen hätte ich als echter Kunde kein Vertrauen zu diesem Berater; man fühlt sich übergangen, ja stellenweise (Scorewert, effektiver Zins, Gesamtkredit) sogar für dumm verkauft.

## **Erfahrungsbericht 9**

Die Beraterin eröffnete das Gespräch mit der Erläuterung des internen Systems, welches etwa 300 Fakten bewertet und daraus ein Angebot erstellt. Und für dieses Angebot bräuchte sie halt verschiedene Daten. Ob ich einverstanden wäre, wenn sie jetzt den Score über das System ermittelt. Sonst könnte sie nur die Auskunft erhalten, dass der Zins zwischen 4,6 und 13,7 % liegen würde. Ein vom System erstelltes Angebot besteht 10 Tage, dann würde es nicht mehr gelten. Die Daten würden nicht alle gelöscht werden, das System würde meine Kontaktdaten ein halbes Jahr speichern. Einen Ausdruck über meine gespeicherten Daten könnte sie mir auf schriftliche Anfrage später zuschicken. Aktuell würde sie nur ein Angebot erfragen und mit mir besprechen, wenn ich es denn annähme, würde ich es auch schriftlich erhalten.

Diese Informationen gab die Beraterin nicht von sich aus, ich habe nachgefragt.

Die Beraterin konnte mir den vom System ermittelten Score-Wert nicht mitteilen. Ich wollte wissen, ob ein Score-Wert und ein Angebot vom System erstellt werden. Es wird nur ein Angebot erstellt, welches den Score-Wert berücksichtigt. Ein Score-Wert wird offensichtlich nicht separat genannt, bzw. wurde mir nicht genannt.

Neben der Raten- und Zinsbelastung für die von mir gewünschte 24 monatige Laufzeit wurde auch durchgerechnet, wie es bei 36 Monaten aussähe, ebenso mit und ohne Versicherungsanteil. Die Versicherung muss nicht unbedingt mit abgeschlossen werden, die Vorteile wären aber doch überzeugend. Da ich Bedenkzeit haben wollte und nur eine Information, wurde mir mein schriftliches Angebot ausgehändigt. Die Daten wären jederzeit (10 Tage lang) abrufbar.

Die Beraterin hat nicht nach meiner Einwilligung für eine Schufa-Anfrage gefragt und diese Anfrage, wenn sie denn im Hintergrund lief, mit keiner Silbe erwähnt.

## Erfahrungsbericht 10

Bei tel. Terminvereinbarung war Filialleiter selbst am Apparat; war sehr höflich und freundlich, stellte aber hier bereits folgende Fragen: Kredithöhe, Antwort: 5.000 ; Kreditzweck, Antwort: neue Wohnzimmereinrichtung; und ob ich schon woanders Kredite hätte, Antwort: nein, nur zwei Autofinanzierungen. Er erwähnte noch, dass ich Personalausweis und Gehaltsabrechnung mitbringen müsste.

Es war ein nicht abgetrennter Arbeitsplatz in der hinteren Ecke des Großraumbüros; lediglich ein großer Ficusbaum bot wenigstens Sichtschutz.

Kredithöhe und Zweck war ja bereits tel. vorweggenommen und wurden in den PC eingegeben, meine Wunschlaufzeit wurde kommentarlos eingegeben. Später bei der Ergebnis-Vorstellung wurde mir wegen Wegfall der Bearbeitungskosten eine Alternative mit 12 Monaten angeboten.

Nun kam die Vorlage von Ausweis und Gehaltsabrechnung sowie die Abfrage einiger Daten, die immer sofort in den PC eingegeben wurden. Bei der Frage Familienstand und Kinder kam das Gespräch wegen Kindergeld auf das Studienfach meiner Tochter, woraufhin er erzählte, dass seine Freundin auch Jura studieren würde. Die Fragen und Antworten gingen hier sehr rasch über die Bühne. Zu erwähnen ist, dass hier der erste Berater aus der Gehaltsabrechnung auch die aufgelaufene Jahressumme von sich aus verwendete und durch die bereits verflossenen Monate dividierte; er ermittelte somit (wegen Jahresbonus) ein höheres durchschnittliches monatliches Nettoeinkommen als das im September angewiesene. Ebenfalls positiv war, dass er die Thematik mit den Autofinanzierungen bestens kannte und mir – im Gegensatz zu den bisher befragten Banken – und mir wegen der Restschuld bei Ablauf keine Probleme bereitete. Es wurde hier aber nicht diskutiert; ich musste lediglich die Ratenhöhe und den derzeit offenen Betrag angeben. Zu Schufa und Scoring verlor er kein Wort. Ob er ohne mein Wissen eine Schufa-Abfrage durchführte? Den Bildschirm konnte ich nicht einsehen.

Das erste Zinsangebot war mündlich 9,6% eff.; mein Einwand, das sei viel zu hoch, da haben sie bestimmt die RSV mit dabei, wurde bestätigt und führte zunächst zur Diskussion über das RSV-Thema. Die Komponente Arbeitslosigkeit konnte ich mit Argumenten wie – Informatiker sind sehr gefragt – und – ich würde dann ein Auto zum Restwert weggeben – entkräften. Auch bei Krankheit ist es mir gelungen, ihn zu überzeugen, dass dies bei mir nicht notwendig sei (guter Krankenversicherungsschutz, gesunde Lebensweise). Bei Tod gelang es mir nicht, das muss sein.

Ich bat ihn dann um das Angebot mit RSV-Anteil für Tod zu berechnen und auszudrucken, wo dann der RSV-Anteil zu erkennen sei. Wie man dann auf dem Blatt sieht, sank der eff. Zins auf 7,7% und der einmalig RSV-Anteil beträgt 161,26 €. Ich monierte dann noch den hohen Bearbeitungskosten – Anteil von 3%. Daraufhin bot er mir noch die Alternative mit 12 Monaten an, mit 0% Bearbeitungsgebühr und 5,3% eff. Zins. Wegen der Zinsliste und der Bonitätsprüfung mit/ohne Schufa fragte ich noch mal nach; Antworten: Die eff. Zinsliste ergibt sich aus der Kredithöhe, Laufzeit, Ratenbeginn und wie viel RSV dabei ist; betreffend der Bonität ermitteln wir im Programm eine sog. Kundenstruktur, wo die Daten aus der Gehaltsabrechnung und meine Angaben einfließen. Also wieder nichts von Schufa und Scorewert. Bin gespannt auf die abschließende Schufa-Eigen-Auskunft nächste Woche, ob er nicht doch ohne mein Wissen eine Kreditanfrage gestartet hat.

## Erfahrungsbericht 11

Das Kreditangebot besteht aus einem Online-Rechner, den man erst suchen muss. Der eff. Zins ab 6,15% ist sehr klein geschrieben. Also keine große Werbefaufmachung.

Die Voranmeldung zeigt ebenfalls, dass sie es nicht nötig haben. An der Hauptgeschäftsstelle am xxxPlatz hob lange niemand ab; als ich nach vielen Versuchen jemand erreichte, bekam ich mehrere Direkt-Durchwahlnummern von Beratern. Bei diesen hob wieder niemand ab, oder es war mal belegt. Ich wandte mich dann an die Filiale in der xxxGasse; dort klappte es dann beim 13. Versuch. Ich wurde nach Kredithöhe, kompletter Adresse und Tel. Nr. gefragt; man würde mich wegen eines Termins zurückrufen. Rückruf erfolgte innerhalb einer halben Stunde und ich erhielt einen Termin für den nächsten Tag; mitbringen müsste ich einen Personalausweis und eine aktuelle Gehaltsabrechnung.

Arbeitsplatz mitten in einem freien Großraumbüro; positiv war aber, dass die Beraterin den Bildschirm schräg drehte, so dass ich die Datenerfassung live miterleben konnte, auch Schufa-Anfrage!

Zuerst wurde mit Hilfe des Ausweises und der Gehaltsabrechnung das sogenannte Personenstammblatt ausgefüllt und ausgedruckt. Kredithöhe, -laufzeit und -zweck wurden unwidersprochen hingenommen und ausgefüllt.

Dann wurde mir erläutert, dass zu einem Kreditangebot eine Bonitätsprüfung durchgeführt werden müsse; dazu sei es notwendig, dass wir Einnahmen den Ausgaben und Vermögen den Schulden gegenüberstellen. Auch eine Schufa-Anfrage sei nötig und ich musste mein Einverständnis gleich an 2 vorformulierten Erklärungen unterschreiben.

Das Angebot wurde mir am Bildschirm gezeigt und ausgedruckt. Auf meine Nachfrage wegen Zinshöhe und Scorewert, wurde mir erklärt, dass das eingegebene Kundenprofil und die Schufa-Auskunft in ihrem Programm verwertet und als Ergebnis der Zins ermittelt werde. Also wieder keine Antwort auf den Scorewert; entweder kennen die Berater ihn selbst nicht und verlassen sich einfach auf das Programm-Ergebnis oder sie wollen/dürfen ihn nicht nennen.

Ich setzte nochmals auf den sehr hohen eff. Zins an, dass der ja überhaupt nicht wettbewerbsfähig sei. Sie machte dann nochmals eine Proberechnung, in der sie den 2. Pauschalbetrag für Lebenshaltungskosten (650€) für meine Frau wegließ (weil wir sie als Selbstständige mit deren Einkommen auch weggelassen hatten); das Programm brachte komischerweise wieder 13,5% eff. Zins heraus.

Das Angebot und das Personenstammblatt druckte sie aus, es gab aber keinen Ausdruck über die erfassten Informationen.

Wie schon erwähnt, ergab sich das Angebot aus Kundenprofil und Schufa. Da ich die Schufa-Auskunft am Bildschirm mit einsehen konnte, war ich überrascht, dass auch von der Norisbank vom 02.10.07 eine Kreditanfrage eingetragen war; hat er also doch ohne mein Wissen eine Schufa-Anfrage eingeholt. Ebenso überrascht war ich, dass die Schufa der anfragenden Commerzbank noch die beiden aktuell laufenden Autofinanzierungen zeigte, obwohl ich diese bereits am 29.12.05 (Ablauf wäre erst 1.4.06) selbst komplett getilgt habe.

Das RSV-Thema wurde erst auf meine Nachfrage hin angesprochen, weil ich glaubte, die RSV sei wegen dem hohen Zins schon inklusive. Nein, das sei sie nicht. Sie gab zwar zu, dass die RSV freiwillig sei und ließ sich von mir überzeugen, dass die Teile Arbeitslosigkeit und Krankheit bei mir nicht nötig sind, aber bei Tod müsse ich zur Kreditabsicherung schon eine Risiko-LV abschließen. Beim Versuch, dies vom Programm

beziffern zu lassen, scheiterte sie, denn 5.000 € und 2 Jahre nahm das Programm nicht an.

Ich monierte dann, dass ich mich wegen eines so niedrigen Kreditbetrags ja auch noch überversichern würde, wo doch ihr eff. Zins eh schon in keiner Weise wettbewerbsfähig sei. Darauf meinte sie, dass man dann die RSV komplett weglassen könne.

Gesamtbeurteilung: die Commerzbank hat ein großes Defizit an Kundenservice bei Telefon und Termin-Organisation. Die noch junge Beraterin wirkte unsicher und zu stark auf das PC-Programm fixiert. Positiv war, dass ich den Bildschirm mit einsehen konnte; vermutlich brauchte sie das auch, damit ich sehe, dass die sensiblen Daten vom PC-Programm und nicht von ihr gebraucht wurden.

Auch das PC-Programm der Commerzbank arbeitet realitätsfern (berücksichtigt nicht die Restwerte bei Autofinanzierungen etc), das Ergebnis bleibt gleich 13,15%.

## Erfahrungsbericht 12

Gesprächsbeginn, abfragen meiner Wünsche, Kreditzweck wurde erst viel später im Gespräch erfragt und blieb ohne Kommentar.

Mir wurde mein Nettoverdienst abgefragt, meine Miethöhe, Personalausweis eingegeben mit der Mitteilung, sie errechnet mal grob, welche Höhe für Kreditzahlungen (Rückzahlungen), rauskämen, die wurden dann mit mindestens 480,00 € angegeben, dann schaute sie in einer Tabelle nach und teilte mir den Zinssatz von 10,09% mit..

Ich sagte, mit der Höhe hätte ich gerechnet.

Die Beraterin teilte mir mit, sie mache jetzt eine Schufa-Anfrage (fragte aber nicht nach meiner Einwilligung).

Nach der Schufa-Anfrage und einer groben Bonitätsprüfung wurde ich für einen Kredit in Höhe von 10 000 € und 24 Monate Laufzeit für „gut“ befunden. Dann teilte sie mir mit, dass sie jetzt alle Angebote in ein Bewertungssystem eingebe, damit meine Konditionen ausgerechnet würden.

Das Ergebnis wurde mir mitgeteilt, mit niedrigerer Rate und höherem Zinssatz, auf Nachfrage wurden mir die Zahlen auf dem Bildschirm präsentiert.

Meine Frage, das wäre ja eine Laufzeit von 36 Monaten, wir wären doch auf 24 Monate übereingekommen.

Das wäre korrekt, aber laut Programmübermittlung nach Bonitätsprüfung gibt es kein Angebot über 24 Monate.

Ob denn meine Bonität so schlecht sei? Ihrer Meinung nach nicht, auch bei der Schufa bin ich mit 680 Punkten gut dabei, aber das System setzt natürlich Lebenshaltungskosten mit ein, (die ich gar nicht mit angegeben habe) und da blieben monatlich nur 500 € übrig und somit komme nur eine Laufzeit von 36 Monaten in Frage.

Ich teilte ihr mit, dass ich keinerlei Belastungen habe, und ich somit an meiner Bonität nichts verbessern könne? Das sei richtig, aber sie habe keinerlei Einfluss darauf, das war früher mal so, da konnte abgewichen und individuell entschieden werden.

Auf Nachfrage nach dem Zustandekommen des Zinssatzes, wurde mir die Tabelle gezeigt und ich wäre bei Laufzeit mit Note 11 eingestuft, das sei die schlechteste.

Ich fragte, wenn ich mehr Netto angeben würde, dann würde ich eine Besserung in der Benotung erzielen und damit einen deutlich besseren Zinssatz!

Dann wurde ich auf die Kreditabsicherung hingewiesen und den darin enthaltenen Risiken, das Ganze dann auf dem Bildschirm präsentiert mit verschiedenen Kreditsummen und verschiedenen Laufzeiten.

Ob ich das denn machen müsste, - ja -, ob ich sonst den Kredit nicht bekommen würde, - die Bank müsse sich absichern. Keinerlei Hinweise auf andere Möglichkeiten.

Auf meine Frage, ob sie mir die Konditionen nicht einmal ohne RSV ausdrucken könne, - sie könne höchstens ein Risiko rausnehmen, die Arbeitslosigkeit, das Angebot war denn auch besser, der Zinssatz war niedriger.

Fazit: ich würde nach Systembeurteilung – 10 000 € Kredithöhe nur über eine Laufzeit von 36 Monaten Angebote bekommen, mit RSV, aber ohne Arbeitslosigkeit – Risiko.

Ob sie den gar keinen Einfluss auf 24 Monate Laufzeit hätte, - na ja, man kann ja noch mal was versuchen (hat aber nicht gesagt was), das ginge aber nicht jetzt und der Zins würde dadurch eh nicht besser werden.

**Anhang 3: Dokumentationsbogen**



8. Kreditzweck:  erfragt  nicht erfragt -> **Erfahrungsbericht**

9. Kreditanfrage über:  5.000 €  10.000 €

9.1 Verlauf des Gesprächs zur Kredithöhe: -> **Erfahrungsbericht**

Bank hat vorgegebene Kreditsumme unwidersprochen hingenommen

Bank hat für Erhöhung auf \_\_\_\_\_ € plädiert

ohne Begründung

mit folgender Begründung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10. Laufzeitanfrage über:  24 Monate  36 Monate

10.1 Verlauf des Gesprächs zur Laufzeit: -> **Erfahrungsbericht**

Bank hat vorgegebene Laufzeit unwidersprochen hingenommen

Bank hat für folgende Laufzeit plädiert: \_\_\_\_\_ Monate

ohne Begründung

mit folgender Begründung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11. Erläuterung der Bonitätsprüfung, insbesondere Aufklärung über den Einsatz eines Scoringverfahrens: -> **Erfahrungsbericht**

spontan erfolgt

auf Nachfrage erfolgt

nicht erfolgt

mündlich

schriftlich

auf Website der Bank verwiesen  auf Website einer Auskunftstelle verwiesen

12. Einwilligung zur Scorewert-Abfrage:  eingeholt  nicht eingeholt

nur mündlich

schriftlich und zwar in Form

von (z.B. Unterzeichnung einer vorformulierten Erklärung): \_\_\_\_\_

13. Vorlage Personalausweis:  erforderlich  nicht erforderlich



### Erfragte Informationen Kreditantrag

	Ja	Nein	Zusatz-Info (was wurde erfragt/ besprochen?)
Hauptbankverbindung			
Anzahl Bankverbindungen			
Dauer der Bankverbindung(en)			
Überziehungshäufigkeit/-höhe			
Alter			
Finanzielle Allgemeinbildung			
Ausbildung d. Kreditnehmers			
Beruf			
Berufliche Stellung			
Berufliche Situation (arbeitslos/ Teilzeit/Vollzeit/Probearbeitsverhältnis etc.)			
Dauer der aktuellen Beschäftigung			
Arbeitgeber			
Häufigkeit d. Arbeitgeberwechsels in den letzten 10 Jahren			
Branche			
Familienstand			
Häufigkeit Scheidungen			
Bestehende Unterhaltsverpflichtungen			
(Unterhaltsberechtigte)Kinderanzahl			
Durchschn. Monatseinkommen			<input type="checkbox"/> Netto oder <input type="checkbox"/> Brutto
Lebenshaltungskosten (ohne Miete)			
Mietbelastung/ Belastung Grundeigentum			
Kfz-Besitz/ Kosten			

**(Fortsetzung Informationen Kreditantrag)**

	Ja	Nein	Zusatz-Info (was wurde erfragt/ besprochen?)
Ethnie/Staatsangehörigkeit			
Religionszugehörigkeit			
Wohngegend/-adresse			
wohnt zur Miete oder in eigenem Eigentum			
Häufigkeit der Umzüge in den letzten 10 Jahren			
Seit wann bei aktueller Adresse wohnhaft			
Gesundheitszustand/Behinderung			
Lebensversicherung vorhanden			
Sparguthaben vorhanden			
Sparpläne/Bausparraten			
Sicherheiten (z.B. Bürge vorhanden?)			
Aktienbesitz vorhanden			
Besitz von Rentenpapieren			
Immobilienbesitz			
Anzahl bereits vorhandener Kredite			
Höhe Kreditbelastung aus existierenden Krediten			
Zahl und Art vorhandener Kreditkarten			
Schufa-Eintrag			
Insolvenz/ Eidesstattliche Versicherungen			
Straftaten in den letzten 10 Jahren			

## Ergebnisübermittlung

14. **Ergebnismitteilung:**     Angebot (Zinsangabe)     Anfrage ist zu prüfen     kein Angebot

15. **Mitteilung Scorewert:**     ja, von sich aus     ja, auf Nachfrage     nein

15.1 **Scorewert:**    \_\_\_\_\_

16. **Erläuterung Scorewert:**  ja, von sich aus     ja, auf Nachfrage     nein

17. **Inhalte der Erläuterung:** *Bitte in Erfahrungsbericht detailliert wiedergeben*

*// Nachfragen des Testers //*

- *Warum ist der Zins so hoch? Wie kommt er zustande?*
- *Wer hat den Scorewert ermittelt? Nur die Bank? Nur eine Auskunft? Die Bank und eine Auskunft?*
- *Was ist denn jetzt alles in meine Bewertung eingeflossen?*
- *Gibt es irgendeine Möglichkeit, dass ich einen niedrigeren Zinssatz erhalte?*
- *Wie kann ich mich in Ihrer Beurteilung verbessern und damit einen günstigeren Zinssatz erhalten?*
- *Können Sie mir nicht ein günstigeres Angebot machen?*
- *Falls das Kreditangebot beworben wird: In der Werbung sprechen Sie von .....% Zins, Bonität vorausgesetzt. Dann ist meine Bonität offenbar nicht so gut. Woran liegt das?*

18. **Angebot zur Kontrolle der Vollständigkeit/ Richtigkeit der gespeicherten Daten:**

ja, spontan     ja, auf Nachfrage     nein

19. **Kreditangebot:**     automatische Entscheidung     Beraterentscheidung

19.1 **Art der Präsentation:**     nur mündlich unterbreitet    oder     auch schriftliches Angebot

ein Angebot    oder     verschiedene Varianten

20. **Höhe des angebotenen Kreditzinses:**    \_\_\_\_\_ % effektiv

21. **Begründung für das Kreditangebot/ für die Höhe des Zinses:**

---

---

**21.1 Wenn ‚ab x%-Angebot‘, wurde erläutert, dass/ warum die Höhe des Zinses vom Werbeangebot abweicht?**

---

---

**22. Wurde ein Kreditvertrag mit Kreditausfallversicherung (Restschuldversicherung) angeboten?**

ja       nein --> weiter mit Fr. 22.2

**22.1 Wenn ja:**

**22.1.1 War das Angebot mit dem Hinweis verbunden, dass die Versicherung freiwillig ist und ein Kredit auch ohne sie bewilligt werden kann?**

ja, spontan       ja, auf Nachfrage  
 ja, aber mit dem Hinweis eines dann fehlenden Versicherungsschutzes  
 nein

**22.1.2 Hatten Sie den Eindruck, dass die Bank auf den Abschluss der Versicherung verzichtet hätte?**

ja       nein

**22.1.3 Wurde danach gefragt, ob bereits Versicherungen (z.B. Kapitallebensversicherung) abgeschlossen sind, die als Kreditsicherheit abgetreten werden können?**

ja, spontan    ja, auf Nachfrage       nein

**22.1.4 Wurde darauf hingewiesen, dass die Kreditausfallversicherung auch bei einem anderen Anbieter außerhalb der Bank abgeschlossen werden kann?**

ja, spontan       ja, auf Nachfrage       nein

**22.1.5 Welche Risiken deckt die angebotene Kreditausfallversicherung ab?**

*(Mehrfachnennungen möglich)*

Tod       Arbeitslosigkeit       Erwerbsunfähigkeit       Krankheit/Unfall

**22.1.6 Sind die Kosten der Versicherung beziffert und erläutert worden?**

ja, spontan       ja, auf Nachfrage  
 der effektive Zins änderte sich von \_\_\_\_\_% auf \_\_\_\_\_%  
 nein

**22.2 Wenn nein: Hatte die nicht abzuschließende Versicherung Auswirkungen auf die Höhe des effektiven Zinses?**

keine       der Zins änderte sich von \_\_\_\_\_% auf \_\_\_\_\_%

**23. Hat die Bank weitere Bankprodukte angeboten?:**       ja       nein

**23.1 Wenn ja, welche Produkte?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**24. Dauer des gesamten Gesprächs:** \_\_\_\_\_ Minuten

**25. Unterlagen zum Gespräch mitgebracht:** // bitte einzeln auflühren //

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**26. Laut Bank noch erforderliche Unterlagen für einen Kreditabschluss:**

// bitte einzeln auflühren //

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**27. Mitgegebene Unterlagen zum Kredit und/ oder anderen Bankprodukten:**

// bitte einzeln auflühren //

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

***Bitte füllen Sie den Erfahrungsbericht aus und senden diesen  
gemeinsam mit den erhaltenen Unterlagen sofort an die GP Forschungsgruppe!***

