

GRUNDLAGENSCHRIFT

Zusammenfassung

Januar 2007

Einleitung

Zum Verständnis der Grundlagenschrift

Die SCHUFA – seit jeher im Dienst auch des Verbrauchers

Teil A

Thesen

Teil B

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rolle von Information und Transparenz in Marktprozessen – eine ökonomische Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Datenschutzes

WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT Münster

Institut für Genossenschaftswesen

Centrum für Angewandte Wirtschaftsforschung

Prof. Dr. Theresia Theurl

Arne Dammer

und

LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT München

Institut für Information, Organisation und Management

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot

Dr. Rahild Neuburger

Teil C

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rechtliche Grundlagen des SCHUFA-Scoring-Verfahrens

WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT Münster

Institut für Informations-,

Telekommunikations- und Medienrecht (ITM)

– Zivilrechtliche Abteilung –

Prof. Dr. Thomas Hoeren

Januar 2007

Herausgeber: SCHUFA Holding AG

Zum Verständnis der Grundlagenschrift:

Die SCHUFA – seit jeher im Dienst auch des Verbrauchers

**SCHUFA Holding AG
Wiesbaden**

schufa
Wir schaffen Vertrauen

Die SCHUFA – seit jeher im Dienst auch des Verbrauchers

■ Die besondere Bedeutung des vernetzten Finanzintermediärs

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

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

Weniger bekannt und entsprechend weniger gewürdigt ist, dass sich eine solche Dienstleistung auch unmittelbar auf den Kredit- oder Kaufwunsch des Verbrauchers auswirkt. Dies verwundert auf den ersten Blick, da sich diese Wirkung meist positiv entfaltet. Denn zu 93% sorgt die Einschaltung der SCHUFA dafür, dass ein angefragter Konsumentenkredit unbürokratisch und sekundenschnell auch zum Tragen kommen kann.

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

Dies wäre etwa so, als würde man das Image und die Mobilitätsqualitäten einer leistungsstarken Automarke nur an den wenigen Fahrzeugen messen, die während der Werkstattinspektion stehen.

Warum aber nehmen nur so wenige die Ermöglichung ihres Kredites dank SCHUFA wahr?

Die Erklärung ist einfach: Was der Mensch als normal empfindet, wird selten als besonders angenehm oder positiv wahrgenommen. Nur wenige machen sich darüber Gedanken, wie komplex es ist, diese Normalität für nahezu jeden erwachsenen Deutschen möglichst tagesaktuell und sachlich richtig sicherzustellen.

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

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

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

Solch unzeitgemäße Bürokratie erspart das Geschäftsmodell der SCHUFA. Es beruht wesentlich auch auf Positivdaten zur Kreditwürdigkeit nahezu aller deutscher Bürger. Hierin unterscheidet sich die SCHUFA entscheidend von anderen. Das Gegenseitigkeitsprinzip der Information erlaubt eine andere und durchweg faire Daten- und Bonitätsprognosequalität, also auch beim Scoring.

■ Das Selbstverständnis der SCHUFA

„SCHUFA – Wir schaffen Vertrauen“ – das ist daher seit einigen Jahren das Leitmotiv des Unternehmens. Einerseits meint dies die jederzeitige Präsenz im Augenblick einer Kreditentscheidung. Andererseits aber steht dies auch für die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens SCHUFA selbst.

Eine Säule dieser Vertrauenswürdigkeit ist die strenge Wettbewerbsneutralität. Sie prägt die Stellung zwischen den Marktteilnehmern einer Branche. Banken etwa sehen in einer SCHUFA-Auskunft (anders als der Verbraucher selbst) nie die Namen von Wettbewerbern, lediglich die Existenz weiterer Konten. Neutralität und Unabhängigkeit prägt aber auch den Charakter der Vertrauensbildung zwischen Branchen. Wer – dank SCHUFA nachweislich – Bankkredite zuverlässig bedient, der ist auch prädestiniert für Kreditwürdigkeit in anderen Kreditverhältnissen.

Um dieser Sonderstellung willen verzichtet die SCHUFA nicht selten auf mögliche Geschäfte, genauso wie auf Datenquellen und -abnehmer. Ethisch gesehen wären etwa Auskünfte an jugendgefährdende Unternehmen verwerflich, wenn gleichzeitig die SCHUFA aktiv Produkte der Altersverifizierung entwickelt und erfolgreich im Markt platziert. Jugendschutz vor Pornografie oder fragwürdigen Informations- oder Produktanbietern, zählt somit zu den vielen Dienstleistungen, die der Öffentlichkeit kaum bekannt sind, die aber dennoch effizient zu ihrem Wohl wirken.

In diesem Kontext muss auch der Identitätsschutz erwähnt werden. Nicht nur aufgrund der Tatsache, dass das Kriminalitätsfeld „Identitätsdiebstahl“ zunehmend Mitteleuropa erfasst, muss das Thema im politischen Raum Beachtung finden. Vielmehr bedarf es darüber hinaus einer gesellschaftlichen Anstrengung, rechtzeitig die Ausbreitung dieses in den USA bereits weit verbreiteten Phänomens zu verhindern. Der Bürger sollte unter allen Umständen um die Möglichkeiten wissen, sich vor missbräuchlicher Nutzung seiner Identität durch Dritte zu schützen und selbst Vorsorge treffen können, nicht zuletzt dank SCHUFA.

Seit jeher fühlt sich die SCHUFA, dies eine weitere Säule des berechtigten Vertrauens in sie, dem Geist und den Geboten des Datenschutzes in hohem Maße verpflichtet. Kein Datenschutzskandal, kein Hacking, kein Veröffentlichen falscher Daten an unberufener Stelle beeinträchtigt die Erfolgsgeschichte des „stillen“ Unternehmens. Diskretion und Sachlichkeit ist ein ehernes Gebot, die Nähe zum Kunden seit Gründung der SCHUFA Holding AG im Jahr 2000 ein fortschreitender Prozess.

Die wesentlichen „stillen“ Funktionen, die die SCHUFA im Dienste des Verbrauchers wahrnimmt, sind somit – wie beschrieben – „Kreditermöglichung“ und – im Falle eines Falles – „Überschuldungsprävention“.

Erstere war immer in der Öffentlichkeit unstrittig, letztere trotz der positiven Folgen weithin unbekannt. Gleichzeitig bezog sich aber Kritik, die öffentlich in den letzten Jahrzehnten an der SCHUFA geäußert wurde, immer auf die – oft angeblich gefährlichen – negativen Folgen der Kreditverhinderung in Einzelfällen.

Diese Kritik wurde mit der wachsenden Wahrnehmung und politischen Bedeutung des Daten- wie des Verbraucherschutzes in Deutschland immer lauter.

■ Exkurs: Verbraucher- und Datenschutz historisch

Konstituierten sich in den 60er-Jahren die ersten Verbraucherschutzorganisationen, so waren es die 70er-Jahre, die den politischen Rang und auch die Bedeutung der Themen innerhalb der Medien markierten.

Dieser Trend zur Popularisierung von Verbraucherthemen wurde rasch zu einem der führenden Mediensujets. Skandale, tatsächliche oder künstlich dramatisierte, prägten mit jeweiligen Reizwörtern (z. B. „Dioxin“ oder jüngst „Gammelfleisch“) bestimmte Themen.

Mit dem Aufkommen des Datenschutzes geriet auch die Kernfunktion der SCHUFA, das Sammeln und Auswerten von Daten, in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und wurde verschiedentlich als „per se kritisch zu sehen“ thematisiert.

Die 1983 geplante Volkszählung brachte eine breite Bewegung gegen sich auf – und verhalf letztlich dem Datenschutz zum Durchbruch. Kurz vor Durchführung stoppte das Bundesverfassungsgericht den Zensus. Es verkündete im Dezember 1983 das berühmte Volkszählungsurteil. Darin wurde der Datenschutz erstmals als Grundrecht anerkannt: Der Bürger habe ein Recht auf „informationelle Selbstbestimmung“, könne also grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung der persönlichen Daten entscheiden. Seitdem gilt jede Datenerhebung als Eingriff in dieses Grundrecht, die zwar bei „überwiegendem Allgemeininteresse“ möglich ist, aber eine gesetzliche Grundlage benötigt.

Die heutige Verbraucherschutzpolitik geht analog vom „mündigen Verbraucher“ aus, der selbst zu entscheiden willens und in der Lage ist. Das Treffen bewusster Entscheidungen hängt jedoch weitgehend davon ab, dass Entscheidungskriterien, also Informationen, für Verbraucher verfügbar sind („informierter Verbraucher“).

■ Die SCHUFA – Strategie der Transparenz

Mit Gründung der SCHUFA Holding AG wandte sich das Unternehmen zur öffentlichen, aktiven Vertrauensbildung stärker den Verbraucheranliegen und der Kommunikation von Verbraucherthemen zu.

Hierzu zählen z.B.

- die regelmäßigen Begegnungen mit Verbraucherschutzinstitutionen
- die alljährlichen Symposien zu Kredit-, Präventions- und Verbraucherfragen
- die Ausweitung zu eigenen „Verbraucher-Service“-Zentren
- die Einrichtung eines Vertrauensmannes
- die Aufnahme des Arbeitsfeldes Verbraucherkommunikation (Optimierung der Geschäftsstellen, jederzeitige Erreichbarkeit, Verbesserung der Informationen)

Der Dialog auch mit den relevanten gesellschaftlichen Gruppen außerhalb des Kerngeschäftes rückte in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns. Insbesondere den legitimen Fragestellungen des Verbraucherschutzes, aber auch den anders gelagerten Anliegen des Datenschutzes wollte und will sich die SCHUFA nicht nur stellen, sondern Antworten darauf geben und sachliche Hilfestellungen leisten. Die zentrale Antwort an so exponierter Stelle im Wirtschaftsgefüge kann daher nur lauten: weitestgehende Transparenz!

■ Das „EVA-Prinzip“

Das einzigartige Geschäftsmodell erforderte mit Gründung der SCHUFA Holding AG einen neuen Blick der Selbstreflexion auf die eigenen Dienstleistungen und Verfahren. Hierbei wurde deutlich, dass nur ein tragfähiger Grundstein namens „Transparenz“ ein so weitreichendes Unternehmensgebäude auf Dauer wird bestehen und wachsen lassen können. Daher durfte und darf sich Transparenz nicht an den Bedürfnissen der Öffentlichkeitsarbeit und Verbraucherkommunikation orientieren, sondern muss tiefer und zentral im Unternehmensverhalten verankert sein. Transparenz muss sich im gesamten „Corporate behavior“ widerspiegeln und daran ablesbar sein. Denn nur dann kann Transparenz langfristig und glaubwürdig einen Beitrag zum „Corporate Image“ leisten.

Die Grundpfeiler jedes Unternehmens, somit auch der SCHUFA, benennt die klassische Betriebswirtschaftslehre (wie die heutige IT-Modelllehre IPO für Input/Processing/Output) mit dem charmanten Kürzel EVA. Die Buchstaben stehen nüchtern für „Eingabe“, „Verarbeitung (Verfahren)“ sowie „Ausgabe“.

Andere Modelle, etwa das S-O-R Paradigma aus der Psychologie¹, basieren dem Grunde nach auf dem gleichen Ablaufprinzip.

Wie in jedem Unternehmen, so lassen sich die Arbeitsprozesse auch aller Kreditbüros weltweit auf diesen Dreiklang und diese Wirkungskette schematisch fokussieren.



Beginnend mit E wie Eingabe bedeutet dies im Zuge der selbst bestimmten Transparenz eine Offenlegung aller Quellen, aus denen sich die Datensätze der SCHUFA im Einzelnen speisen. Dies bedeutet indirekt natürlich auch die Klarheit darüber, aus welchen Quellen die SCHUFA **nicht** ihre Informationen schöpft. Anders als manche Mitbewerber ist die SCHUFA dank ihrer einzigartigen Positivdaten daher weder auf sog. „Regio/Adressen-Scores“, also die Beurteilung der Kreditwürdigkeit auf Basis allein einer Wohnadresse, noch auf Marketing-Daten, also die Ableitung aus Kaufverhaltensdaten, angewiesen, um dennoch treffsicher das wahrscheinliche Kreditverhalten von Privatpersonen prognostizieren zu können.

Insoweit kann die SCHUFA guten Gewissens all ihre Datenquellen offenlegen, sei es aus den Datenbeständen ihrer Vertragspartner, sei es aus öffentlichen Verzeichnissen. Daher lässt sich hier – zumindest bei der SCHUFA – mit Fug und Recht von 100-prozentiger Transparenz sprechen.

Dies gilt daher auch für die Einsichtnahme jedes Bürgers in „seinen“ persönlichen Datensatz. Denn da die Quellen transparent sind, kann auch die Sammlung und Verdichtung dem 1:1 entsprechen. Selbstverständlich gibt es keine gespeicherten Daten über ihn, die nicht in seiner Wirtschaftsauskunft erscheinen.

■ Exkurs: Ethische Grundsätze – worauf die SCHUFA warum verzichtet

Nichts zu tun, was für den Bürger nicht sinnhaft und für ihn nützlich ist – dieser Anspruch kennzeichnet neben der Transparenz die verbraucherorientierte SCHUFA neuer Prägung.

Er setzt Maßstäbe für die Mitarbeiter und die Leistungspalette, die das Unternehmen seinen Kunden und Vertragspartnern anbietet. Er setzt aber auch Maßstäbe im marktwirtschaftlichen Wettbewerb und grenzt die Sonderrolle gegenüber all jenen ab, die weniger als die SCHUFA sich den Geboten der Transparenz und der Beschränkung auf individuell bonitätsrelevante Merkmale verschrieben haben.

Denn dieser Anspruch bedeutet in der Praxis nicht selten: Verzicht auf mögliche Produkte, damit auch Geschäft. Dies meint zum Beispiel auch den Verzicht auf wenig aussagekräftige Daten bzw. Score-Verfahren, die nicht die notwendige Datenqualität und -fülle erreichen.

¹ Wikipedia: „Das S-O-R-Paradigma wird auch SOR-Modell genannt und basiert auf dem neobehavioristischen Konzept der Verknüpfung von S: Stimulus (Reiz), O: Vorgänge im Organismus und R: Reaktion des Organismus . . .“

Oft wird z.B. in der Öffentlichkeit das Scoring auf Adressbasis mancher Auskunfteien angegriffen. Wer Scoring eben nicht wie die SCHUFA auf die Negativ- und Positivdaten von 63 Millionen natürlichen Personen stützen kann, der muss die Quellen öffentlicher Verzeichnisse mit Informationen rund um Adressen kombinieren. Hierzu bleibt unmissverständlich festzuhalten, dass die SCHUFA diese Art Score weder verwendet noch zu den bonitätsrelevanten Merkmalen zählt, die bei ihr Verwendung finden.

Es sind eben auch ethische Gesichtspunkte, die im Umgang mit dem mündigen Verbraucher eine Rolle spielen müssen. Daher setzt die SCHUFA auch nicht wie andere auf Familienanalogien bei ihren Auskünften, also etwa auf die Vermutung, dass, nur weil ein Familienmitglied nicht über eine kreditnotwendige Bonität verfügt, auch andere Familienmitglieder ein erhöhtes Risiko darstellen müssen.

Ein Weiteres sei hier noch deutlich festgehalten: Kreditrelevante Informationen, auch wenn sie branchenübergreifend gewonnen und eingesetzt werden, müssen sich immer aus kreditrelevanten Merkmalen und Quellen speisen. Die SCHUFA teilt daher den Vorbehalt manch kritischer Verbraucher vor der bonitätsbezogenen Nutzung sachfremder, allgemeiner Konsumverhaltensinformationen, sog. „Marketingdaten“. Denn nicht nur deren Transparenz ist kaum jeweils nachvollziehbar. Auch ihre alleinige Aussagekraft für einen Kreditentscheidungsprozess kann ein an ethischen Prinzipien ausgerichteter, neutraler Finanzintermediär nicht gelten lassen. Denn Lifestyle-Daten, also Daten zu Kauf- und allgemeinen Lebensgewohnheiten, unterliegen dem Schutz der Privatsphäre, die zu Recht ein hohes Verfassungsgut darstellt. Erst dann, wenn ein Bürger von sich aus aktiv wird und einen Kredit beantragt, erst dann ist es für beide Parteien sinnvoll und wirtschaftlich gerechtfertigt, das gegenseitige Risiko so gering wie nur möglich zu halten. Hierzu gibt es hinreichend gute, trennscharfe Daten dank SCHUFA. Marketingdaten braucht es hierzu nicht.

Die Transparenz der Quellen ist der SCHUFA ein Anliegen. Das E von EVA muss daher zu 100 Prozent dem Transparenzgebot unterliegen. Anders jedoch muss es bei V, der Verarbeitung bzw. den Verfahren sein. Nicht, weil die SCHUFA dem Bürger etwas vorenthalten will, lassen sich nicht alle Prozesse der Datenbewertung bis ins letzte Detail nachvollziehen – dies geschieht vielmehr im Interesse der weit überwiegenden Mehrheit der Verbraucher. Denn nur nicht in jedem Detail nachvollziehbare Bewertungsoperationen sichern vor Manipulierbarkeit durch Betrug – und damit vor Beeinträchtigung der Fairness der Mehrheit gegenüber. Zudem sind die Verfahren ein weiteres Herzstück des langjährigen SCHUFA-Know-hows. Und welches Unternehmen gäbe all sein Erfahrungswissen gern dem Wettbewerb preis?

Die Verfahren der SCHUFA sind nicht nur sensibel und daher streng diskret, sondern zudem hochkomplex. Nicht allein die Datenmengen, auch die Beachtung aller gesetzlichen Vorgaben (etwa Löschfristen) wie Wettbewerbs-Regelungen (etwa Diskretion) bedeuten alltäglich höchst aufwändige Verfahren der Sicherung und Aktualisierung. Auch hier entsteht der qualitative wie quantitative Wettbewerbsvorsprung des einzigartigen SCHUFA-Geschäftsmodells. Hierin liegt auch ihr zentrales Geschäftsgeheimnis, in das sie als Einziges nur den gesetzlich oder fachlich Berufenen Einblick gewährt: die Scoring-Formel. Abgesehen davon, dass es diese **eine** Formel gar nicht gibt, sondern sie branchen- und kundenbezogen sehr unterschiedliche Ausprägungen erfährt: Sie richten sich ausschließlich nach unabhängiger Wissenschaft, also Mathematik und Statistik. Dass deren Gesetze streng und nach modernsten Verfahren Anwendung finden, überprüfen und zertifizieren unabhängige Wissenschaftsinstitute, beispielsweise das der Universität München.

Doch jenseits dieses Restgeheimnisses der Formeln: Die Datenquellen – siehe E – sind bekannt. Daher kommen in den Verfahren keine Informationen hinzu, die nicht von vornherein als für das Thema „individuelle Bonität“ sinnvoll und aussagekräftig erachtet worden sind. Somit ist das Auskunfts- wie das Scoring-Verfahren so objektiv und fair wie nur irgend möglich. Dass vollkommene Transparenz auf diesem – und nur auf diesem – kleinen Feld nicht dem Wohl der Allgemeinheit dient, das leuchtet jedem ein, der sich mit den gravierenden Fragen der aktiven, externen Datenmanipulation und des Datenbetrugs zum Wohle Einzelner näher befasst.

Daher legt die SCHUFA dies lediglich den dazu gesetzlich Befugten in jedem Detail zur Ein- und Ansicht offen, im buchstabengetreuen Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes. Doch sie behält sich das Recht vor, nicht allen (also der breiten Öffentlichkeit) alles offen legen zu müssen, wenn dies zum Nachteil der großen Mehrheit wäre. Die SCHUFA darf im Interesse ihrer Kunden wie der Allgemeinheit dem Missbrauch und der manipulativen Beeinflussbarkeit nicht Tür und Tor öffnen.

Das A von EVA bedeutet die Ausgabe aller bei der SCHUFA verarbeiteter bzw. gespeicherter Daten. Hierunter lassen sich alle Anwendungen verstehen, also die klassische Kreditauskunft gegenüber Banken genauso wie den Score im Versandhandel, die eigene, persönliche Wirtschaftsauskunft genauso wie solche anwendungsspezifischen, die künftig als Auszug für bestimmte Situationen hilfreich sein können, etwa zur Vorlage bei an der SCHUFA-Auskunft legitim Interessierter, die jedoch nicht alle Details zu Verbraucherkonten etwas angehen.

Daraus, wer Daten der SCHUFA bezieht und wozu, muss kein Hehl gemacht werden. Wer worüber Informationen bezieht, kann der Verbraucher bei der SCHUFA jederzeit erfahren, z.B. über meineSCHUFA.de. Insoweit gilt auch hier zu 100 Prozent: Transparenz.

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

Doch Transparenz ist nie Selbstzweck. Kein Unternehmen kann zu 100 Prozent transparent sein und alle Betriebsgeheimnisse offenlegen, da es dann seinen Existenzgrund aufs Spiel setzte, seinen wirtschaftlichen Unternehmenserfolg riskierte, zudem kopierbar und durch Betrugsversuche angreifbar wäre.

Dennoch hat sich die SCHUFA zu einer so weit wie irgend möglich transparenten Unternehmensgestaltung entschieden. Die Beispiele belegen, dass absolute Transparenz weder leistbar noch wünschenswert noch in irgendjemandes legitimum realem Interesse wäre. Transparenz kann immer nur als Kombination von Prozess und dessen Zielkoordinate begriffen werden, die sich beide an persönlichen, politischen, gesetzlichen und gesellschaftlichen Bedürfnissen und Entwicklungen ausrichten.

Hierbei die Balance zwischen Gesellschaftstheorie und wirtschaftlicher Ratio und Praxis zu halten, war und bleibt eine der großen Daueraufgaben des Unternehmens SCHUFA. Sie ist sich, bei aller voranschreitenden Produktentwicklung, hierin immer der Sensibilität ihrer Aufgabe und ihrer besonderen Verantwortung als Mittler zwischen verschiedenen Kreditwelten sehr bewusst.

Deshalb gerade will sie zuverlässig ihren Beitrag zu deren umsichtiger Gestaltung zum Wohle aller leisten.

■ Exkurs: Der Schulden-Kompass

Einer der Arbeitsschwerpunkte wurde ab 2002 das Thema „Überschuldungsprävention“. Um dies in der Öffentlichkeit wahrnehmbar werden zu lassen und die Daten-Inhalte der transparenten SCHUFA zu verdeutlichen, wurde der Schulden-Kompass ins Leben gerufen. Er dient heute anerkannt als sachliche, unideologische Plattform für Fakten der Überschuldung in Deutschland, erhoben aus SCHUFA-Datenbeständen für wissenschaftliche Forschung.

Seit Erscheinen des ersten Schulden-Kompasses im November 2003 ist die öffentliche Akzeptanz der SCHUFA in Fragen der privaten Ver- und Überschuldung erheblich gestiegen, nicht nur im publizistischen, sondern auch im politischen Raum.

Begleitet wird der Schulden-Kompass von einem unabhängigen, wissenschaftlichen Beirat, in dem neben Vertretern der Kreditwirtschaft auch Verbraucherschützer des BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz), des BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) – z.Zt. ausgesetzt –, Schuldnerberater und Medien vertreten sind.

Diese ersten Maßnahmen bildeten das Fundament, um darauf eine weiterreichende Einbeziehung des Verbrauchers in das SCHUFA-Geschehen aufbauen zu können.

■ **Schwerpunktmaßnahme meineSCHUFA.de: Optimale Transparenz für den Verbraucher**

War bereits der Schulden-Kompass ein erster Beitrag, das Wirken und die gesellschaftliche Verantwortung zu verdeutlichen, so brauchte es darüber hinaus eine Verbesserung des Verständnisses von Wirkungszusammenhängen und der Erreichbarkeit der SCHUFA im Alltag.

Hierzu wurde das Portal „meineSCHUFA.de“ geschaffen. 2005 in einem Pilotprojekt erprobt, gibt es seit Oktober 2006 in der gesamten Republik jedem Verbraucher die Möglichkeiten, sich ein Bild der Dienstleistungen der SCHUFA und seiner eigenen Daten im Internet zu verschaffen. Dieses Instrument nimmt allen Kritiken die Spitze, die der SCHUFA Intransparenz vorwerfen und schwierigen Zugang zu den Daten eines Betroffenen. Denn kein anderes Unternehmen, keine andere Institution verfügt über eine vergleichbare Zugänglichkeit jedes Einzelnen zu seinen über ihn gespeicherten Daten.

Mit diesem Portal ist der SCHUFA-Dialog mit dem Endverbraucher in eine neue Ära der Transparenz, auch in Scoring-Fragen, getreten; neue Produkte und Datenqualitäten werden möglich. Das Portal leistet zudem einen erheblichen Beitrag, die Forderung des Datenschutzes nach „informationeller Selbstbestimmung“ in die tägliche Praxis umzusetzen.

■ **Anspruch und Rolle der Grundlagenschrift**

Das Anliegen des Datenschutzes, für die SCHUFA eine gelebte Praxis, bedarf einer stetigen gesellschaftlichen Diskussion und Anpassung an sich ändernde Lebens- und Wirtschaftsverhältnisse, auch im internationalen Kontext.

Um hierin gelegentlich unsachlicher, unsachkundiger und zum Teil unzureichend informierter Kritik fundiert zu begegnen, bedarf es einer geeigneten Aufklärung.

Auch diese ist Teil der Wirtschaftsverantwortung eines Marktführers in einem sensiblen Wirtschaftsegment.

Daher hat die SCHUFA nicht nur im März 2006 erstmals ein Datenschutz-Kolloquium ausgerichtet (mit Fortführung 2007), sondern führt in dessen Nachgang anhand beigefügter Grundlagenschrift eine hochqualifizierte, gutachterliche Expertise in die politische Debatte ein. Sie klärt Rechtspositionen und belegt diese wissenschaftlich. Für deren notwendige Einbettung in einen gesamtwirtschaftlichen Kontext sorgen renommierte volkswirtschaftliche Lehrstühle.

Sie alle legen Grundlagen, nicht mehr, nicht weniger.

Thesen

Teil A

Thesen

Die folgenden Thesen dienen als Extrakt der gesamten Grundlagenschrift. Sie verdichten – und spitzen zu. Sie wollen zur Diskussion anregen und zu sachlicher Auseinandersetzung mit ihrer Gültigkeit. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit der erfassten Themen. Aber sie wollen sich an geeigneter Stelle zu Wort melden, um für Klarheit und Positionsbestimmung zu sorgen.

Welche Kriterien sind an Finanzintermediäre anzulegen?

Welches Geschäftsmodell dient warum der deutschen Volkswirtschaft?

These 1)

Wohlfahrtsgewinne¹ einer Volkswirtschaft und Verbraucherrechte müssen im Einzelfall gegeneinander abgewogen werden.

These 2)

Die Informationsökonomie unterscheidet zwischen Such-, Erfahrungs- und Vertrauenseigenschaften von Informationsgütern. Übertragen auf den Kreditmarkt lässt sich ableiten, dass etwa mit steigender Mobilität des Verbrauchers der Aufwand des Kreditgebers für Informationssuche und Erfahrungsgewinnung wächst. Dies erhöht die Risiken und Kosten auf beiden Seiten. Dies wiederum bedingt die Notwendigkeit eines das Individuum „begleitenden“, vertrauensbildenden Intermediärs.

These 3)

Intermediäre dienen dem Verbraucherinteresse an mobiler Unabhängigkeit, etwa zum Marktvergleich von Kreditkonditionen.

These 4)

Der Intermediär ist zwingend überall dort notwendig, wo Kreditentscheidungen **nicht** zum Kerngeschäft des Transaktionspartners zählen. Dort, wo es Kerngeschäft ist, minimiert der Intermediär Risiken und begrenzt damit die ansonsten höheren Ausfallsrisikokosten, die auch den Verbraucher trafen. Zugleich eröffnet er ihm Chancen auf optimierte Kreditkonditionen.

These 5)

Banken, Schlüsselbranche einer florierenden Volkswirtschaft und Konsumlandschaft, wollen Kredite vergeben. Aus volkswirtschaftlicher Sicht ist es wichtig, dass es zu richtigen Preisen geschieht, also zu Preisen, die auch das Risiko berücksichtigen.

These 6)

Als ein konstituierendes Merkmal von Marktwirtschaft gilt die Vertragsfreiheit. Diese ist auch den Banken zuzugestehen. Es gibt somit keinen Anspruch auf Kredit. Kredite sind Vorleistungen und haben mit Vertrauen zu tun, geschenktem Vertrauen.

These 7)

Es gibt im Bereich der Privatwirtschaft bei Ablehnungen kein Recht auf eine zweite Chance. Verfassungsgüter können nicht beliebig gegeneinander aufgerechnet werden.

¹ Wikipedia: „Der Begriff ökonomische Wohlfahrt wird im Rahmen der Volkswirtschaftslehre als abstrakte Messgröße für das (ökonomische) Wohlbefinden eines Landes verwendet.“

These 8)

Institutionenökonomisch gesehen ist die SCHUFA eine Hybrid-Organisation auf Kooperationsbasis. Sie agiert als **vernetzter** Finanzintermediär, da zwischen den Kreditgebern (unter Nutzung eines Dritten) ein Informationsaustausch genauso hergestellt wird wie zwischen Verbrauchern und Kreditgebern.

These 9)

Anders als Datenverkäufer verfügt die SCHUFA über Positivdaten, die wesentlich der Risikobeurteilung dienen, in der Regel Kredite ermöglichen. Wettbewerber, die aufgrund ihres Geschäftsmodells lediglich über Negativdaten insbesondere aus öffentlichen Verzeichnissen verfügen, können daher zutreffend überwiegend zur Kreditverhinderung beitragen, weniger zur sachgerechten, gestuften und daher validen Kreditermöglichung.

These 10)

Die SCHUFA ist keine Auskunftsteil, sondern weicht laut Geschäftsmodell erheblich von solchen ab. Sie ist einzigartig, entspricht international vielmehr den Merkmalen von Kreditbüros, im Sinne und auf Basis gemeinsamer Prinzipien, in Deutschland in Form einer Selbsthilfeorganisation der kreditgebenden Wirtschaft. Sie lebt eine Tradition von relevanten Bonitätsinformationen und hierin umfassenden Informationen auf Gegenseitigkeit.

These 11)

Eine Segmentierung von Verbraucherhaltungen in Branchen widerspricht dem Grundsatz der Relevanz. Sie entspricht weder der Lebenserfahrung noch den individuellen Konsum- und Zahlungsgewohnheiten, entzieht sich somit volkswirtschaftlichem, rationalem und rechtlichem Grundverständnis.

Umgang mit Risiken – Gemeinschaftsaufgabe aller und zum Wohle aller?

These 12)

Wer ein Leistungsversprechen gegen spätere Zahlung abgibt, geht per Definition ein kreditorisches Risiko ein. Dies gilt z.B. auch für Versicherungen. Daher sind dort Bonitätsprüfungen legitim, sinnvoll und notwendig. Marktwirtschaftliche Grundprinzipien dürfen nicht außer Kraft gesetzt werden.

These 13)

Kreditvergabe ist kein Muss. Der Anbieter tritt mit der Vergabe eines Kredites ins Risiko. Würde die Wirtschaft dieses Risiko scheuen, gäbe es keine Kredite. Es ist legitim in einer Marktwirtschaft, als Anbieter auf der Grundlage von Daten sein Risiko und somit seine Vorsorgekosten maximal zu mindern. Dieses geminderte Risiko ist für den Verbraucher umso besser, je deutlicher die Kreditkonditionen für ihn persönlich sinken. Somit ist das Senken von Ausfallwahrscheinlichkeiten bei der Kreditvergabe im Sinne aller Marktteilnehmer. Denn wirtschaftlich ausgerichtete Unternehmen gehen Risiken umso weniger ein, je weniger sie sich vor deren Folgen schützen können oder dürfen.

These 14)

Die soziale Marktwirtschaft muss die Risikobewertung im Ermessen des Unternehmens belassen. Sie darf Verbraucherrechte nicht über das Prinzip der beiderseitigen Vertragsfreiheit stellen.

These 15)

Die künstliche Trennlinie zwischen kreditgebender Wirtschaft und sonstiger Wirtschaft ist bezüglich des Risikos weder theoretisch haltbar noch praktisch zu ziehen. Darauf fußende juristische oder politische Entscheidungen entbehren somit wirtschaftlicher Realität. Das allgemeine wirtschaftliche Risiko ist im Rahmen des Grundgesetzes Artikel 14 ein geschütztes Interesse.

Asymmetrische Information – wie ist gerecht mit ihr umzugehen?

These 16)

Im Kreditmarkt sind asymmetrische Informationen ausgeprägt. Natürlich weiß der Kreditnehmer besser, wie es mit seiner Bonität bestellt ist, besser, wie er sich zu verhalten gedenkt, als es dies der Kreditgeber kann. Die Öffentlichkeit ist es gewohnt, aus der Sicht eines Kreditnehmers mit weniger guter Bonität zu denken. Aber Kundige sollten auch sehen: Es gibt sehr viel mehr Kreditnehmer mit guter Bonität. Diese haben aber in der Konstellation, dass Kreditgeber die Bonität nicht gut einschätzen können, den Nachteil, dass sie falsche, sprich: durchschnittliche Preise bekommen. Das ist ein Anreiz, den Markt zu verlassen. Es besteht daher auch der Anspruch von Kreditnehmern mit guter Bonität, entsprechend günstigere Preise zu erlangen.

These 17)

Zur effektiven Reduktion der Asymmetrien an Information ist ein Intermediär sinnvoll und oft notwendig, im Interesse beider Seiten. Die Erfolgsaussichten hängen quantitativ wie qualitativ wesentlich von dessen Geschäftsmodell und damit Datenqualität ab. Im Fall einer Kreditprozessentscheidung bedarf es eines relevant umfassend informierten, Risiken durch Vernetzung vermeidenden Finanzintermediäres wie der SCHUFA. Sie muss hierzu über bonitätsrelevante Merkmale in ausreichendem Maß verfügen, um schnell und qualifiziert aktuelle und fundierte Informationen dem potenziellen Kreditgeber zur Verfügung stellen zu können.

These 18)

Die zwischen Kreditgeber und Kreditnehmer existierenden Informationsasymmetrien lassen sich nicht nur durch das Auslagern bestimmter Einschätzungsaufgaben an Auskunftseien verringern, sondern auch durch ein „Signalisieren“ seitens des Kreditnehmers reduzieren, wenn er z.B. in der Lage ist, seine Bonität glaubhaft nachzuweisen. Dies ist derzeit systemisch unüblich, wäre mit Hilfe eines Kreditbüros aber möglich. Es könnte auf diese Weise Informationsasymmetrien minimieren.

These 19)

Eine Integration der Endverbraucher bzw. der beurteilten Unternehmen quasi als Kunden des Kreditbüros ist im allgemeinen Interesse, um sie bei dem Signalisieren einer glaubhaften Bonität zu unterstützen.

Konkret möglich würde dies z.B. durch

- a) die Option, die Eigenauskunft durch eigene, geprüfte und somit bonitätsrelevante Angaben seitens des Endverbrauchers zu ergänzen, damit die über ihn gespeicherten Daten zu erweitern, um das Bild seiner Bonität zu verbessern bzw. noch aktueller, realistischer, weil vollständiger zu gestalten. Voraussetzung hierfür ist eine organisatorisch-technische Schnittstelle zum Endverbraucher, über die er Zugang zu den über ihn gespeicherten Daten hat und sie möglicherweise auch ergänzen kann (Portal: www.meineSCHUFA.de).
- b) die Option einer Zertifizierung. Dies bedeutet, dass dem Endverbraucher ein Zertifikat ausgestellt wird, das sein bisheriges positives Zahlungsverhalten und damit seine Bonität von neutraler, sachkundiger Stelle dokumentiert. Es kann dazu beitragen, schneller, möglicherweise auch zu günstigeren Konditionen erforderliche Kredite zu erlangen.

Im Falle von allgemeinen Zahlungsverhaltenszertifikaten (vergleichbar mit den Bonitätsauskünften von Kreditbüros in den USA) kann nur ein auf branchenübergreifenden Positivdaten basierendes Geschäftsmodell des neutralen „Dritten“, das Kreditbüro, eine umfassende Einschätzung leisten. Es schafft nicht nur Vertrauen, sondern senkt auch die Transaktionskosten auf Verbraucherseite.

These 20)

Bei Geschäftsbeziehungen, die im wachsenden C2C-Sektor (Beispiel: ebay) liegen, ersetzt der Nachweis der Bonität durch ein Zertifikat des Kreditbüros die Einholung einer Auskunft durch den Geschäftspartner.

These 21)

Ein Markt für Informationen zwischen C (Consumer) und B (Business) entsteht dort, wo Endverbraucher in kreditrisikobehaftete Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen (insbesondere Kleinbetrieben) oder Dienstleistern eintreten. Auch hier sollte ein Intermediär mithilfe seines Datenpools vertrauensbildend wirken.

These 22)

Eine Öffnung des Intermediärmodells ermöglichte, dass interessierte Endverbraucher/Privatpersonen eine Mitgliedschaft beim Kreditbüro eingehen und bonitätsrelevante Informationen über Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen oder Endverbrauchern zur Verfügung stellen bzw. erhalten. Insofern ist der Mehrwert für alle Beteiligte gegeben: für den Endverbraucher, da auch er Zugriff auf bonitätsrelevante Daten bekommt, für die Auskunft, da sich die Datenbasis nochmals erweitert, in qualitativer wie quantitativer Hinsicht.

Als Vision denkbar wäre eine Art „ADBC“ als der „Allgemeine Deutsche Bonitäts-Club“. Dieser würde die Mitwirkung des Verbrauchers als gleichberechtigter Akteur deutlich stärken. Deren Gremium könnte ein Verbraucherbeirat der SCHUFA werden. Ein solcher liegt in der Logik eines solchen Gesellschaftsmodells.

Kreditentscheidungsprozess: Die seriöse Bonitätsprüfung braucht welche Voraussetzungen an Komplementärinformation?

These 23)

Bei der Nutzung von Informationen zur Kreditentscheidung sollten deren Relevanz, Sorgfalt der Erhebung, Vollständigkeit und Nichtmanipulierbarkeit die Kernkriterien und Qualitätsmerkmale sein.

These 24)

Die SCHUFA als Finanzintermediär ergänzt die Einzelerfahrung eines potenziellen Kreditgebers und verringert die situative Fehlerquote durch gebündeltes, objektives und neutrales Erfahrungswissen.

Welche Voraussetzungen braucht Scoring, welchen Stellenwert nimmt es im wirtschaftlichen Kreditentscheidungsprozess ein und zu wessen Nutzen?

These 25)

Fundierte Scores sind im Verbraucher- wie Kreditgeberinteresse, denn sie reduzieren durch Mehrinformation die Grauzone der Kreditablehnungen aufgrund von Mangel an Informationen. Somit stiften sie erheblichen individuellen und volkswirtschaftlichen Nutzen.

These 26)

Scoring ist immer nur ein Teil eines Geschäftsvorganges und einer Kreditentscheidung. Es drückt in der Regel Wertschätzung gegenüber dem Kunden aus.

These 27)

Die Verwendung von Scorekarten erfolgt im Fall der SCHUFA im Auftrag ihrer Vertragspartner.

These 28)

Datenschutzrechtlich ist Scoring zulässig.

These 29)

Eine Scorevariable allein ist nicht aussagekräftig. Zudem wären Einzelvariablen (etwa das regelmäßige Bezahlen von Rechnungen in Einzelbranchen) zweckkonform unter Umständen beeinflussbar. Erst die Verknüpfung einer ausreichenden Anzahl von Merkmalen trägt zur Solidität eines Scores entscheidend bei. Nur bei wissenschaftlich nachgewiesenen Verknüpfungen mit statistisch nachweisbarer Relevanz ist es sinnvoll, Scoring zur Entscheidungsfindung heranzuziehen.

These 30)

Kreditanträge sollten nur auf Basis möglichst vollständiger, aussagefähiger, kreditrelevanter Informationen gescored werden.

These 31)

Georeferenzierte („Regio-/Adressen“) Scores reichen für eine sorgfältige Bonitätsprüfung nicht aus und werden von der SCHUFA generell nicht verwendet.

These 32)

Auskünfte bzw. Scores hauptsächlich auf Basis eigener Aussagen des Verbrauchers erhöhen das Fehlerrisiko. Sollten sie Schätz- bzw. „Fülldaten“ ohne Informationsgrundlagen darstellen, sind sie mit Skepsis zu betrachten und nur sehr bedingt aussagekräftig. Sie müssen für den Scoreverwender als „Informationersatz“ gekennzeichnet sein.

These 33)

Scores sind umso verbraucherfreundlicher, je trennschärfer sie wirken. Zur Entwicklung trennscharfer Scores braucht es eine große, relevante Datenfülle. Trotz solcher Scores bedarf es der Möglichkeit für Handlungsspielräume des Kreditentscheiders.

These 34)

Maschinen und automatische Prozesse können per se individuell niemals diskriminieren.

These 35)

Scoring sorgt objektiv und präventiv für die Verhinderung von Diskriminierung.

These 36)

Die fundiertesten Kreditscores entstehen aus der Verbindung von externem Erfahrungswissen mit institutsinternen Daten. Sie sind branchenspezifisch maßgeschneidert und basieren auf beiden Datenquellen (integrierte Scores).

These 37)

Den allgemeinen Scorewert gibt es so nicht. Zum einen ist ein Scorewert immer fall- und branchenbezogen, zum anderen zunehmend Teil einer integrierten Prognoselösung, die gemeinsam zwischen Kreditbüro und Kreditgeber mit dessen Informationen entsteht.

Datenschutzrecht – welche Perspektiven braucht es?

These 38)

Datenschutz ist rechtsdogmatisch nicht Verbraucherschutz, Verbraucherschutz nicht Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG.

These 39)

Zu begrüßen ist die Zielrichtung, in § 29 BDSG berechtigtes Interesse auch bei der Vermeidung allgemeiner Vertragsrisiken zu sehen.

These 40)

Das amerikanische Modell des “notice and take down“ ist ein Modell im Umgang mit strittigen Einsprüchen gegen Negativmerkmale bei Auskunfteien.

These 41)

Scoring unterliegt nur in sehr eingeschränktem Maße dem Bundesdatenschutzgesetz. „Richtige“ Scorewerte und BDSG haben nichts miteinander zu tun. Richtig heißt in diesem Fall aufgabenbezogen, z.B. relevante Ergebnisse im Fall einer Kreditprüfung auf nachprüfbarer wissenschaftlicher Qualitätsbasis.

Welche ordnungspolitischen Instanzen und Klärungen wären wichtig?

These 42)

Eine neutrale Qualitäts- und Verfahrensprüfungsinstanz ist dann wünschenswert, wenn sie zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen verpflichtet ist und nicht durch Normierungen Entwicklungen hemmt. Sie kann und sollte die Wahrung der mindestgültigen Sorgfaltsansprüche standardisieren und branchenweit nachhalten.

These 43)

Einheitliche Regelungen für die Sperrung von Daten sind zu begrüßen.

These 44)

Eine allgemein zugängliche Offenlegung von Geschäftsgeheimnissen (wie etwa den Scoreformeln) wäre wettbewerbsverzerrend, ist wirtschaftsunüblich und verstieße gegen marktwirtschaftliche Grundprinzipien.

Welche Verbraucherrechte dienen dem Wohle aller, auch der Anbieterseite?

These 45)

Das Prinzip der Datensparsamkeit darf nicht dramatisch höhere Risiken auf Anbieterseite zur Folge haben, damit zu spürbaren Kostenbelastungen auf Verbraucherseite führen.

These 46)

Transparenz liegt grundsätzlich im Interesse aller, des souveränen Anbieters wie des Verbrauchers. Diesem Interesse zu entsprechen ist Aufgabe der Anbieter insoweit, als es wirtschaftlich machbar ist und gleichermaßen für alle gilt.

These 47)

Die Offenlegung von Scoring-Merkmalen dient der generellen Verbrauchertransparenz, darf aber keine individuellen Manipulations- oder gar Betrugsmöglichkeiten eröffnen. Daher müssen Offenlegungen auf die Datenquellen begrenzt bleiben.

These 48)

Fremddatenquellen, die in einen Scorewert einfließen, sollte der Verbraucher kennen und erfahren können. Die SCHUFA verzichtet auf den Einbezug von Quellen aus dem Marketingbereich allgemeinen Verbraucherverhaltens.

These 49)

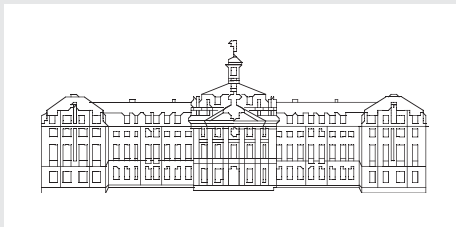
Die zeitnahe, kostengünstige und verständliche Information des Verbrauchers über Geschäftsvorfälle rund um seine Daten ist eine notwendige und sinnvolle Entwicklung. Sie dient dem Schutz vor Identitätsdiebstahl und damit auch der finanziellen Privatsphäre.

These 50)

Eine leicht zugängliche Eigenauskunft zu allen über den Verbraucher gespeicherten Daten sollte für die gesamte Branche der Kreditbüros und -auskunfteien als verpflichtend eingeführt werden.

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rolle von Information und Transparenz in Marktprozessen – eine ökonomische Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Datenschutzes



WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT Münster
Institut für Genossenschaftswesen
Centrum für Angewandte Wirtschaftsforschung
Prof. Dr. Theresia Theurl
Arne Dammer

und



LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT München
Institut für Information, Organisation und Management
Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot
Dr. Rahild Neuburger

Hinweis: Die vorliegende Zusammenfassung ist das Exzerpt eines wissenschaftlichen Gutachtens. Die Gesamtfassung des Gutachtens ist in der Publikation „Grundlagenschrift“ erschienen.

Teil B

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rolle von Information und Transparenz in Marktprozessen – eine ökonomische Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Datenschutzes

1. Informationen im Marktprozess

Im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung steht der Markt für Bonitätsinformationen, d.h. Informationen über die Zahlungsfähigkeit und Zahlungsbereitschaft von (potenziellen) Vertragspartnern. Der Begriff Bonität wird in dieser Arbeit synonym zum Begriff Kreditwürdigkeit verwendet. Dabei beruht die Kreditwürdigkeit eines Kreditnehmers sowohl auf persönlichen (Zahlungsbereitschaft) als auch wirtschaftlich-sachlichen Faktoren (Zahlungsfähigkeit).¹ Eine Prüfung der Kreditwürdigkeit von Kreditnehmern ist nicht nur im Interesse der Kreditgeber, die dadurch ihre Kreditausfälle zu minimieren versuchen, sondern wird vom Gesetzgeber auch im Zusammenhang einer verantwortungsvollen Kreditvergabe gefordert.² Solche Bonitätsinformationen spielen v.a. im Zusammenhang mit Kreditentscheidungsprozessen eine wichtige Rolle. Kredite werden erforderlich, wenn in einer Transaktion Leistung und Bezahlung zeitlich auseinanderfallen. Zur Überbrückung dieser Diskrepanz dient der Kredit, der daher naturgemäß mit Unsicherheit behaftet ist. Dies betrifft nicht nur das klassische Finanzkreditgeschäft, sondern sämtliche Transaktionen, bei denen die Erbringung der Leistung und die Bezahlung dieser Leistung zeitlich auseinanderfallen wie es beispielsweise bei den mittlerweile typischen Geschäftsvorfällen wie Kauf auf Rechnung, Kauf auf Kredit, Ratenkauf etc. der Fall ist.

Immer dann, wenn die erbrachte Leistung nicht zeitgleich bar bezahlt wird, tritt neben den jeweils primär zugrunde liegenden marktlichen Abwicklungsprozess – wie z.B. der Kauf von Waren beim Versandhandel – ein weiterer Prozess, der die finanzielle Abwicklung des zugrunde liegenden Geschäftes betrifft und nicht unabhängig von diesem zu sehen ist. Wenn sich der Nachfrager zu einer kreditfinanzierten Art der Bezahlung entscheidet, entstehen Unsicherheiten und Informationsasymmetrien, die den zugrunde liegenden Transaktionsprozess vor, während und nach der Leistungserbringung beeinflussen, indem sie ihn mit zusätzlichen Risiken belasten, zu zusätzlichen Prozess- und Abwicklungskosten führen, möglicherweise sogar ganz verhindern können oder die Realisierung nachfolgender Transaktionen erschweren. Nicht selten entwickeln sich ursprüngliche Spontantransaktionen zu langwierigen Abwicklungsprozessen, da die Zahlung nicht pünktlich erfolgt und einerseits kostenintensive Prüf-, Mahn- und Eintreibungsprozesse erforderlich werden, andererseits finanzielle Ausfälle entstehen, die die ohnehin geringen Margen vieler Handelsunternehmen nochmals schmälern. Vor diesem Hintergrund stellt sich die in dieser Arbeit u.a. näher zu analysierende Frage, welche Informationsasymmetrien und Unsicherheitsprobleme bei diesen Kreditentscheidungsprozessen entstehen und welche Möglichkeiten zur Reduktion dieser Probleme existieren. Dabei liegt das besondere Augenmerk auf der Rolle von Bonitätsinformationen.

In allen Märkten haben Informationen eine grundlegende Bedeutung, denn nur durch den Austausch von Informationen ist eine Koordinierung von Anbieter und Nachfrager im Allokationsprozess möglich. Dies betrifft sowohl die zugrunde liegenden Marktprozesse als auch die diese begleitenden Kreditprozesse. In einer Welt vollkommener Information gibt es nur symmetrische Informationsverteilung, vollständige Voraussicht und keine Transaktionskosten, sodass sich von selbst ein allgemeines

¹ Vgl. Heno, R.: Kreditwürdigkeitsprüfung mit Hilfe von Verfahren der Mustererkennung, Bern 1983, S. 10f.

² Vgl. EU-Richtlinie 2005.

Gleichgewicht für die Allokationsprobleme einstellt (First-best-Lösung) und keine Informationsprobleme existieren³. Allerdings entsprechen diese Annahmen nicht der Realität. Vielmehr ist von unvollständiger und asymmetrischer Informationsverteilung zwischen den Marktpartnern, Unsicherheit, opportunistischem Verhalten der Marktpartner und somit der Existenz von Transaktionskosten bei Markttransaktionen auszugehen. Dadurch wird nicht die First-best-Lösung, sondern bestenfalls eine Second-best-Lösung erreicht werden. Auf Kreditmärkten fallen diese Marktrestriktionen mit ihren Konsequenzen besonders deutlich auf (Unsicherheit und Misstrauen hinsichtlich der finanziellen Fähigkeiten und Verhaltensweisen der Marktpartner), sodass deswegen die Allokation in vielen Kreditmärkten stark ineffizient sein kann.

Die oben in Abhängigkeit der jeweils zugrunde liegenden Transaktionspartner skizzierten Märkte unterscheiden sich insbesondere im Ausmaß der vorliegenden Informationsasymmetrie, der Transaktionshäufigkeit, der Transaktionskostenhöhe, des Kreditvolumens sowie der institutionellen Rahmenbedingungen. So ist die Höhe des Kreditvolumens in B2B Kreditmärkten grundsätzlich größer als bei B2C bzw. C2C Märkten; allerdings handelt es sich oft um bereits langfristig existierende Geschäftsbeziehungen und nicht um anonyme Transaktionen wie sie häufiger im B2C- oder im C2C-Markt auftreten. Unabhängig von all diesen Unterschieden haben in allen drei Marktformen Bonitätsinformationen eine besondere Funktion. Bonitätsinformationen geben die Kreditwürdigkeit von Kreditnehmern wieder. Sie liefern insofern Hinweise auf das Risiko eines Kreditausfalls und somit die Höhe des Kreditzinses, den die Kreditgeber verlangen. Die Kreditwürdigkeit ergibt sich dabei aus verschiedenen Eigenschaften der Kreditnehmer. Diese können sich je nach Branche unterscheiden (z.B. sind für die Kreditwürdigkeit im Mietwohnungsmarkt teilweise andere Kriterien von Bedeutung als etwa im Markt für Immobilienkredite oder im Markt für Mobilfunkverträge) und sich im Zeitverlauf durch individuelles Handeln des Kreditnehmers verändern.

In der Informationsökonomik wird zwischen Such-, Erfahrungs- und Vertrauenseigenschaften von Gütern unterschieden. Diese Kategorien übertragen sich auf den Kreditmarkt, wo die Kreditgeber entsprechende Informationen über die Kreditnehmer einholen:⁴

- Such- und Inspektionseigenschaften bezeichnen die Eigenschaften eines Kreditnehmers, die der Kreditgeber vor der Kreditentscheidung identifizieren und beurteilen kann.
- Erfahrungseigenschaften sind Eigenschaften, die der Kreditgeber erst nach der Kreditvergabe beurteilen kann und zwar aufgrund seiner eigenen Erfahrungen.
- Vertrauenseigenschaften können dagegen auch nach der Inanspruchnahme nicht beurteilt werden und entziehen sich einer faktischen Beurteilung. Der Kreditgeber muss daher darauf vertrauen, dass die zugesicherten Eigenschaften tatsächlich vorhanden sind.

Alle drei Informationskategorien sind für den Kreditmarkt relevant. Sie variieren jedoch über die Kreditnehmer und zwischen den Marktsegmenten. Bei Neugeschäften sind keine Erfahrungen vorhanden. Daher müssen von Seiten der Kreditgeber mit erheblichem Aufwand die Eigenschaften des Kreditanfragers ermittelt werden bzw. der Kreditnehmer muss diese signalisieren, um den Anteil des notwendigen Vertrauens in die Eigenschaften des Kreditnehmers bei der Kreditentscheidung zu erhöhen. Bei immobilien Kreditnehmern bzw. räumlich begrenzten Kreditmärkten, in denen die Kreditpartner häufig aufeinandertreffen, lohnt sich eine intensive Suche verbunden mit persönlichen Kontakten und Historien für beide Seiten. So werden Erfahrungen gesammelt und Vertrauen zwischen den Vertragspartnern aufgebaut. Zu den Sucheigenschaften treten dann Erfahrungseigenschaften mit

³ Vgl. z.B. Richter, R. und Bindseil, U. (1995): Neue Institutionenökonomik, Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt) 24 (3), S. 132-140.

⁴ Vgl. Nelson, P. (1970): Information and Consumer Behavior, Journal of Political Economy 78, S. 311-329; Nelson, P. (1974): Advertising as Information, Journal of Political Economy 82, S. 729-754; Darby, M.R. und Karni, E. (1973): Free Competition and the Optimal Amount of Fraud, Journal of Law and Economics 16, S. 67-88.

der Folge, dass sich der Abschluss weiterer Kreditverträge wesentlich erleichtert. Allerdings verschwindet diese Möglichkeit, wenn die Transaktionspartner mobiler werden, also weniger räumlich gebunden sind. In diesem Fall erhöhen sich die Risiken und Kosten für beide Seiten. Die Kreditgeber müssen intensiver suchen und die Kreditnehmer müssen ihre Eigenschaften häufiger und präziser signalisieren, wenn in ähnlichem Ausmaß Kredite ermöglicht werden sollen. In diesem Zusammenhang gilt es, die Quelle der Informationen zu unterscheiden, d.h. in primäre, sekundäre und tertiäre Informationen. Primäre Informationen werden durch die Funktionsweise eines Systems quasi automatisch bereitgestellt. Dazu zählen in einem marktlichen System zum Beispiel Preise und Mengen der gehandelten Güter. Demgegenüber ergeben sich sekundäre Informationen durch eigene Aktivitäten auf dem jeweils heimischen Produktmarkt, z.B. auf Produktmärkten durch Marktforschungen oder auf Kreditmärkten durch Analysen des eigenen Kreditportfolios. Schließlich werden tertiäre Informationen durch dritte Informationsquellen in Form von Kunden, Medien, Interessengruppen geliefert, ohne dass diese speziell angefordert werden.

Die Kreditentscheidung gehört bei vielen Transaktionspartnern nicht zu deren Kerngeschäft. Zudem ist eine Vielfalt an Eigenschaften, die die Bonität beeinflussen, sowie der Veränderungen dieser Eigenschaften im Zeitablauf zu beachten. Daher ist es sowohl für den Kreditgeber als auch den Kreditnehmer nicht effizient, alle relevanten Informationen einzeln zu sammeln, auszuwerten und aufzubereiten sowie ausreichende Erfahrungen mit der Analyse der Bonität zu machen. Dies begründet einen Bedarf an Intermediären, wie Kreditbüros oder Auskunfteien, die Informationen sammeln, aufbereiten und zielgerichtet bündeln.

Prinzipiell ist eine Vielzahl von Informationen, die von extrem unterschiedlicher Güte und Qualität sein können, denkbar, um die Bonität widerzuspiegeln. Ein wichtiges Qualitätskriterium für den Markt von Bonitätsinformationen ist es daher, diejenigen Informationen zur Verfügung zu stellen, die einen echten Erklärungsgehalt für die Ermittlung der Kreditwürdigkeit haben. Vor diesem Hintergrund besteht eine wichtige Herausforderung sowohl für den Kreditgeber und den Kreditnehmer als auch für den Intermediär darin, die gefilterten Informationen einerseits auf ihre Richtigkeit, andererseits auf ihre Relevanz in Bezug auf den Kreditentscheidungsprozess zu prüfen. Dabei ist v.a. zwischen Informationen zu unterscheiden, die einen Erklärungsgehalt für die Ermittlung der Kreditwürdigkeit haben, und solchen, die vornehmlich Marketing- und Werbezwecken und daher der Anregung zusätzlicher Transaktionen dienen, was z.B. bei vielen soziodemographischen Informationen der Fall ist.

Für die zukünftige Entwicklung des Marktes von Bonitätsinformationen spielen die gesetzlichen Rahmenbedingungen eine entscheidende Rolle. Im B2B Markt können Kreditgeber und Intermediäre durch eigene Recherchen eine Datenbasis aufbauen und Analysen der Bonität der Kreditnehmer anbieten. Dies wird gestützt durch die Nichtberücksichtigung von Unternehmensdaten im Bundesdatenschutzgesetz, wodurch eine freiere Datenverwendung möglich ist. Darüber hinaus erhöhen gesetzliche Bestimmungen zur Informationsoffenlegung (Publizitätsbestimmungen) über wirtschaftliche Eigenschaften der Kreditnehmer die frei zugänglichen Daten. Dabei müssen jedoch hinsichtlich kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) Abstriche gemacht werden. Die starke Veröffentlichungspflicht zielt vor allem auf die Großunternehmen und kapitalmarktorientierten Unternehmen ab, für die standardisierte Bilanzanalysen, wie sie Ratingagenturen vornehmen, verstärkt zu finden sind. Im Rahmen der neuen Eigenkapitalrichtlinie für Banken – Basel II – findet jedoch auch eine Anpassung in Richtung KMU statt, für sie bei Kreditvergabe ebenfalls ein Rating erwartet wird.

Der B2C-Markt ist v.a. von den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes geprägt. Eigene Analysen der Kreditgeber leiden vor allem unter dem eingeschränkten Datenzugang, sodass sie die Bonität nicht effizient und kostengünstig ermitteln können. Insofern existieren hier spezialisierte Intermediäre, die eine Vielzahl von Branchen mit bonitätsrelevanten Daten abdecken. Durch das

Bundesdatenschutzgesetz setzt der Staat jedoch z.T. weitreichende Rahmenbedingungen, um Diskriminierungen von Kreditnehmern über nichtökonomische Merkmale zu verhindern und den Verbraucher vor einer widerrechtlichen Verwendung seiner personenbezogenen Daten zu schützen. Auch wenn ein entsprechendes Schutzinteresse einen gesellschaftlichen Konsens darstellen kann, wird dies insbesondere dann problematisch, wenn die wirtschaftliche Effizienz eingeschränkt und vor allem im internationalen Vergleich volkswirtschaftliche Nachteile durch national verzerrende Gesetzeslagen entstehen. Wenn nämlich durch bestimmte Gesetze die Verfügbarkeit von bonitätsrelevanten Informationen eingeschränkt oder ausgeschlossen wird, dann kann dies zu einer schlechteren Beurteilungsbasis von Kreditvergabeentscheidungen und damit zu einer geringeren Umsetzung von Konsumnachfrage führen, als dies unter günstigen Informationsvoraussetzungen der Fall wäre. Eine Einschränkung der verwendbaren Informationen kann einerseits zu einer schlechteren Einschätzung des Risikos und somit zu höheren Ausfallraten von Krediten und somit zu höheren Kreditzinsen führen.⁵ Darüber hinaus ermöglicht eine umfangreichere Datenlage eine Ausweitung des Kreditangebotes.⁶ Im internationalen Vergleich zwischen Ländern, die unterschiedliche Datennutzungen ermöglichen, hat dies unterschiedliche Entwicklungen von Kreditmärkten und somit auch der Volkswirtschaften zur Folge. Die Möglichkeit auf sowohl negative als auch positive Informationen zurückgreifen zu können, senkt die Marktzutrittsbarrieren auf Kreditmärkten, steigert somit den Wettbewerb⁷ und sorgt dadurch neben einer Effizienz- auch für eine allgemeine Wohlfahrtssteigerung.

Auf dem Kreditmarkt sind die Informationen zwischen Kreditnehmern und Kreditgebern asymmetrisch verteilt. Insbesondere kennt der Kreditgeber nicht die Eigenschaften und das Verhalten bzw. die Absichten des Kreditnehmers, was für die Entscheidung einer Kreditvergabe und der Höhe des Kreditzinses entscheidend ist, da der Kreditvertrag eine Vorleistung des Kreditgebers in Erwartung einer zukünftigen Gegenleistung des Kreditnehmers vorsieht. Insofern besteht für den Kreditgeber das Risiko, dass die Gegenleistung vom Kreditnehmer nicht erbracht wird oder dass er zu geringe Risikozinsen verlangt. Es besteht nun das Problem, dass der Kreditmarkt zusammenbricht und der Kreditgeber kein Kreditangebot macht. Zunächst bricht der Kreditmarkt zusammen, wenn der Kreditgeber nicht zwischen den Eigenschaften der Kreditnehmer unterscheiden kann. Diese Form des Marktzusammenbruchs, die auch adverse Selektion genannt wird, findet statt, wenn der Kreditgeber keinen Vertrag anbieten kann, der einen angemessenen Kreditzins beinhaltet und nachgefragt wird. Die zweite Form des Marktversagens besteht darin, dass der Kreditgeber die Handlungen der Kreditnehmer für den Fall einer Kreditvergabe nicht identifizieren kann. Dadurch ergibt sich das moralische Risiko für den Kreditgeber, dass der Kreditnehmer sich so verhält, dass die Gegenleistung erbracht werden kann. In beiden Fällen kommt kein Kreditmarkt zustande, sodass sowohl der Kreditnehmer als auch der Kreditgeber ein Interesse haben, die Informationsasymmetrie zu reduzieren.

Zur Reduktion der Informationsasymmetrie kann entweder der Kreditnehmer beitragen, indem er die relevanten Informationen bereitstellt, oder der Kreditgeber, indem er diese nachfragt. Die relevanten Informationen im Kreditmarkt sind Bonitätsinformationen, die die Kreditwürdigkeit und damit das Risiko eines Kreditausfalls widerspiegeln. Auf einem Markt mit einer Vielzahl von Kreditnehmern und Kreditgebern sowie Kredittransaktionen steigen die Transaktionskosten jedoch für beide Marktseiten schnell an, sodass es vorteilhaft ist, dass sich Intermediäre wie beispielsweise Auskunfteien bilden, die die Bonitätsinformationen kostengünstiger bereithalten. Diese Intermediäre übernehmen Spezialisierungsaufgaben, die zu einer Effizienzsteigerung sowohl auf dem Markt für Bonitätsinformationen als auch auf dem Kreditmarkt beitragen.

⁵ Vgl. Chandler, G. und Parker, L. E., (1989): Predictive Value of Credit Bureau Reports, *Journal of Retail Banking*, 11(4), S. 47-54.

⁶ Vgl. Barron, J. und Staten, M. (2003): The Value of Comprehensive Credit Reports: Lessons from the US Experience, in *Credit reporting systems and the international economy*, Miller, M. (Hrsg.), London 2003, S. 273-310.

⁷ Vgl. Padilla, A und Pagano, M. (1997): Endogenous Communication among Lenders and Entrepreneurial Incentives, *The Review of Financial Studies*, 10(1), S. 205-236.

2. Der Markt für Bonitätsinformationen

Für die vorliegende Analyse interessiert vor allem der Markt für Bonitätsinformationen, der die verschiedenen Marktphasen auf den Gütermärkten beeinflusst. Daher erfolgt im folgenden Kapitel eine nähere Darstellung des Marktes für Bonitätsinformationen. Nach einer Konkretisierung der zugrunde liegenden Fragestellung (Abschnitt 2.1) erfolgt zunächst eine empirische Untermauerung der Relevanz von Kreditmärkten für die volkswirtschaftliche Entwicklung (2.2). Daran schließt eine Darstellung des Marktes für Bonitätsinformationen (Abschnitt 2.3) an, bevor die Rolle des Datenschutzes näher diskutiert wird (Abschnitt 2.4) und eine Zusammenfassung des Kapitels vorgenommen wird (2.5).

2.1 Problemstellung

Die Bedeutung der Funktionsfähigkeit von Kreditmärkten für das Wachstum einer Volkswirtschaft ist in mehreren empirischen Untersuchungen nachgewiesen worden.⁸ Für die Funktionsfähigkeit von Kreditmärkten, die zu einem besonders hohen Maß unter Informationsasymmetrie leiden, spielen Bonitätsinformationen eine besondere Rolle. Unter Krediten wird die „Einräumung des Verfügungsrechtes über wirtschaftliche Güter im Vertrauen auf künftige Gegenleistung“⁹ verstanden. Dabei setzt sich der Kredit einerseits aus der Kredithöhe, die einem Kreditnehmer zuerkannt wird, und andererseits aus den Kreditkosten, d.h. der Höhe des Kreditzinses und den geforderten Sicherheiten, die von den Eigenschaften eines Kreditnehmers abhängen, zusammen.¹⁰ Die Kredithöhe, die einem Kreditnehmer zugestanden wird, hängt im Wesentlichen von der individuellen Akzeptanz (dem Vertrauen) im Kreditmarkt ab, d.h. wen und wie viele potenzielle Kreditgeber der Kreditnehmer überzeugen kann, ihm einen Kredit zu gewähren. Der Kreditnehmer kann dabei versuchen, durch zwei Eigenschaften seine Akzeptanz zu verbessern. Zunächst trägt die Kredithistorie zu einem Akzeptanzgewinn bei. Diese vergangenheitsbezogene Betrachtung der Kreditwürdigkeit eines Kreditnehmers hilft jedoch nur bedingt, eine aktuelle Kreditanfrage zu entscheiden. Darüber hinaus spielt die zukünftige Fähigkeit des Kreditnachfragers, seinen Verbindlichkeiten nachkommen zu können, eine bedeutendere Rolle.

Bonitätsinformationen, die im Weiteren näher betrachtet werden, unterstützen den Kreditgeber bei seiner Kreditentscheidung, indem sie helfen, die bestehende Informationsasymmetrie abzubauen. Die Nachfrage nach Bonitätsinformationen ergibt sich dabei nicht allein aus dem Antrieb der Kreditgeber heraus, sondern wird zudem vom Gesetzgeber durch die Forderung nach einer verantwortungsvollen Kreditvergabe vorgegeben,¹¹ in der die Einnahmen-Ausgabensituation umfassend berücksichtigt werden soll. Ein wesentliches Instrument bei der Prüfung der Kreditwürdigkeit von Kreditnachfragern sind Scorewerte, die eine relative Einschätzung über die Ausfallwahrscheinlichkeit des Kredites liefern. Neben der Forderung des Gesetzgebers und dem Bestreben der Kreditanbieter nach einer umfassenden Nutzung von Bonitätsinformationen, gilt es die institutionellen Rahmenbedingungen zu beachten, die die Verfügbarkeit und Nutzungsmöglichkeiten von Bonitätsinformationen einschränken. Die Beschränkungen ergeben sich vor allem aus dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG). Das zum Schutz von Privatpersonen vor einer willkürlichen Nutzung ihrer personenbezogenen Daten eingeführte Gesetz, bleibt jedoch nicht ohne Wirkung für die Effizienz der Kreditmärkte, sodass der Nutzen und die Nachteile dieses Gesetzes zu berücksichtigen sind, die z.B. in Fehlentscheidungen aufgrund unzureichender Informationslage der Kreditgeber bestehen.

⁸ Vgl. z.B. Gurley, J. und Shaw, E. (1967): Financial Structure and Economic Development, Economic Development and Cultural Change 15, S. 257-268; McKinnon, R.: Money and Capital in Economic Development, Brookings Institutions, Wahington 1973.

⁹ Linhardt, H.: Die Kontrolle im Bankbetrieb, Stuttgart 1926, S. 11.

¹⁰ Vgl. Cole, R.: Consumer and commercial credit management, Homewood 1992, S. 6.

¹¹ Vgl. § 25a Absatz 1 Nr. 1 Kreditwesengesetz (KWG).

2.2 Bedeutung des Kreditmarktes

Die volkswirtschaftliche Entwicklung hängt entscheidend von der Effizienz des Kreditmarktes ab.¹² Insofern liefern die Bedingungen auf den nationalen Kreditmärkten einen wesentlichen Beitrag für die Volkswirtschaft. Dies unterstreichen auch Abbildungen 2-1 und 2-2. Zunächst zeigt sich, dass die Kredite an wirtschaftlich unselbständige Privatpersonen die Kredite an inländische Unternehmen überholt haben (siehe Abbildung 2-1).

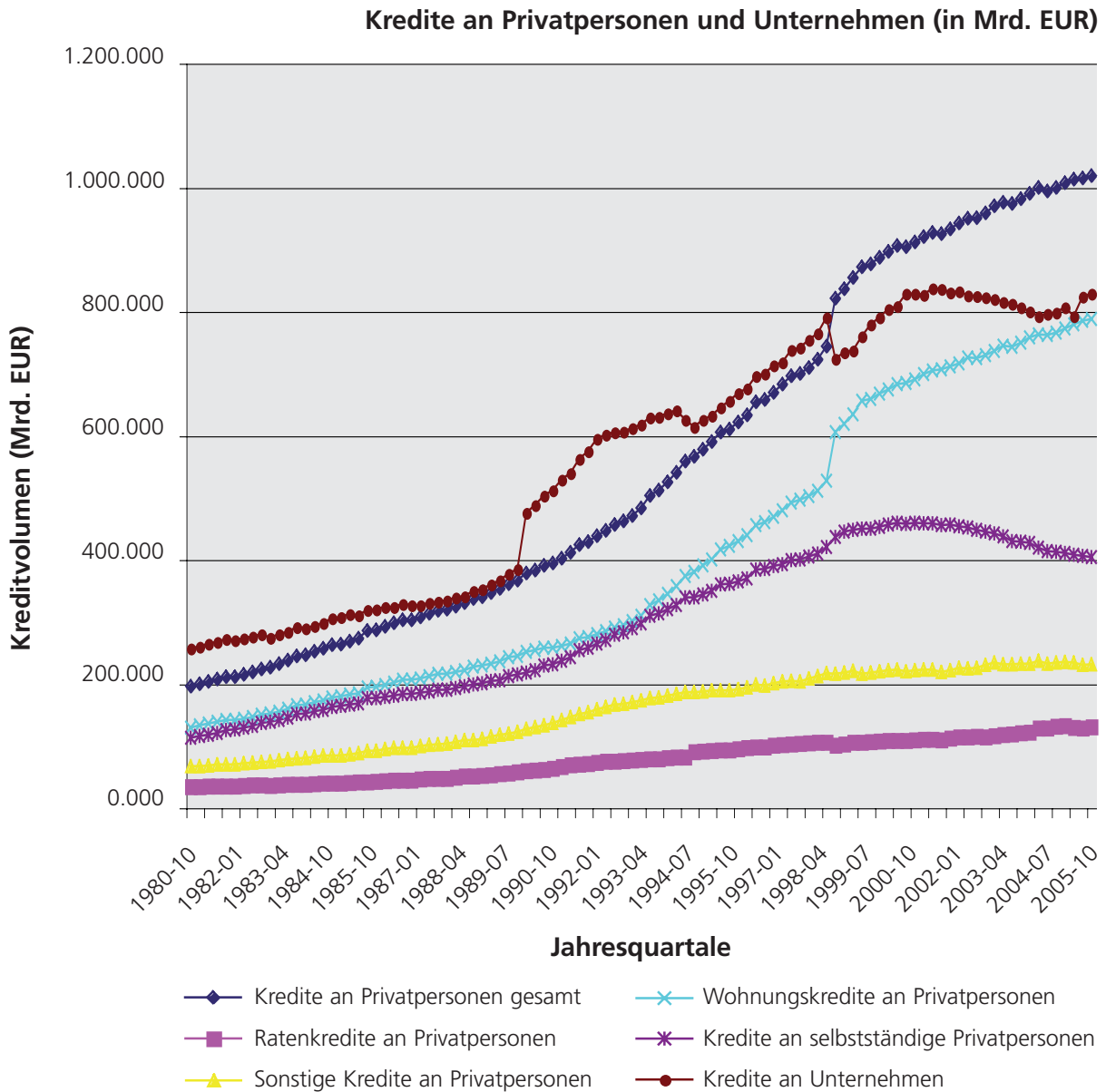


Abbildung 2-1:
Entwicklung von Krediten an private Haushalte (Quelle: Deutsche Bundesbank).

¹² Vgl. z.B. Jung, W. (1986), Financial Development and Economic Growth: International Evidence, Economic Development and Cultural Change 34, S. 333-346; King, R. und Levine, R. (1993a), Finance and Growth: Schumpeter Might be Right, Quarterly Journal of Economics 108, S. 717-737; King, R. und Levine, R. (1993b), Finance, Entrepreneurship, and Growth, Journal of Monetary Economics 32, S. 513-542.

Zudem ist ein steigender Anteil der Kredite für private Haushalte am Bruttoinlandsprodukt zu verzeichnen (siehe Abbildung 2-2).¹³ Demnach ist der Anteil der Kredite an private Haushalte vom 1,1-Fachen 1990 auf das 1,8-Fache des BIP 2006 gestiegen.

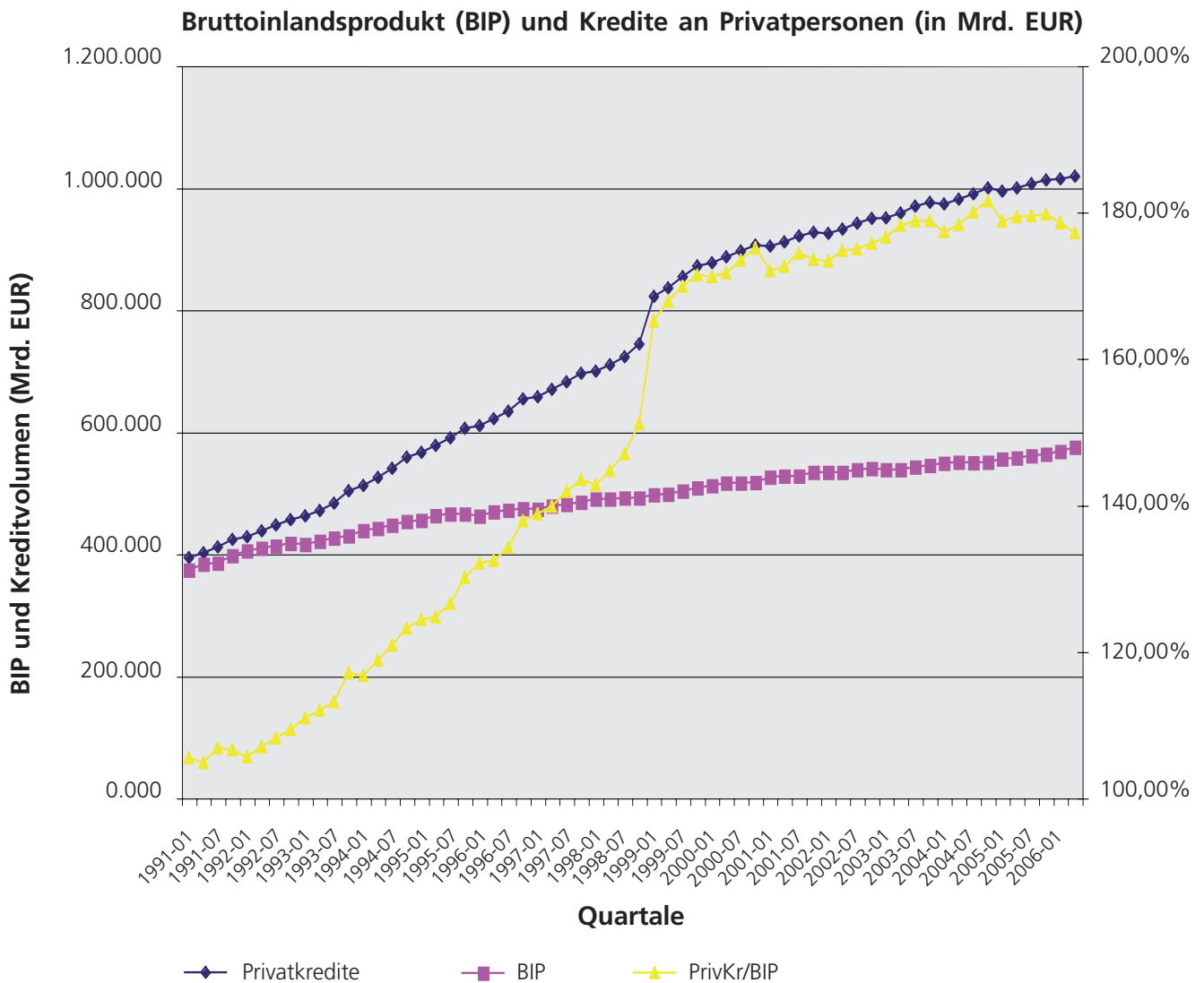


Abbildung 2-2: Entwicklung BIP und Kredite an private Haushalte (Quelle: Deutsche Bundesbank¹⁴ und eigene Berechnungen).

Die steigende Relevanz von Krediten für private Haushalte kann auch in verschiedenen Teilbereichen der Wirtschaft nachvollzogen werden. Nach Angaben des Bankenfachverbandes, in dem 52 Spezialbanken organisiert sind, stieg das Neugeschäft der angeschlossenen Privatkundenbanken um 9,5% auf 32,5 Mrd. Euro im Jahr 2005. Dieser Trend wird sich nach Erwartungen des Bankenfachverbandes im Jahr 2006 fortsetzen, da der Konsum auf Kredit bei den deutschen Verbrauchern immer beliebter wird. Die Kredite verteilen sich dabei auf den Konsum von Personenkraftwagen (66%), Wohnmobile und Krafträder (7%), Möbel, Küchen und Haushaltsgeräte (17%) sowie Unterhaltungselektronik und

¹³ Mit Ausnahme der Daten der Deutschen Bundesbank leiden die Angaben über die Höhe der Kredite an dem Problem, dass sie nur einen Teil des gesamten Kreditmarktes abbilden. Insofern ist ein Vergleich der Werte nur sehr eingeschränkt möglich.

¹⁴ Deutsche Bundesbank: Statistik zu Krediten an inländisch wirtschaftlich unselbstständige und sonstige Privatpersonen.

EDV (6%).¹⁵ Ebenfalls zunehmender Beliebtheit erfreuen sich Online-Kredite, die von 2003 bis Mitte 2004 um 70% auf rund 1,2 Mrd. Euro angewachsen sind. Zu Online-Krediten zählen die Kredite, die der Kreditnehmer von zu Hause über das Internet beantragen kann und oft unmittelbar eine Vorabzusage der Bank erhalten.¹⁶ Neben den Online-Krediten boomt in Deutschland auch der Handel im Internet, der laut einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im ersten Halbjahr 2006 auf 7,2 Mrd. Euro angewachsen ist.¹⁷ Der Internethandel ist insofern von Bedeutung, als dass neben dem Kauf per Nachname auch auf Rechnung bestellt werden kann. Während beim Kauf per Nachname die Auslieferung nur gegen Bezahlung erfolgt, ist der Rechnungskauf eine kreditähnliche Geschäftsbeziehung, da der Versandhändler im Vertrauen auf die Überweisung des Rechnungsbetrages die Ware an den Käufer verschickt. Diese Zahlen zeigen, dass Kredite und kreditähnliche Handels- und Geschäftsbeziehungen¹⁸ sich auf alle Branchen der Volkswirtschaft auswirken, sodass eine Begrenzung auf einzelne Branchen, in denen Bonitätsinformationen zur Gewährung von Krediten gehandelt werden, nicht sinnvoll erscheint. Auch wenn sich das Verhalten der Kreditnehmer zwischen den verschiedenen Kreditmärkten und je nach Kreditart unterscheidet, so besteht dennoch in allen diesen Märkten ein Interesse an Bonitätsinformationen (Zahlungswilligkeit und Zahlungsfähigkeit) zur Beurteilung des Kreditrisikos. Das unterschiedliche Verhalten der Kreditnehmer wird dadurch berücksichtigt, dass die Beurteilungsverfahren, z.B. die Berechnung von Scorewerten und die Gewichtung bonitätsrelevanter Informationen branchenspezifisch erfolgt. Gleichwohl können die Bedeutung der Bonität für die Geschäftstätigkeit eines Kreditgebers und der Grad der Bonitätsprüfung von Branche zu Branche abweichen.¹⁹

Die Angaben sind keinesfalls vollständig, da weder die Daten des Bankenfachverbands noch die Angaben zu Online-Krediten den Markt vollständig abdecken, sodass die tatsächlichen Volumina an Privatkrediten insbesondere bei den Handels- und Dienstleistungskrediten höher ausfallen werden. Allerdings deuten die Daten der Bundesbank bereits an, dass der Markt für Privatkredite eine zunehmende Bedeutung für die Volkswirtschaft darstellt, der bei entsprechender Effizienz Wachstumsimpulse für die Volkswirtschaft generieren kann. Da die Effizienz der Kreditmärkte entscheidend von den verfügbaren Bonitätsinformationen abhängt, werden diese in den folgenden Kapiteln näher untersucht. Im internationalen Vergleich zeigt sich, dass sich der deutsche Markt für Konsumentenkredite entgegen dem europäischen Trend rückläufig entwickelt hat (vgl. **Abbildung 2-3**).

¹⁵ Vgl. Bundesfachverband 2005/06, S. 7f.

¹⁶ Vgl. Pressemitteilung des Bankenfachverbandes vom 26.10.2004

¹⁷ Vgl. GfK 2006.

¹⁸ Kreditähnliche Handels- und Geschäftsbeziehungen sind solche Verträge über Leistungsversprechen, bei denen eine Seite in Vorleistung geht in Erwartung späterer Gegenleistung der anderen Seite (z. B. Telekommunikation, Handwerks- und Dienstleistungen, Wohnungsmiete etc.)

¹⁹ Vgl. Rödl, H.: Kreditrisiken und ihre Früherkennung. Ein Informationssystem zur Erhaltung des Unternehmens, Düsseldorf, Frankfurt 1979, S. 19f.

Konsumentenkredite an private Haushalte im europäischen Vergleich (in Mrd. EUR)

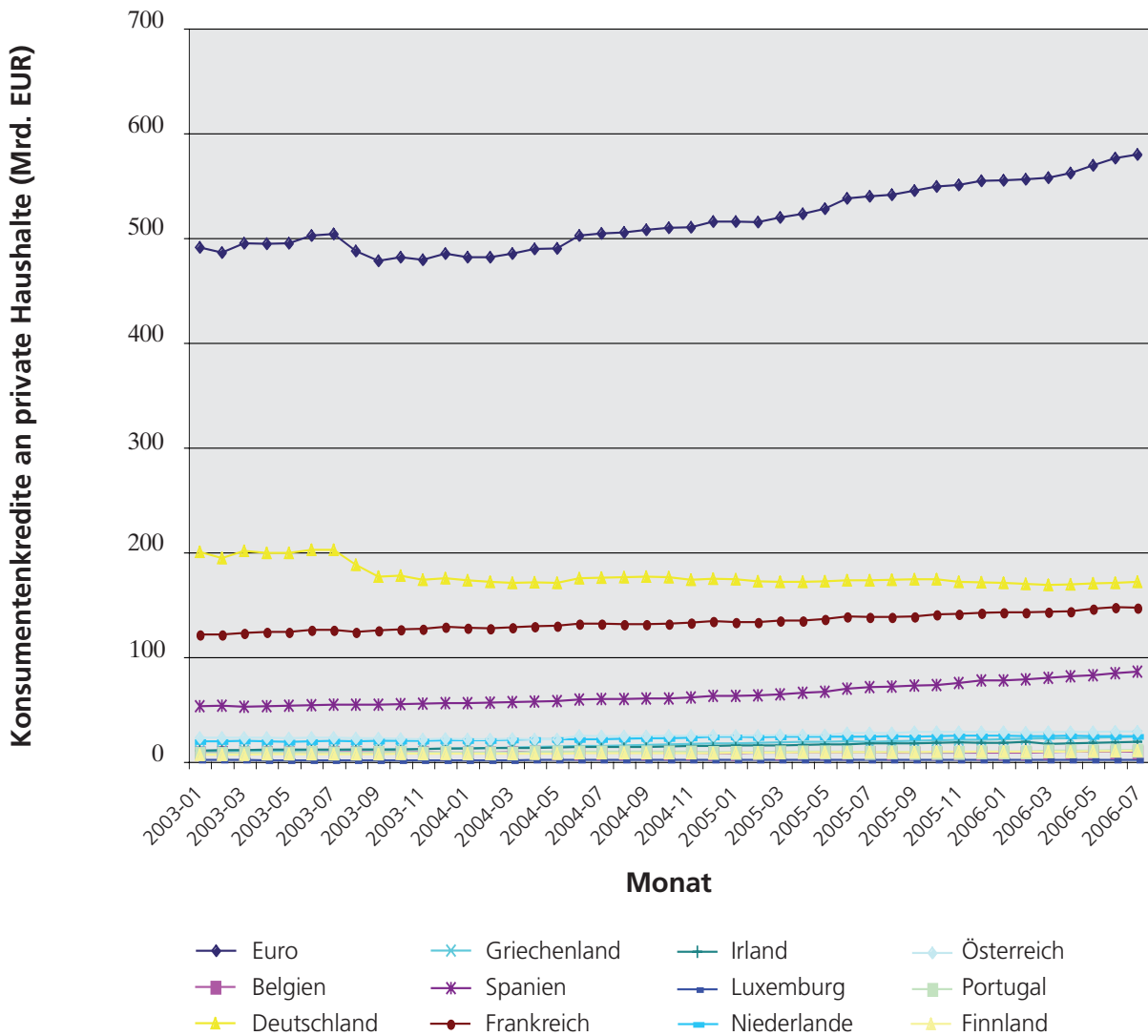


Abbildung 2-3:
Entwicklung der Konsumentenkredite in Europa (Quelle: Deutsche Bundesbank)²⁰

2.3 Abgrenzungen der Marktstrukturen für Bonitätsinformationen

Bonitätsinformationen werden in allen Märkten benötigt, die ein zeitliches Auseinanderfallen der Leistungserbringung enthalten. Da sich die Finanzierung über Kredite in alle Märkte hinein erstreckt, steigt sowohl das Angebot als auch die Nachfrage nach Finanz- und Warenkrediten²¹. Dies kann nicht weiter überraschen, denn

- Banken sehen im Kreditgeschäft – verstanden als Angebot unterschiedlicher Privatkredite wie Raten- oder Dispokredite bzw. Kreditkarten – ein wichtiges und stetig wachsendes Geschäftsfeld

²⁰ Deutsche Bundesbank: Bilanzstatistik der Monetären Finanzinstitute (MFIs).

²¹ Warenkredite werden auch als Absatzkredite bezeichnet, deren Gewährung stets an einen bestimmten Kaufakt gebunden ist (vgl. Heno, R. 1983, S. 7).

- der Handel versucht in Zeiten sinkender Umsätze durch das Angebot von Ratenkäufen, Finanzkäufen, Kundenkarten etc. Kaufanreize zu geben und somit den Umsatz zu erhöhen
- der Handel versucht in Zeiten sinkender Umsätze, durch das Angebot von Ratenkäufen, Finanzkäufen, Kundenkarten etc. Kaufanreize zu geben und somit den Umsatz zu erhöhen
- in Zeiten eines optimistischen, wachstumsorientierten Wirtschaftsklimas nimmt die Bereitschaft der Endverbraucher zu, mit Blick auf eine günstige Einkommensentwicklung Konsum- und Investitionsentscheidungen auf Kreditbasis zu tätigen
- viele Endverbraucher sehen in der Aufnahme von Krediten eine Möglichkeit, ihren Ausgabenfluss an ihren Einnahmenfluss anzugleichen
- für einige Endverbraucher stellen vor dem Hintergrund steigender Lebenshaltungskosten und abnehmender Kaufkraft Kredite vielfach die einzige Möglichkeit dar, private Konsumwünsche zu finanzieren oder finanzielle Schwierigkeiten zu überbrücken
- die Nutzung von Kredit- und Kundenkarten gehört mittlerweile zur gesellschaftlichen Normalität und stellt für viele eine abwicklungstechnisch vergleichsweise einfach realisierbare Zahlungsmöglichkeit dar.

Infolge des Anstieges von Angebot und Nachfrage entwickelt sich das Kredit- und Finanzierungsgeschäft zu einem Mengengeschäft, bei dem Banken und Handel eine steigende Anzahl von Kreditanfragen und -anträgen bisher unbekannter Personen in einem möglichst effizienten und standardisierten Abwicklungsprozess prüfen müssen. Dies ist herausfordernd, da einerseits mit einer steigenden Anzahl von Kreditanfragen und -anträgen die Risiken für Kredit- und Zahlungsausfälle zunehmen; andererseits zwischen Kreditgeber und -nehmer Informationsasymmetrien bestehen, die das zukünftige Zahlungsverhalten betreffen (vgl. hierzu auch näher Abschnitt 3). Denn letztlich kann in der Regel der Kreditnehmer besser beurteilen, ob er bereit und auch finanziell in der Lage ist, anstehende Kreditzahlungen und Rechnungen zu begleichen. Der Kreditgeber verfügt über schlechtere Informationen und muss zur Reduktion dieser Informationsasymmetrie auf extern oder intern verfügbare Informationen über die Kreditwürdigkeit sowie Zahlungsfähigkeit und Zahlungsbereitschaft der Kreditnehmer zurückgreifen.

Die Zahlungsfähigkeit und Zahlungsbereitschaft wird über Bonitätsinformationen abzubilden versucht. Da die Kreditwürdigkeit vom Kreditgeber nicht direkt beobachtet werden kann, versucht er diese aus dem Verhalten der Kreditnehmer abzuleiten. Neben der Betrachtung der Vergangenheit, aus der sich Indizien für das künftige Zahlungsverhalten ableiten lassen, ist die zukunftsbezogene Beurteilung des Kreditnehmers von besonderer Bedeutung.

2.3.1 Kategorisierung von Bonitätsinformationen

Bonitätsinformationen lassen sich mittels unterschiedlicher Kriterien klassifizieren. Nach der zugrunde liegenden Art sind zunächst zu unterscheiden:

- Einzelinformationen, die über einen bestimmten kredit- bzw. zahlungsrelevanten Sachverhalt Auskunft geben. Als Beispiele dienen das Girokonto einer bestimmten Person bei einer einzelnen Bank, der Handyvertrag bei einem Telekommunikationsunternehmen oder Informationen über die Einkommens- und Ausgabensituation.
- Score-Informationen, die bonitätsrelevante Informationen von Personen gleicher Merkmalsgruppe zu einem sog. Scorewert zusammenfassen, der Auskunft über die Wahrscheinlichkeit eines Kreditausfalls bei einer Person dieser Merkmalsgruppe gibt.

Des Weiteren lassen sich die Informationen nach den Merkmalen „positiv“ und „negativ“ ordnen:²²

- Positivdaten betreffen vertragskonformes Zahlungsverhalten in der Vergangenheit – Beispiel ist die regelmäßige Rückzahlung von Raten bei einem Ratenkredit.
- Negativdaten zeigen Vertragsstörungen oder Probleme im Zahlungsverhalten in der Vergangenheit auf. Beispiele sind nicht zurückgezahlte Raten bei einem Ratenkredit oder ein gekündigtes Girokonto auf Grund von Zahlungsrückständen.

Diese Negativdaten werden mitunter weiter unterteilt in:

- harte Negativdaten, zu denen z.B. Informationen über Scheckbetrug, Zwangsvollstreckung oder Konkursöffnung zählen, und
- weiche Negativdaten, zu denen z.B. Mahnbescheide oder die Einleitung eines Inkassoverfahrens gerechnet werden.

2.3.2 Verwendung von Bonitätsinformationen bei Kreditentscheidungen

Diese Bonitätsinformationen stellen eine wichtige Basis für die Kreditprüfung und -entscheidung seitens der kreditgebenden Bank- oder Handelsunternehmung dar. Zunächst gilt es eine Auswahl der relevanten Informationen zu treffen, um ein möglichst vollständiges und aktuelles Bild der Bonität einer Einzelperson zu erhalten. Zusätzliche Informationen sind dabei auf ihren zusätzlichen Erklärungsgehalt im Vergleich zu den bereits vorhandenen Informationen zu prüfen. Dieser ist gegen die Kosten abzuwägen, die mit der Erhebung der Informationen verbunden sind. Die zusätzlichen Informationen sind nur dann vorteilhaft, wenn sie die Bonität des Kreditnehmers zutreffender wiedergeben und mit vergleichsweise geringen Kosten zu gewinnen sind.

Da sich durch wirtschaftliche Aktivitäten der Kreditnehmer die Kreditwürdigkeit über die Zeit verändert und dies das Risiko eines Kreditausfalls beeinflusst, besteht auch über den Zeitpunkt der Kreditentscheidung hinaus für den Kreditgeber Interesse an den Bonitätsinformationen, um das Controlling des Kreditportfolios zu gestalten. Auch in diesem Fall sind die Kosten der kontinuierlichen Überprüfung gegen den Nutzen einer effizienteren Steuerung des Kreditportfolios abzuwägen.²³ Die Höhe des Nutzens und der Kosten hängen dabei im Wesentlichen von der Art des Kreditgeschäftes und damit von deren Bedeutung für das Unternehmen ab. Während bei Banken das Kreditgeschäft ein zentraler Bestandteil der Produktpalette darstellt, handelt es sich bei Absatzkrediten um ein Mittel, andere Güter und Dienstleistungen zu verkaufen,²⁴ wengleich die Bedeutung auch in diesen Bereichen zugenommen hat.

Die Kosten werden entscheidend von der Art der Informationsbeschaffung bestimmt. Zum einen können die Kreditgeber eigene Recherchen durchführen. Bei der Eigenrecherche der Kreditgeber können sie selber die für sie relevanten Informationen sowie die Qualität der Informationen festlegen, was die Einbindung der Informationen in ihren Kreditprüfungsprozess erleichtert. Allerdings sehen sie sich dem Problem gegenüber, dass sie nicht alle Informationen haben bzw. die vorhandenen Informationen nicht die aktuelle Bonität des Kreditnehmers widerspiegeln und sie somit auf Basis unvollständiger Informationen Entscheidungen treffen. Darüber hinaus ist eine reine Eigenrecherche mit höheren Such-, Informations- und Prüfkosten verbunden, die zu steigenden Abwicklungskosten und daher höheren Kreditkosten – also Zinsen führen. Ein auf die Gewinnung und Verwaltung von Bonitätsinformationen spezialisierter Dienstleister kann auf Grund von Skalenvorteilen einerseits die Such- und Informationskosten senken und andererseits die Informationen mit Hilfe einer entsprechenden informations- und kommunikationstechnischen Infrastruktur in Echtzeit zur Verfügung stellen.

²² Vgl. Padilla, A. und Pagano, M. (1997).

²³ Vgl. Heno, R. 1983, S. 32.

²⁴ Vgl. Heno, R. 1983, S. 7.

Skalenvorteile ergeben sich vor allem durch die mehrfache Nutzung von gesammelten Informationen in unterschiedlichen Kreditmärkten sowie aufgrund der Fixkostendegression bei der Auslastung der Informationssysteme durch höhere Volumina. Aufgrund einer größeren Marktabdeckung mehrerer Märkte mit bonitätsrelevanten Informationen entstehen bei einem spezialisierten Dienstleister zudem Netzwerk- und Verbundeffekte, die zu einer Nutzensteigerung der Informationen beitragen.²⁵ Schließlich ergeben sich Spezialisierungsvorteile für den Anbieter von Bonitätsinformationen, indem er die Verfahren der Datenverarbeitung verbessert und effizienter gestaltet.²⁶ Dazu zählen neben der rein technischen Abwicklung des Datentransfers vor allem auch die Identifikation der relevanten Bonitätsinformationen mit dem größten Erklärungsgehalt und die Entwicklung der effizientesten Auswertungsverfahren. Von der Effizienzsteigerung durch die teilweise Formalisierung und Standardisierung von Kreditentscheidungen profitieren vor allem Absatzkredite und Kredite mit geringen Kreditbeträgen, da sie durch Kosteneinsparungen attraktiver werden und somit vermehrt angeboten werden können.²⁷

Die Entscheidung, welche Art der Informationsrecherche verwendet wird, ist in der Regel keine Entweder/Oder-Entscheidung, sondern eher eine Frage, wie sich in einem mehrstufigen Kreditprüfungs- und -entscheidungsprozess die Anteile von externer und interner Erstellung zusammensetzen. Dabei fließen neben den zunächst durch Selbstauskunft²⁸ und Eigenrecherche gesammelten Informationen zusätzliche Informationen von Kreditbüros, die sich auf die Bereitstellung bonitätsrelevanter Informationen spezialisiert haben, ein. Dies ist notwendig, da Kreditinformationen stets unvollständig sind. Schließlich wird die Kreditentscheidung auf Grundlage der vorhandenen Informationen getroffen. Dabei fließt auch die Risikobereitschaft des Kreditgebers ein, sodass die Kreditentscheidung stets eine relative Beurteilung der Kreditwürdigkeit des vorliegenden Kreditnehmers zu einem gesetzten Standard ist.²⁹

Das Verhältnis von eigen und fremd recherchierten Informationen sowie die Art der Auswertung der Informationen bestimmen sich dabei über die Kredithöhe und die Art des Kredites. Den Vorteilen einer fundierten Recherche als Basis für eine Einzelprüfung steht der erhöhte Abwicklungsaufwand als wesentlicher Nachteil gegenüber. Bei hohen Kreditbeträgen in Investitionsgütermärkten überwiegen die Vorteile einer individuellen Einzelprüfung, sodass Kreditgeber vor allem bei individuellen Krediten die Bonität vermehrt über eigen recherchierte Informationen prüfen. Eine Ausweitung des Kreditangebotes in Gebrauchs- und Konsumgütermärkte erhöht die Prüfungshäufigkeit und senkt den durchschnittlichen Kreditbetrag. Damit sich die Durchführung einer Kreditprüfung und -entscheidung bei kleineren Kreditvolumina überhaupt rechnet, müssen die fixen Prozesskosten, die mit jedem Kreditantrag anfallen, möglichst gering gehalten werden. Dies ist durch entsprechend standardisierte und automatisierte Verfahren realisierbar,³⁰ wobei der Anteil fremd recherchierter Informationen steigt. **Abbildung 2-4** zeigt beispielhaft, welche Prozessschritte ein standardisierter Online-Kreditprüfprozess im Einzelnen durchläuft und welche zeitlichen Einsparpotenziale sich ergeben.

Eine kostenintensive Einzelprüfung würde in diesen Fällen dazu führen, dass der Kreditnehmer seine Kreditanfrage nicht online starten und bearbeiten lassen kann und somit lange auf die endgültige Kreditentscheidung warten muss. Bezogen auf den Handel bedeutet eine kostenintensive Einzelprüfung, dass der Kauf auf Rechnung nicht mehr angeboten werden kann.

²⁵ Vgl. Katz; Shapiro (1985), Network externalities, competition, and compatibility. American Economic Review 75 (3), S. 424-440.

²⁶ Vgl. Smith (1776), An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, S. 9; Picot, A. et al.: Organisation – eine ökonomische Perspektive, Stuttgart 1999, S. 1f.

²⁷ Vgl. Bostic, R. und Calem, P.: Privacy Restrictions and the Use of Data at Credit Registries, in Credit reporting systems and the international economy, Miller, M. (Hrsg.), London 2003, S. 312.

²⁸ Der Begriff der Selbstauskunft wird von Kreditgebern und Auskunfteien unterschiedlich verwendet. Bei der Selbstauskunft in dem hier verstandenen Sinne handelt es sich um ein vom Kreditgeber vorbereitetes Formular, das vom Antragsteller auszufüllen ist und über die Einkommens- und Vermögenssituation einerseits sowie die regelmäßig anfallenden Ausgaben andererseits Auskunft geben soll. Auskunfteien beziehen den Begriff der Selbstauskunft bzw. Eigenauskunft dagegen meist auf die Möglichkeit des Verbrauchers bzw. Unternehmens, sich über die über ihn gespeicherten Daten zu informieren (vgl. auch <http://de.wikipedia.org/wiki/Selbstauskunft>).

²⁹ Vgl. Cole, R. 1992, S. 248f.

³⁰ Vgl. Bostic, R. und Calem, P. 2003, S. 312

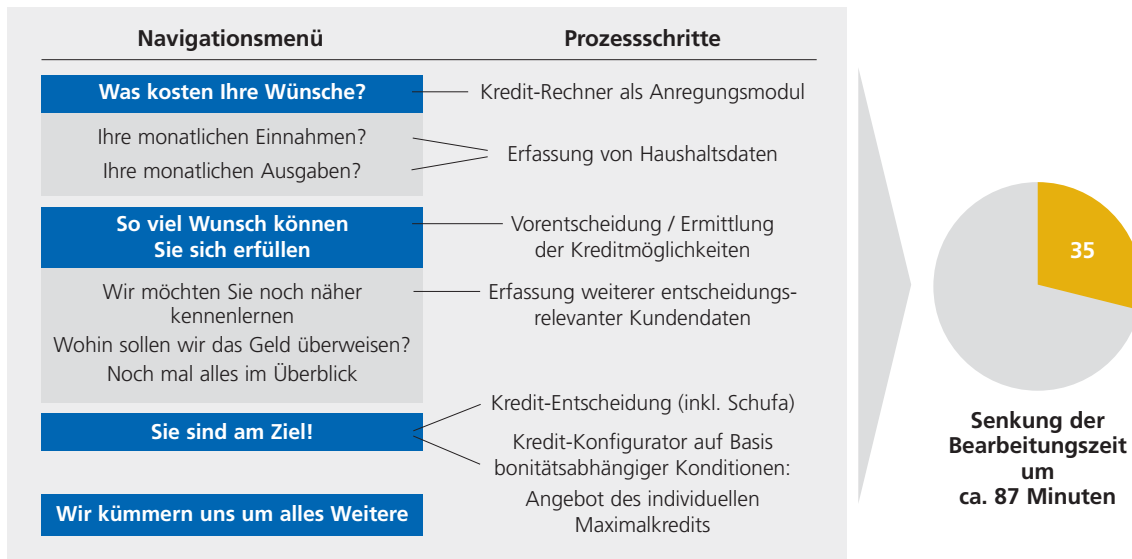


Abbildung 2-4: Automatisierte Kreditvergabe (Quelle: Graband 2003)

Im Zusammenhang mit standardisierten Prüfverfahren erhalten extern beschaffte Bonitätsinformationen ein größeres Gewicht, da sie sich auf weitaus mehr bonitätsrelevante Ereignisse beziehen und somit ihr Informationsgehalt höher ist als ausschließlich selbst erstellte Informationen oder bisher gemachte Erfahrungen mit dem Kunden.

Dies hängt damit zusammen, dass extern beschaffte Bonitätsinformationen durch Institutionen zur Verfügung gestellt werden, die sich auf die Sammlung und Verwaltung bonitätsrelevanter Informationen auf der Basis verschiedener Informationsquellen wie Banken, Handel etc. spezialisiert haben. Diesen Informationsquellen liegen sehr viel mehr bonitätsrelevante Erfahrungen und Prozesse zugrunde als dies bei einer einzelnen Bank oder einem Handelsunternehmen der Fall sein kann. Dies bedeutet aber nicht, dass die interne Erfahrungsbasis keine entscheidungsrelevante Rolle mehr spielt. Im Gegenteil – sofern sie auf Grund der zunehmenden Anonymisierung überhaupt vorhanden ist – ist sie unbedingt in den Entscheidungsprozess zusätzlich zu den externen Informationen einzubeziehen.

Der Vorteil der Kreditbüros macht sich insbesondere bei der Überwachung der Kreditwürdigkeit über die Kreditlaufzeit bemerkbar. Um die Kreditgeber zeitnah mit Bonitätsinformationen über einen Kreditnehmer versorgen zu können, überwachen Kreditbüros kontinuierlich die wirtschaftlichen Aktivitäten der Kreditnehmer durch Sammlung und Auswertung von in der Regel standardisiert verfügbaren Informationen. Insofern verursacht die Überwachung der Kreditwürdigkeit für sie geringere Kosten als für den einzelnen Kreditgeber. Hinzu kommt, dass sie eine größere Marktdeckung haben und sie somit ein vollständigeres Bild der Veränderung der Bonität wiedergeben können.

Der Vorteil der Kreditbüros zeigt sich jedoch nicht nur in den geringeren Kosten durch die Spezialisierung auf die Beschaffung und Verarbeitung bonitätsrelevanter Informationen. Hinzu kommt, dass persönliche Kontakte zu bestimmten Institutionen, mit denen der Kunde interagiert, rapide an Bedeutung abnehmen. Bis vor einigen Jahren noch konnten wichtige Bonitätsinformationen bei der Haupt- oder Hausbank bzw. in vom Kreditnehmer häufig frequentierten Läden gewonnen werden, in denen der Kreditnehmer entsprechend bekannt war und eine Art Vertrauensverhältnis aufgebaut hatte. Heute holen preisbewusste Verbraucher eine Vielzahl von Informationen über Angebote und Konditionen verschiedener Anbieter ein, bevor sie sich für das vermeintlich günstigste Angebot entscheiden – weitgehend unabhängig von bestehenden Verbindungen und bisherigen Beziehungen. Durch die Verbreitung des Internets, die wachsende Mobilität der Kunden und den wachsenden Einzugsbereich der Anbieter wächst die Anonymität in den Geschäftsbeziehungen zusätzlich.³¹

In einem derartig einerseits wachsenden, andererseits zunehmend anonymisierten Kredit- und Finanzierungsgeschäft spielen somit standardisierte Prüf- und Entscheidungsprozesse, in die vor allem auch extern beschaffte Bonitätsinformationen einfließen, eine entscheidende Rolle. Eine für alle Beteiligten schnelle und effiziente Abwicklung wäre sonst nicht mehr möglich. Die Praxis standardisierter und durch Spezialisten aufbereiteter Bonitätsinformationen lässt sich somit als eine Reaktion auf die zunehmende Kundenmobilität und Anonymisierung von Transaktionen verstehen. Auf diese Weise lassen sich die mit Kreditprüf- und -vergabeprozessen verbundenen Transaktionskosten erheblich reduzieren.

So gesehen tragen extern beschaffte Bonitätsauskünfte zu einer Verminderung der in Kapitel 1 angesprochenen Informationsasymmetrien zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber und zu einer Reduktion der Unsicherheit über das zukünftige Zahlungsverhalten des Kreditnehmers bei. Wenn sie die tatsächliche Bonität einer Person hinreichend genau wiedergeben, führen sie zu einem reduzierten Risiko eines Kredit- und Zahlungsausfalls. Dies ist wiederum nur dann möglich, wenn ausreichend aktuelle bonitätsrelevante Daten über das bisherige Zahlungsverhalten aus unterschiedlichen Bereichen zur Verfügung stehen. Vor dem Hintergrund eines wachsenden und zunehmend anonymisierten Kreditgeschäfts erscheint daher die Forderung nach möglichst umfassenden Bonitätsauskünften, die auf der Grundlage zahlreicher bonitätsrelevanter Informationen und Daten ermittelt wurden, durchaus nachvollziehbar. Realisierbar ist dies jedoch nur dann, wenn die jeweiligen Kreditbüros und Auskunftsteien, die diese Bonitätsauskünfte zur Verfügung stellen, die bonitätsrelevanten Informationen auch tatsächlich erfassen und verarbeiten können.

2.3.3 Bedeutung von Scorewerten

Obwohl der Kredit als Instrument der Aufschiebung der Rückzahlung einfach erscheint, ist die Entscheidung über die Vergabe eines Kredites in den verschiedenen Märkten sehr spezifisch.³² Dies beruht unter anderem auf den verschiedenen Risikoarten, die bei der Kreditentscheidung berücksichtigt werden müssen. Neben der allgemeinen Unsicherheit über die zukünftigen Entwicklungen gilt es, die Zahlungsfähigkeit und Zahlungswilligkeit, die gemeinsam das Bonitätsrisiko darstellen, zu beurteilen.³³ Die Kreditwürdigkeitsprüfung stellt dabei ein zentrales Instrument für den Kreditgeber dar, um das Ausfallrisiko zu begrenzen.³⁴ Eine umfassende Kreditwürdigkeitsprüfung wird zudem verstärkt vom Gesetzgeber im Rahmen der neuen Eigenkapitalrichtlinie für Banken (Basel II) gefordert. Demnach richtet sich das künftig für Kredite zu hinterlegende Eigenkapital nach der individuellen Bonität des Kreditnehmers.³⁵ Dadurch soll eine effizientere Kapitalallokation erzielt werden, indem die Preise für Kredite sich an den jeweiligen tatsächlichen Risiken orientieren und Quersubventionierungen von schlechten durch gute Kredite vermieden werden.³⁶ Die Änderung im Kreditgeschäft zu einer risikoangepassten Kreditentscheidung bietet neben den Kreditgebern sowohl für den Kreditnehmer als auch die Volkswirtschaft Vorteile. Neben guten Kreditnehmern, die günstigere Kreditzinsen erhalten, profitieren auch schlechte Kreditnehmer von der Umstellung, da sie durch die Bereitstellung entsprechender Sicherheiten ebenfalls ihre Kreditkonditionen verbessern können. Der Vorteil aus volkswirtschaftlicher Sicht liegt in der nachhaltigen Kreditversorgung, der geringeren Krisenanfälligkeit des gesamten Finanzsystems sowie der Vermeidung von Fehlallokationen.³⁷

³¹ Vgl. Wobbe-Sahm, G. 1982, S. 12f.; Tunsch, I. (2006): Kredit auf Knopfdruck? Wenn der Score stimmt!, in Ratingaktuell 18, S. 14-16.

³² Vgl. Cole, R. 1992, S. 219.

³³ Vgl. Heno, R. 1983, S. 20.

³⁴ Vgl. Wiedemann, A.: Identifikation, Messung und Steuerung finanzieller Risiken in Unternehmen, in Erfolgsfaktor Risiko-Management, Romeike, F. und Finke, R. (Hrsg.), Wiesbaden 2003, S. 201.

³⁵ Vgl. Basle: Committee on Banking Supervision (2001).

³⁶ Vgl. Kabuth, A.: Impulse zur Ratingberatung durch Basel II, in Rating Advisory, Achleitner, A. und Everling, O. (Hrsg.), Wiesbaden 2003, S. 4.

³⁷ Vgl. Hoock, R. und Lammer, M.: Risikogerechtes Pricing im Kreditgeschäft, in Bankenrating, Everling, O. und Goedeckemeyer, K.-H. (Hrsg.), Wiesbaden 2004, S. 426.

Das derzeit am meisten verbreitete Verfahren zur Beurteilung des Kreditrisikos eines Kreditnehmers ist die Berechnung von Scorewerten, die eine relative Einschätzung der Kreditwürdigkeit eines Kreditnehmers im Verhältnis zu anderen Kreditnehmern mit ähnlichen Eigenschaften liefert. Mit Hilfe einer Reihe festgelegter Kriterien, die aus harten und weichen Informationen über den Kreditnehmer bestehen, wird versucht, den Kreditnehmer bzw. sein Kreditrisiko zu beschreiben. Daher werden den einzelnen Kriterien Werte zugeordnet, die in einer vorher bestimmten Weise aggregiert werden. Dieser aggregierte Wert beschreibt den Score eines Kreditnehmers. Die Werte für die Kriterien ergeben sich dabei entweder präskriptiv aus der Befragung erfahrener Kreditmanager oder deskriptiv aus der Analyse vergangener Kreditbeziehungen.³⁸ Sobald die Werte feststehen und die Kriterien für den Kreditnehmer erfasst sind, errechnet sich der Scorewert durch Addition der Einzelwerte. Dennoch ist eine vollständige Automatisierung des Kreditprozesses durch den Einsatz von Scorewerten nach Aussagen der Deutschen Bundesbank nicht möglich.³⁹ Am Ende der Bonitätsbeurteilung bedarf es stets einer Entscheidung durch den Kreditgeber, da Scorewerte nur eine relative Risikoeinschätzung liefern. Hinzu kommt, dass in die Bonitätsbeurteilung auch aktuelle Daten und nicht standardisierbare Informationen einfließen.⁴⁰ Dennoch hat diese Art der Bonitätsbeurteilung einige Vorteile, die den Entscheidungsprozess erleichtern, sodass Kredite auch in Massengeschäften angeboten werden können. Durch die höhere Formalisierung wird das Verfahren nachvollziehbar und ein einheitliches Vorgehen bei der Beurteilung potentieller Kreditnehmer gewährleistet.

Darüber hinaus können auch weniger erfahrene Kreditsachbearbeiter valide Kreditentscheidungen treffen, da ihnen eine Entscheidungshilfe bereitsteht.⁴¹

Eine Entscheidung, die der Kreditgeber bei Verwendung von Scorewerten treffen muss, ist die Festlegung eines Trennscorewertes. Durch den Trennscorewert bzw. Cut-off Wert legt der Kreditgeber einerseits seine Risikobereitschaft fest und zum anderen gibt er ein Minimum an Kreditwürdigkeit an, die erforderlich ist, um einen Kredit zu genehmigen.⁴² Kreditnehmer, die einen höheren Scorewert als dieser Cut-off Wert haben, erhalten einen Kredit. Die übrigen Kreditnehmer mit geringeren Scorewerten werden abgelehnt. Ein Nachteil von Kreditentscheidungen, die sich streng an den Scorewerten orientieren, liegt darin, dass langjährige Erfahrungen mit einem Kreditnehmer unberücksichtigt bleiben. Insofern ist es sinnvoll, bei Werten um den Trennscore eine genauere Prüfung des Kreditantrages durchzuführen und bei großen Abweichungen vom Trennscore eine eindeutige Entscheidung zu treffen.⁴³ Der Kreditgeber wählt dabei die Cut-off-Grenze als Nebenbedingung in seiner Geschäftspolitik, indem der Gewinn, d.h. die Differenz aus den Gesamterlösen aus den erwarteten Rückflüssen der gewährten Kredite und den Kosten der Kreditbearbeitung und Ausfallkosten maximiert wird.⁴⁴ Mit steigendem Cut-off Wert sinkt einerseits die Zahl der gewährten Kredite und somit der erwartete Gesamterlös und andererseits sinken die Kosten durch ausgefallene Kredite. Ein weiterer Vorteil von Scorewerten, die mehrere Einzelmerkmale zusammenfassen, ist, dass Fehler in Einzelmerkmalen geringeren Einfluss auf die Kreditentscheidung haben, da sie in Relation zu den übrigen Merkmalen wirken.

Der Einsatz von Scorewerten wirkt sich nicht nur positiv auf die Kosten der Kreditentscheidung aus, sondern erleichtert auch die Kreditüberwachung und steigert dadurch die Effizienz des Risikomanagements. Indem die Kreditnehmer durch ihre Scorewerte nach ihrem individuellen Kreditrisiko geordnet werden, lässt sich der Einsatz von Überwachungsinstrumenten effizient steuern.⁴⁵

³⁸ Vgl. Hartmann-Wendels, T. et al.: Bankbetriebslehre, Berlin 2000, S. 152f.

³⁹ Vgl. Deutsche Bundesbank (1999), S. 57.

⁴⁰ Vgl. Wieselhuber, N.: Verbesserung der Credit Relations durch Rating, in Rating Advisory, Achleitner, A. und Everling, O. (Hrsg.), Wiesbaden, 2003, S. 376; Hartmann-Wendels, T. et al. 2000, S. 156.

⁴¹ Vgl. Cole, R. 1992, S. 250f.; Hartmann-Wendels, T. et al. 2000, S. 155.

⁴² Vgl. Heno, R. 1983, S. 18.

⁴³ Vgl. Hartmann-Wendels, T. et al. 2000, S. 155.

⁴⁴ Vgl. Heno, R. 1983, S. 14ff.

⁴⁵ Vgl. Avery et al. (1996): Credit Risk, Credit Scoring, and the Performance of Home Mortgages, Federal Reserve Bulletin, S. 621-648.; Pierzchalski, L. (1996): Guarding Against Risk, Mortgage Banking 56 (9).

Bei besonders guten Kreditnehmern, die durch einen hohen Scorewert identifiziert werden, kann die Überwachungsintensität, in Form von Kontrolle der Zahlungsströme und der laufenden Überprüfung der Kreditbelastung des Kreditnehmers gemindert werden. Umgekehrt wird die Überwachungsintensität bei Kreditnehmern mit Scorewerten um den Cut-off Wert gesteigert, d. h. die Kreditwürdigkeit wird in kürzeren Abständen überprüft und bei Zahlungsstörungen wird frühzeitiger eingegriffen. Durch die Ordnung der Kreditnehmer und die angepasste Überwachungstätigkeit lassen sich die Bearbeitungskosten allgemein senken und das Kreditangebot weiter ausweiten.

Obwohl die Verfahren von Scorewerten stark standardisiert sind, sind unterschiedliche Beurteilungen von Kreditnehmern bei unterschiedlichen Kreditgebern und damit unterschiedliche Kreditentscheidungen möglich. Dies ist damit zu erklären, dass Kreditgeber die Scorewerte teilweise auf Basis ihrer eigenen individuellen Erfahrungen ermitteln, die von Kreditgeber zu Kreditgeber abweichen. Die Vergleichsgruppe der Kreditnehmer bestimmt sich dabei vor allem über die Vertriebswege und das Produktportfolio des Kreditgebers,⁴⁶ sodass Scorewerte eines Kreditnehmers nur für den Fall gleich sein können, dass sowohl das gleiche Verfahren mit den gleichen Merkmalen angewendet wird als auch die Grundgesamtheit der Kreditnehmer gleich ist.

Trotz der Standardisierung der Verfahren besteht dennoch eine Vielzahl an möglichen statistischen Verfahren zur Ermittlung von Scorewerten.⁴⁷ Je nach Anwendung und Ausgereiftheit der Verfahren können die Beurteilungen hinsichtlich der Kreditwürdigkeit eines Kreditnehmers variieren.

Die beschriebenen Vorteile durch Effizienzsteigerungen sowohl bei der Kreditentscheidung als auch beim Risikomanagement hängen natürlich von der Güte des Scoreverfahrens und des Scorewertes ab. Die Güte von Scoreverfahren kann mit Hilfe der Trennschärfe beurteilt werden, d. h. wie gut aufgrund der Scorewerte zwischen Kreditnehmern, die ihren Kredit zurückzahlen, und solchen, die ausfallen, unterschieden werden kann. Dabei sind die Scoreverfahren nicht immun gegenüber Fehlurteilen in Form von Alpha- bzw. Beta-Fehlern. Ein Alpha-Fehler liegt vor, wenn ein Kreditnehmer als kreditwürdig eingestuft wird und der Kredit dennoch ausfällt. Umgekehrt liegt ein Beta-Fehler vor, wenn ein Kreditnehmer als nicht kreditwürdig eingestuft wird, obwohl die Kreditwürdigkeit vorhanden ist.⁴⁸ Die Güte von Scoreverfahren wirkt sich zudem mindernd auf den Eigenkapitalbedarf von Kreditgebern aus.⁴⁹ Eine Maximierung der Effizienz und eine Minimierung der Fehlerhäufigkeit lassen sich erreichen, indem alle relevanten Bonitätsinformationen berücksichtigt werden. Dabei führt bereits eine Nutzung zusätzlicher Informationen der Kreditbüros, die vornehmlich von Kreditgebern zum Zweck der Bonitätsbeurteilung eingesetzt werden,⁵⁰ zu einer Erhöhung der Güte der Scoreverfahren. Allerdings stehen einer umfangreichen Nutzung aller relevanten Bonitätsinformationen Restriktionen gegenüber, die die nutzbare Datenmenge einschränken und sogar relevante Informationen von der Nutzung vollständig ausschließen, was sich negativ auf die Verfahrensgüte auswirkt, da Informationen fehlen oder Hilfsvariablen mit entsprechender Verzerrtheit verwendet werden. Dabei wird zwischen folgenden Restriktionen unterschieden, die unterschiedlich auf die Effizienz des Kreditmarktes wirken:⁵¹

- Einschränkung der Daten, die gesammelt und verarbeitet werden dürfen,
- Zeitliche Einschränkungen, wie lange negative Daten gespeichert werden dürfen,
- Einschränkungen, die aufgrund von Skepsis der Verbraucher über die Verästelung der Datenverwertung auftreten.

⁴⁶ Vgl. Jahresbericht des Bankenfachverbandes (2005/06).

⁴⁷ Vgl. z. B. Krause, C.: Kreditwürdigkeitsprüfung mit Neuronalen Netzen, Düsseldorf 1993, Kapitel 2.2.2; Altman, E. et al.: Application of Classification Techniques in Business, Banking and Finance, Greenwich 1981.

⁴⁸ Vgl. Krämer, W. (2003): Die Bewertung und der Vergleich von Kreditausfall-Prognosen, Kredit und Kapital 36 (3), S. 396f.

⁴⁹ Vgl. Bröker, F.: Auswirkungen der Qualität von Ratingsystemen auf die regulatorische Eigenkapitalbelastung, in Bankenrating, Everling, O. und Goedeckemeyer, K.-H. (Hrsg.), Wiesbaden 2004, S. 487-506.

⁵⁰ Vgl. Wiedemann, A.: Identifikation, Messung und Steuerung finanzieller Risiken in Unternehmen, in Erfolgsfaktor Risiko-Management, Romeike, F. und Finke, R. (Hrsg.), Wiesbaden 2003, S. 201.

⁵¹ Vgl. Bostic, R. und Calem, P. 2003, S. 311ff.

Im Weiteren wird zunächst die Rolle des Datenschutzes im Marktprozess der Kreditvergabe erörtert. Anschließend werden für die beiden ersten Restriktionen die Wirkungen auf die Effizienz von Kreditmärkten genauer betrachtet.

2.4 Die Rolle des Datenschutzes

Die Datenschutzes spielt deswegen im Kreditmarkt für Privatkunden eine spezifische Rolle, weil die für das Kreditgeschäft entscheidenden bonitätsrelevanten Informationen – gerade im Geschäft mit dem Endverbraucher – teilweise personenbezogene Daten sind, auf welche sich das Datenschutzrecht primär bezieht. Unter personenbezogenen Daten werden Einzelangaben über persönliche (z.B. Name, Titel, Anschrift, Alter, Familienstand, Konfession, Staatsangehörigkeit, Krankheiten, etc.) oder sachliche (Einkommen, Vermögen, Schulden, Grundbesitz, etc.) Verhältnisse verstanden.⁵² Der Datenschutz beeinflusst im Kreditmarkt den Grad der Datenverfügbarkeit und damit die Höhe der Kosten für Kreditnehmer und Kreditgeber. Die Zusammenhänge sind in **Abbildung 2-5** dargestellt.

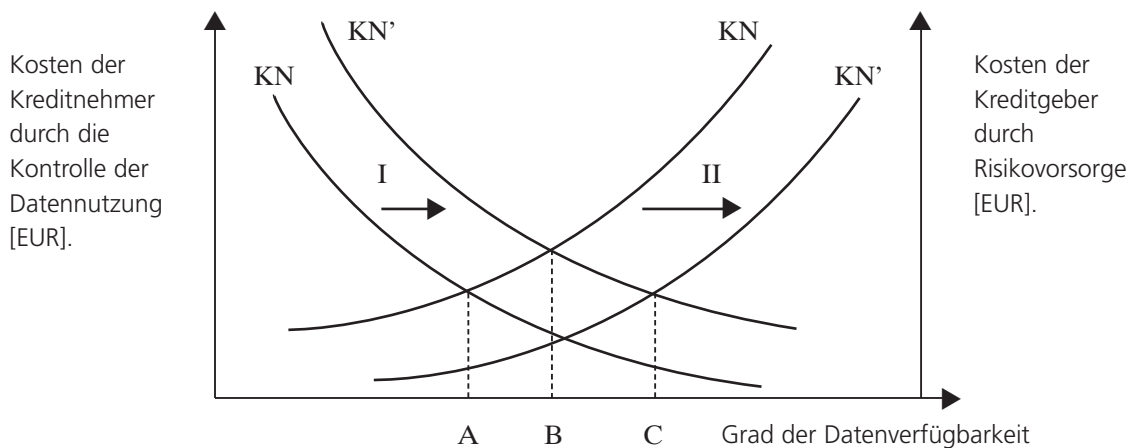


Abbildung 2-5: Geänderter Grad der Datenverfügbarkeit

Auf der Abszisse ist der Grad der Datenverfügbarkeit abgetragen, der die Möglichkeit der Datenerhebung, -speicherung, -nutzung und -übermittlung von personenbezogenen Daten zusammenfasst. Dies ist vom Bundesdatenschutz-Gesetz (BGBI 2001, S. 3926) grundsätzlich verboten, es sei denn, dass das Gesetz dies erlaubt (Prinzip des „Verbots mit Erlaubnistatbestand“). Zunächst ist die Verwendung zulässig, wenn der Betroffene die Daten eigenständig bereitstellt oder die Daten einer allgemein zugänglichen Quelle entnommen werden. Des Weiteren ist die Verfügbarkeit von Daten im Rahmen eines Vertragsverhältnisses oder vertragsähnlichen Vertrauensverhältnisses gegeben. Jedoch schreibt das Bundesdatenschutzgesetz bei der Verwendung von personenbezogenen Daten stets die Beachtung des schutzwürdigen Interesses des Betroffenen vor. Hinzu kommt, dass der Betroffene die Nutzung seiner personenbezogenen Daten widerrufen, falsche Daten berichtigen, sperren sowie unter Beachtung von Löschrufen löschen kann. Schließlich hat er das Recht zu erfahren, welche Daten über ihn gespeichert sind. Die Kosten des Betroffenen durch die Verfügbarkeit seiner personenbezogenen Daten im Markt sind in Kurve KN abgebildet, die mit dem Grad der Verfügbarkeit ansteigt. Der Verlauf begründet sich mit den Kosten, die ihm dadurch entstehen, dass er häufiger prüfen muss, ob die Daten richtig sind oder sein Interesse bei der Nutzung gewahrt wird, wenn mehr Daten über ihn verfügbar sind.

⁵² Vgl. Ungnade, D.: Datenschutz im Kreditgewerbe/Bundesdatenschutzgesetz, 2., vollst. überarb. Aufl. mit Textausgabe des Bundesdatenschutzgesetzes, Frankfurt am Main 1991.

Zusammenfassend wird an dieser Stelle deutlich, dass in einem insgesamt wachsenden Kreditmarkt mit einem zunehmend anonymisierten Kredit- und Finanzierungsgeschäft standardisierte Prüf- und Entscheidungsprozesse vorteilhaft sind, in die möglichst viele bonitätsrelevante Ereignisse und Informationen einfließen. Unter Berücksichtigung des aktuellen rechtlichen Hintergrundes existieren jedoch genau hier gewisse Einschränkungen, die zu einer eher sparsamen Erfassung und Verwendung bonitätsrelevanter Informationen führen. Auf dem Markt für Bonitätsinformationen besteht somit ein trade-off zwischen einer eher sparsamen Verfügbarkeit von Daten, wie es das Datenschutzgesetz vorsieht, und einer eher reichhaltigen Verfügbarkeit von Daten, wie es aus der Sicht von Banken und Unternehmen und Kredit suchenden Verbrauchern wünschenswert erscheint. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Art der Datenverwendung – eher sparsam oder eher reichhaltig – aus der Sicht der Betroffenen, aber auch aus der Sicht von Banken und Handel sowie aus einer volkswirtschaftlichen Gesamtperspektive wirtschaftlich sinnvoll erscheint. Dazu werden im nächsten Abschnitt die Probleme analysiert, die bei der Erstellung und Verwendung von Bonitätsinformationen im Kreditentscheidungsprozess auftreten können. Zudem wird untersucht, inwiefern diese Probleme auf das Spannungsfeld zwischen Datensparsamkeit und Datenreichhaltigkeit zurückzuführen sind.

2.4.1 Wirkungen auf die Effizienz der Kreditmärkte

Nachdem die Rolle des Datenschutzes allgemein hinsichtlich der Datenverfügbarkeit analysiert wurde, werden nun zwei spezielle Effekte, die Einschränkung der verwendbaren Bonitätsinformationen sowie die Löschung von Bonitätsinformationen näher betrachtet.

Einschränkung der verwendbaren Informationen

Die erste Einschränkung betrifft die Arten der verwendbaren Informationen. Sofern der Datenschutz die Nutzung von bonitätsrelevanten Informationen einschränkt oder verbietet, mindert dies die Effizienz der Kreditmärkte, da das Kreditrisiko nicht mehr vollständig wiedergegeben werden kann. Wenn die Nutzung dieser bonitätsrelevanten Informationen nicht verboten werden würde, könnten die Kreditgeber ihr Kreditangebot anhand dieser Informationen ohne Erhöhung des Ausfallrisikos ausweiten.

Löschfristen bonitätsrelevanter Informationen

Auch die Einführung von Löschfristen, nach deren Ablauf Informationen gelöscht werden, mindert die Fülle verwendbarer Informationen bei der Kreditprüfung und -entscheidung. Allerdings ist die Wirkung auf die Effizienz uneindeutig und von der Art der Löschung und der Länge der Fristen abhängig. Die Idee hinter der Einführung von Löschfristen vor allem für Negativeinträge, nach deren Ablauf diese gelöscht oder zumindest nicht mehr gegen einen Kreditnehmer verwendet werden dürfen, ist die Chance zur Rehabilitation, die jedem eingeräumt wird. Durch die Aussicht auf Wiederaufbau von Reputation und sozialem Ansehen wird einem Kreditnehmer, der in der Vergangenheit einen Negativeintrag erhalten hat, der Anreiz gegeben, sich anschließend wieder konform zu verhalten. Ohne Aussicht auf Rehabilitation mindert dies den Anreiz sich nach einem Negativeintrag konform zu verhalten, da das Fehlverhalten immer anhängig sein wird.⁵³ Dieser positive Effekt, nämlich dass sich fehl verhaltende Kreditnehmer wieder konform verhalten, ist gegen den negativen Effekt von Löschungen abzuwägen, nämlich dass sich Fehlverhalten auch unbemerkt wiederholen kann. Insofern ist die Festlegung der Länge der Löschfristen nicht trivial, sondern entscheidet über die Effizienzwirkung dieser Restriktion der Datenverwendbarkeit. Gleiches gilt für die Art der Löschung, d.h. ob diese unwiderruflich und spurlos erfolgt oder aber für den Fall der Wiederholung von Kreditausfällen evtl. ein Hinweis darauf zurückgelassen wird.

⁵³ Vgl. Vercammen, J. (1995): Credit Bureau Policy and Sustainable Reputation Effects in Credit Markets, *Economica* 62, S. 461-478.

Zu kurze Löschfristen geben eine schnelle Aussicht auf Rehabilitation und können die Effizienz durch geringere Kreditausfälle erhöhen. Andererseits erhöht es auch den Anreiz, seinen Verpflichtungen wiederholt nicht nachzukommen, da häufiger und schneller verziehen wird. Dieser Effekt könnte durch eine Differenzierung der Löschart gemindert werden, indem wiederholte Kreditausfälle zu einem Vermerk führen. Als weiteren Effekt mindert die Löschung von Daten die Aussagekraft empirischer Modelle und somit die Aussagefähigkeit der Modelle hinsichtlich der Bestimmung der Kreditwürdigkeit. Schließlich kann die Kreditkultur und die Zahlungswilligkeit von Kreditnehmern verbessert werden, wenn die Löschfristen verlängert werden.⁵⁴ Allerdings muss die Aussicht auf Rehabilitation und somit eine Begrenzung der Löschfristen bestehen bleiben.

2.4.2 Konsequenzen für die Ermittlung von Bonitätsinformationen

Sollen Bonitätsinformationen mit höchstmöglicher Wahrscheinlichkeit ein vollständiges, aktuelles und zutreffendes Bild über die vorhandene Bonität wiedergeben, hängt dies entscheidend davon ab,

- (1) auf welchem Geschäftsmodell die jeweils nachgefragte Auskunft basiert,
- (2) wie die Speicherung, Nutzung, Veränderung und Löschung der ermittelten Daten erfolgen,
- (3) wie die Ermittlung der Scorewerte erfolgt,
- (4) welche bonitätsrelevanten Informationen zugrunde gelegt werden, d.h. ob nur negative oder auch positive Informationen berücksichtigt werden,
- (5) wie jeder Einzelne mit den über ihn ermittelten und gespeicherten Bonitätsinformationen umgeht und
- (6) welche datenschutzrechtlichen Bestimmungen eher fördernd oder behindernd wirken.

Auf die Punkte (1) bis (5), die eng miteinander zusammenhängen, wird v.a. in Abschnitt 4 näher eingegangen.

In Bezug auf die Datenschutzregelungen in der jetzigen Form lässt sich festhalten:

- Sie erschweren die Prozesse für Personen mit vorhandener Bonität, da
 - die Weitermeldung positiver Daten nur auf Basis einer zusätzlichen Einwilligung erfolgen kann, womit einerseits ein zusätzlicher Aufwand sowie andererseits die Gefahr eines negativen Images für die Auskunftgeber verbunden ist, wenn Fehler bei der Übertragung erfolgen z.B. in Form von Identifikationsfehlern, die dann zu Beta-Fehlern führen,
 - die Gefahr einer Fehlentscheidung zu Lasten des Verbrauchers wegen Nicht-Meldung branchenübergreifender Positivdaten steigt und
 - die Gefahr steigt, eine falsche Bonitätsauskunft zu erstellen, wenn Positivdaten vorhanden sind, aber auf Grund einer nicht vorhandenen Einwilligung nicht weitergeleitet werden.
- Sie schützen Personen mit nicht vorhandener Bonität, wenn
 - weiche Negativdaten branchenübergreifend nicht weitergegeben werden und
 - dadurch ermittelte positive Bonitätsauskünfte zu Fehlentscheidungen i.S. einer schnellen Abwicklung von Finanz- und Warenkrediten führen, die für den Kreditnehmer dann in der Überschuldung enden kann.

⁵⁴ Vgl. del Villar et al.: Regulation of Personal Data Protection and of Credit Reporting Firms: A Comparison of Selected Countries of Latin America, the United States, and the European Union, in Credit reporting systems and the international economy, Miller, M. (Hrsg.), London 2003, S. 418.

- Sie helfen Personen mit vorhandener Bonität, die den Wert ihrer bonitätsrelevanten Informationen erkennen und sich über deren Entstehung und Verwendung informieren, den Nutzen aus einer erleichterten Geschäftsabwicklung durch die Signalisierung ihrer Bonität zu steigern.

2.5 Zusammenfassung

In einem wachsenden und zunehmend anonymisierten Kredit- und Finanzierungsmarkt wird es für Banken/Unternehmen immer wichtiger, die zugrunde liegenden Entscheidungs- und Prüfprozesse für einzelne Geschäfte standardisiert und (teil-)automatisiert abzuwickeln, wozu auch die Prüfung der Bonität durch die Einbeziehung von externen Bonitätsinformationen gehört. Da es sich bei diesen Bonitätsinformationen z.T. um personenbezogene Daten handelt, stoßen in Bezug auf die Verarbeitung dieser Daten unterschiedliche Interessen aufeinander. Dabei ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen Datenreichhaltigkeit und Datensparsamkeit. Während Banken und Unternehmen eher mehr bonitätsrelevante Daten und Informationen in die Kreditprüfung einfließen lassen möchten, verbietet das Datenschutzgesetz grundsätzlich die Verarbeitung personenbezogener bonitätsrelevanter Informationen, lässt aber unter bestimmten Bedingungen verschiedene Ausnahmen zu. Eine allgemeine Analyse von Informationsangebot und -nachfrage auf Kreditmärkten zeigt, dass die Ausweitung der für die Kreditvergabeentscheidung verfügbaren Informationen für beide Marktseiten und damit auch für das Marktwachstum vorteilhaft sein kann.

Um letztlich prüfen zu können, wie viele bonitätsrelevanten Daten sowohl aus der Sicht von Banken/Unternehmen, aus der Sicht des Einzelnen als auch aus einer volkswirtschaftlichen Gesamtperspektive sinnvoll und effizient sind, ist zunächst zu prüfen, welche Risiken einerseits bei der Erstellung von Bonitätsinformationen, andererseits bei der Nutzung dieser Informationen für Kreditprüf- und -entscheidungsprozesse für Banken/Unternehmen, den Verbraucher sowie in volkswirtschaftlicher Sicht entstehen können.

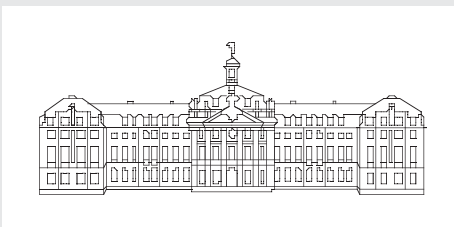
Hinweis: Die vorliegende Zusammenfassung ist das Exzerpt eines wissenschaftlichen Gutachtens. Die Gesamtfassung des Gutachtens ist in der Publikation „Grundlagenschrift“ erschienen.

Teil C

41 - 53

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rechtliche Grundlagen des SCHUFA-Scoring-Verfahrens



WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT Münster
Institut für Informations-,
Telekommunikations- und Medienrecht (ITM)
– Zivilrechtliche Abteilung –

Prof. Dr. Thomas Hoeren

Teil C

Zusammenfassung des Gutachtens:

Rechtliche Grundlagen des SCHUFA-Scoring-Verfahrens

A. Sachverhalt

So genannte Scoring-Verfahren gewinnen in der Kreditwirtschaft und anderen Wirtschaftsbereichen immer mehr Einfluss. Diese Verfahren bieten u. a. die Möglichkeit, Kreditfälle bezüglich ihrer Rückzahlungswahrscheinlichkeit zu beurteilen.

Scoring-Verfahren zur Kreditwürdigkeitsprüfung sind in die Kritik geraten, so dass sich mittlerweile sogar der Deutsche Bundestag mit diesem Thema befasst.¹ Auch beauftragte das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Landwirtschaft und Ernährung (BMVEL) das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) mit einem Gutachten über Scoring-Verfahren, das am 27.02.2006 unter dem Titel „*Scoring-Systeme zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit – Chancen und Risiken für Verbraucher*“ veröffentlicht wurde.² Es geht der Frage nach, ob Kredit-Scoring mit Datenschutz- und Verbraucherschutzrechten vereinbar ist. Der Bundestag bereitet außerdem eine Stellungnahme zu Auskunfteien und Datenschutz vor.

Die nachfolgenden Ausführungen stellen eine Zusammenfassung eines ausführlichen Gutachtens dar, das eine datenschutzrechtliche Bewertung von Scoring-Systemen zur Kreditwürdigkeitsprüfung vornimmt. Untersucht wird u. a. neben der rechtlichen Zulässigkeit internen Scorings die Erstellung und Weitergabe von Score-Werten durch Scoring-Unternehmen wie der SCHUFA sowie die Nutzung dieser Scorewerte durch die Scoring-Verwender.

B. Datenschutzrechtliche Zulässigkeit von Scoring-Verfahren

I. Was ist Scoring allgemein?

Die Wissenschaft entwickelte standardisierte, auf statistisch-mathematischer Analyse von Erfahrungswerten basierende Verfahren zur Prognose des Verhaltens von Personengruppen und potenziellen oder tatsächlichen Einzelpersonen mit bestimmten Merkmalen.

Derartige Verfahren, die als Rating oder Scoring bezeichnet werden, wurden in den 1950er-Jahren entwickelt. Mittlerweile finden sie in den unterschiedlichsten Bereichen Anwendung:

Beim Marketing wird Scoring in der Markt- und Meinungsforschung eingesetzt und dient der zielgerichteten, individuellen Ansprache der Zielgruppe.

Vertrags-Scoring dient der Beurteilung allgemeiner Risiken, wie Vertragsverstöße oder Zahlungsmängel sowie der Bonität. Eine spezielle Form des Vertrags-Scorings ist das Kredit-Scoring, ein Verfahren zur Unterstützung der Entscheidung über das Zustandekommen eines Kreditvertrags. Es hilft bei der Prüfung, ob beim Kreditnehmer persönliche und sachliche Kreditwürdigkeit gegeben ist, er also seiner Rückzahlungsverpflichtung nachkommen will und dazu auch wirtschaftlich in der Lage ist.

Daneben werden Scoring-Verfahren auch von Internetsuchmaschinen benutzt, um Wahrscheinlichkeiten bzw. Rankings zu berechnen, auf welche Website der Suchende zurückgreifen möchte.

Ein weiterer wichtiger Anwendungsbereich ist die medizinische Diagnostik.

¹ Kleine Anfrage der FDP-Fraktion vom 08.02.2006, BT-Drs. 16/596; Antrag der Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen vom 15.02.2006, BT-Drs. 16/683; Antwort der BRG. vom 07.03.2006, BT-Drs. 16/866.

² http://www.bmelv.de/cIn_045/nn_752314/SharedDocs/downloads/02-Verbraucherschutz/Finanzdienstleistungen/scoring.html.

In Deutschland wird Scoring als Mittel zur Solvenzbewertung eines Kreditnehmers seit den 80er-Jahren angewendet und hat sich inzwischen vor allem dort etabliert, wo für den Gläubiger durch Vorleistung ein gewisses kreditorisches Risiko besteht und hoher Wettbewerbsdruck schnelle Entscheidungen bei äußerst niedrigen Prozesskosten erzwingt. Dies ist z.B. in den Bereichen der Kreditvergabe, der Versicherungswirtschaft, der Telekommunikationsbranche, des (Versand-)Handels und beim Leasing der Fall. Im Versicherungsbereich wird Scoring von einigen Instituten neben der Risikobewertung auch bei der Prognose der Vertragstreue, der Bereitschaft zur Prämienzahlung oder auch bei der Betrugs-erkennung eingesetzt. Auch im E-Commerce, wo mangels unmittelbaren Kontakts eine persönliche Beurteilung der Bonität des Kunden nicht möglich ist, findet Kredit-Scoring Verwendung.

Scoring lässt sich in drei Verfahrensstadien aufgliedern:

Zunächst werden anonyme Erfahrungswerte ermittelt und in Scorekarten umgesetzt (1). Bei der späteren Anwendung erfolgt dann die Zuordnung individueller Tatbestände zu den Merkmalen der Scorekarte und die Bestimmung des zugehörigen Scorewertes (2). Schließlich wird der Score bei Abschluss oder im Rahmen des Vertrags verwendet (3).

In Frage kommende statistische Modelle, um aus den zueinander in Beziehung stehenden Merkmalen genaue und trennscharfe Rückschlüsse zu ziehen, sind multivariate Verfahren, wie z.B. Varianz-, Kovarianz-, Korrelations-, und Clusteranalysen. In der Kreditwirtschaft dominiert hierbei die logistische Regression als verwendetes statistisches Modell. Die gefundenen Ergebnisse werden dahingehend überprüft, ob ihre Signifikanz auch tatsächlich nachvollziehbar, robust und plausibel ist. Je Merkmal werden Fälle mit ähnlichen Merkmalsausprägungen zu Gruppen zusammengefasst und hinsichtlich der damit verbundenen Ausfallrate hypothesenfrei analysiert, d.h. ohne vorherige Festlegung, ob bestimmte Merkmalsausprägungen „gut“ oder „schlecht“ wirken sollen. Die Ergebnisse werden nach umfangreicher Auswertung dann als mathematische Formeln in „Scorecards“ umgesetzt. Je größer die Datenbasis und dadurch die Vergleichsgruppe, desto zutreffender ist der ermittelte Score für eine bestimmte Fall- bzw. Personengruppe.

II. Das SCHUFA-Scoring-Verfahren

Seit Ende 1996 gibt es bei der SCHUFA ein Scoring-Verfahren. Mit den dort erhältlichen Scores soll die Einschätzung von Risiken durch die kreditgebende Wirtschaft erleichtert und unterstützt werden.

Das Verfahren wurde auf der Basis des SCHUFA-Datenbestandes entwickelt, der in Deutschland umfangreichsten Sammlung kreditrelevanter Informationen natürlicher Personen. Für die Bildung des Scores werden die bei der SCHUFA vorhandenen Daten (und nur diese) anonymisiert ausgewertet. Die Score-Ermittlung erfolgt dabei fall- und nicht personenbezogen. Das bedeutet insbesondere, dass für ein und dieselbe Person unterschiedliche Scoring-Verfahren eingesetzt werden, die zu unterschiedlichen Ergebnissen führen: So ist das Scoring-Verfahren für Fälle von Hypothekenanfragen ein anderes als für Versandhandelsanfragen.

Beim SCHUFA-Scoring werden i.d.R. nur Positivdaten verwendet. Dies sind Daten, die sich nicht unmittelbar auf negativ zu bewertende Fakten, wie vertragswidriges Verhalten oder eine Insolvenz, beziehen. Ein Beispiel für ein Positivdatum ist die Anzahl der laufenden Kredite, welche insofern eine gewisse Aussagekraft über die finanzielle Leistungsfähigkeit hat, da mit der Zahl der Kredite Aussagen über die monatliche Belastung verbunden sind.

Bei Vorliegen von aktuellen Negativdaten, also von Daten, die sich auf Vertragsstörungen bei Kreditverhältnissen beziehen, wird i.d.R. kein Score berechnet. Die Prognose über das Eintreten eines Ausfallrisikos ist unnötig, wenn sich ein solches bereits realisiert hat. Wenn der Ausgleich der rückständigen Forderung mehr als ein Jahr zurückliegt, wird wieder ein Score berechnet. Eine Scoreübermittlung findet auch dann nicht statt, wenn der Betroffene einen diesbezüglichen Willen der SCHUFA

mitgeteilt hat oder wenn für eine Scoreberechnung zu wenige Daten des Betroffenen vorliegen. Ein Betroffener, über den ein Score vorliegt, ist zunächst ein „guter Kunde“. Fällt der Score niedrig aus, besteht demnach nur Grund für eine genauere Prüfung, ob das Gruppenrisiko auch bei dem Betroffenen eintritt.

Der schlechteste mögliche Scorewert ist 1, der beste 1000. Als Hilfe werden die ermittelten Scorewerte zusätzlich in zwölf Risikoklassen (A-M) eingeteilt, wobei M den Scorebereich mit dem höchsten Risiko bezeichnet und A den mit dem niedrigsten. Darüber hinaus wird der Scorewert in eine relative Quote umgerechnet, die wiedergibt, bei wie viel Prozent der Fälle dieses Scorebereichs mit gleichartigem Datenprofil eine Vertragsstörung zu erwarten ist. Ferner verbessert der Score die Aussagequalität der in der Auskunft enthaltenen Daten, indem er dem Anfragenden die Möglichkeit bietet, die Daten nach objektiven Erkenntnissen zu deuten.

Derzeit speichert die SCHUFA den Score nicht in ihrem eigentlichen Datenbestand. Er wird nur zur Datenschutzkontrolle in Datensicherungsprotokollen (log files) festgehalten. Damit ist er, anders als die dem Scoring zugrunde liegenden Daten, nicht Teil der Eigenauskunft eines Betroffenen. Es besteht aber die Möglichkeit, den Scorewert gesondert berechnen zu lassen.

Das Scoring-Verfahren der SCHUFA, genauer, welche statistischen Werte bei ihm verwendet und welche Vergleichsgruppen gebildet werden, ist ein Geschäftsgeheimnis. Die Entwicklung des Scores ist aufwändig und setzt spezielles Fachwissen voraus. Darüber hinaus hängen von dem Verfahren die Aussagekraft der Prognose und damit die Wettbewerbsfähigkeit und der Marktwert des Produkts wesentlich ab. Bei Bekanntsein des Verfahrens besteht die Möglichkeit, dass der Score von den Betroffenen zu ihren Gunsten verändert wird.

Die SCHUFA arbeitet mit dem Statistischen Beratungslabor des Instituts für Statistik (STABLAB) an der Münchener-Ludwig-Maximilians-Universität an der stetigen Verbesserung von Trennschärfe und Prognosequalität des Scoring-Verfahrens. Die übermittelten Scorewerte werden zu diesem Zweck anonymisiert gespeichert. Monatliche und vierteljährliche Kontrollberichte geben über die tatsächliche Treffsicherheit der Vorhersagen Auskunft.

C. Rechtliche Zulässigkeit von Scoring-Verfahren

Als Verarbeitung personenbezogener Daten i.S.d. § 3 Abs.1 BDSG – und dies soll im Folgenden unterstellt werden – würden die Errechnung und Übermittlung von Scorewerten dem Erlaubnisvorbehalt des § 4 Abs. 1 BDSG unterliegen. Die Datenverarbeitung ist aber auch dann zulässig, wenn sie durch eine andere Rechtsvorschrift erlaubt wird, die *lex specialis* zu BDSG ist.

I. Vorrangige Rechtsvorschrift

Im Bereich der Kreditwirtschaft fordert § 25a KWG für Banken und § 91 Abs. 2 AktG für Aktiengesellschaften als mögliche vorrangige Rechtsvorschrift geeignete Regelungen, zur Steuerung, Überwachung und Kontrolle der Risiken. Der § 25a KWG entspricht hinsichtlich seiner rechtlichen Bedeutung dem § 91 Abs. 2 AktG, der den Vorstand einer Aktiengesellschaft dazu verpflichtet, ein angemessenes Risikomanagement- und Risikocontrollingsystem, ein Frühwarnsystem sowie ein Überwachungssystem einzurichten.

Gegen eine vorrangige Anwendung dieser Vorschriften wird eingewendet, dass § 25 a KWG lediglich eine gesetzliche, allgemein gefasste Verpflichtung zur Risikosteuerung eines Kreditinstitutes darstelle. Eine solche Risikovorsorge könne sich dabei auch auf Rating- und Scoring-Verfahren stützen. Deren Zuhilfenahme sei jedoch keineswegs zwingend geboten.

Diese Ansicht lässt jedoch außer Acht, dass § 25a KWG durch die „Mindestanforderungen an das Risikomanagement.“ (MaRisk) der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) konkretisiert wurde und die zuständige Aufsichtsbehörde diese Interpretationen des Gesetzes ihrer Verwaltungspraxis zugrunde legte. § 25a KWG i. V.m. § 6 Abs. 3 KWG gibt der BaFin die Möglichkeit, nähere Anordnungen zu erlassen, wie die organisatorischen Pflichten auszugestalten sind. Bei Verstößen kann die BaFin weitergehende Maßnahmen ergreifen. Folglich besteht eine durch die Aufsichtsbehörde konkretisierte gesetzliche Verpflichtung der Kreditinstitute, die gem. § 1 Abs. 3 S.1 BDSG dessen Vorschriften vorgeht.³ Außerdem wird die neu gefasste Bestimmung des § 10 KWG als bereichsspezifische Rechtsgrundlage gegenüber dem BDSG vorrangig Anwendung finden.

§ 10 KWG n.F. enthält nähere Bestimmungen über Rating und Scoring, so z.B. eine ausdrückliche Ermächtigungsgrundlage für die den Scoring-Verfahren zugrunde liegende Datenverarbeitung.

Die Änderungen im KWG erfolgten zur Umsetzung der überarbeiteten Baseler Eigenkapitalvereinbarung (Basel II): Kreditunternehmen müssen ihre Kreditrisiken zur Berechnung der Eigenkapitelunterlegung künftig nicht mehr pauschal, sondern individuell risikoabhängig festlegen. Ohne Scoring-Verfahren ist eine solche individuelle Unterlegung von Kreditrisiken praktisch nicht durchführbar.

II. Zulässigkeit nach BDSG

Lässt man die Bestimmungen des AktG und des KWG als vorrangige Rechtsvorschrift außer Betracht, gelten die Vorschriften des BDSG, sofern der Score überhaupt ein personenbezogenes Datum darstellt.

1) Personenbezogenes Datum i. S. d. § 3 BDSG

Nach der Definition des § 3 Abs. 1 BDSG sind personenbezogene Daten „Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer Person“.

Ob es sich beim Score um ein personenbezogenes Datum handelt, beurteilt sich danach, welche der Phasen des Scorings man betrachtet (siehe die einleitend beschriebenen 3 Phasen). Wenn in der ersten Phase Referenzdatenbestände anonymisiert und aus diesen Daten Vergleichsgruppen erstellt werden, ist der Anwendungsbereich des BDSG noch nicht eröffnet, da Daten in anonymisierter Form verwendet werden. Anonymisierte Daten fallen nicht in den Schutzbereich des BDSG, da dieses nur personenbezogene Daten erfasst.

Die Erarbeitung einer Scoreformel stellt eine auf wissenschaftlichen Grundlagen basierende Analyse der anonymisierten Daten dar. Sie fällt somit nicht unter die Regelungen des BDSG.

Diskussionswürdig sind die Phasen 2 und 3, bei denen zu einem konkreten Fall aus der Scoreformel eine Rückzahlungswahrscheinlichkeit errechnet bzw. ein Score zur Kreditentscheidung herangezogen wird.

Es wird die Ansicht vertreten, dass der Scorewert, der zu einem konkreten Fall berechnet wird, durch die Zuordnung zu einer konkreten Person ein personenbezogenes Datum sei.

Teilweise wird das Vorliegen eines personenbezogenen Datums gem. § 3 Abs. 1 BDSG auch ohne weitere Begründung angenommen und die Anwendung des BDSG unterstellt.

Demgegenüber wird angeführt, dass ein Scorewert auch in den Phasen 2 und 3 nicht den Vorschriften des BDSG unterfalle, da er kein personenbezogenes Datum sei. Es handele sich um einen rein statistischen Wert, der ein Ausfallrisiko einer anonymisierten statistischen Vergleichsgruppe beziffere. Zwar werde der Scorewert im Zusammenhang mit der SCHUFA-Auskunft über eine bestimmte Person errechnet. Eine Angabe über „persönliche oder sachliche Verhältnisse“ stelle dies aber nicht dar. Eine aus allgemeinen Daten gewonnene Statistik sage nichts darüber aus, ob sich das übermittelte Risiko tatsächlich bei einer konkreten Person realisiere.

³ Abel, RDV 2006, S. 108 (110); Gola/Schomerus, BDSG, § 1 Rn. 23; Mackenthun WM 2004, S. 1713 (1714); Schaffland/Wiltfang, BDSG, § 1 Rn. 38; Walz, in: Simitis, BDSG, § 1 Rn. 168; a. A.: Petri, in: LDI NRW 2005, S. 111 (114); ders., DuD 2003, S. 631 (633).

Für die nachfolgende Untersuchung soll unterstellt werden, dass es sich um personenbezogene Daten handelt, denn im Ergebnis sind auch unter Berücksichtigung der Bestimmungen des BDSG die Berechnung und Übermittlung von Scorewerten zulässig.

2) Zulässigkeit der Bildung und Weitergabe von Scorewerten

Als Rechtsvorschriften i.S.d. § 4 Abs. 1 BDSG kämen für das Scoring-Unternehmen ein Auftrag zur Datenverarbeitung gem. § 662 BGB i.V.m. § 11 BDSG oder eine Datenverarbeitung zum Zwecke der Übermittlung gem. § 29 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 lit. a) BDSG in Betracht. Führt das Kreditunternehmen selbst Scoring-Verfahren anhand vorhandener Kundendatenbestände durch, wird dies allgemein als zulässig angesehen.⁴ Das Unternehmen hat gem. § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BDSG ein berechtigtes Interesse an dem Einsatz von Scorekarten, die auf Basis von eigenen Vertragserfahrungen entwickelt wurden. Insoweit ermöglicht das Scoring dem Unternehmen, Risiken, die ein möglicher Vertrag mit dem Kreditantragsteller birgt, kalkulieren zu können. Ein entgegenstehendes schutzwürdiges Interesse des Betroffenen ist nicht erkennbar, wenn sich das Scoring an wissenschaftliche Standards hält und damit größtmögliche Objektivität aufweist.

a) Auftrag zur Datenverarbeitung im Sinne von § 662 i.V.m. § 11 BDSG

Sofern Scoring-Unternehmen für Kreditinstitute die Berechnung von Scorewerten übernehmen kommt eine Auftragsdatenverarbeitung in Betracht. Hierfür ist erforderlich, dass der Auftragnehmer die Daten nur im Rahmen der Weisungen des Auftraggebers erheben, verarbeiten oder nutzen darf. Der Hauptzweck des Auftrages muss auf die Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung von Daten für einen anderen gerichtet sein.

Diese Form der Datenverarbeitung wird nicht als Übermittlung angesehen, denn das BDSG betrachtet Auftragnehmer und Auftraggeber als rechtliche Einheit und nicht als Dritte.

Eine solche Auftragsdatenverarbeitung i.S.d. § 11 BDSG liegt beim Scoring durch Auftragsunternehmen vor, wenn z.B. ein Kreditunternehmen die SCHUFA beauftragt, eine im Haus der SCHUFA entwickelte Scoreformel für einen konkreten Kreditfall anzuwenden und das Ergebnis (Scorewert) an das Kreditunternehmen weiterzugeben.

Der Auftraggeber kann sich wie beim selbst durchgeführten Scoring auf § 28 Abs. 1 Nr. 2 BDSG berufen. Lediglich die Voraussetzungen des § 11 BDSG bezüglich Auswahl, Vertragsbindung und Kontrolle des Auftragnehmers sind zu beachten.

b) Als geschäftsmäßige Speicherung und Übermittlung, § 29 BDSG

Sieht man in dem unter a) beschriebenen Verfahren zur Scoreberechnung keine Auftragsdatenverarbeitung, wären eine Berechnung und Übermittlung i.S.V. § 29 Abs. 1, Abs. 2 S. 1 Nr. 1 lit. a) i.V.m. Nr. 2 BDSG zu prüfen.⁵

aa) Abgrenzung zwischen § 29 BDSG und § 28 BDSG

Dem Anwendungsbereich des § 29 BDSG unterliegt jede private Datenverarbeitung, bei der aus wirtschaftlichen Gründen personenbezogene Daten unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen gesammelt und ausgewertet werden.

Dagegen ist § 28 Abs. 1 BDSG anwendbar, wenn die Datenverarbeitung personenbezogener Daten der „Erfüllung eigener Geschäftszwecke“ dient. Wesentliches Abgrenzungskriterium zur Datenverarbeitung für fremde Zwecke im Sinne des § 29 BDSG: Die speichernde Stelle hat an diesen Daten ein eigenes Interesse, weil sie mit dem Betroffenen in Kontakt steht oder treten will.

⁴ Iraschko-Luscher, DuD 2005, S. 467 (471); Petri, DuD 2003, S. 631 (634 f.); Wuermeling, in: LDI NRW 2005, S. 98 (102); Studie ULD 2006, S. 68.

⁵ so bisher: Kamlah, MMR 2003, S. V (VI); Klein, BKR 2003, S. 488 (491); Kloepfer/Kutzschbach, MMR 1998, S. 650 (657); Möller/Florax, NJW 2003, S. 2724 (2725f.); Wuermeling, NJW 2002, S. 3508 (3510).

Die SCHUFA als Scoring-Unternehmen hat kein eigenes Interesse an den errechneten Scores, da sie nicht mit den Betroffenen in Kontakt steht oder treten will. Die Betroffenen sind potenzielle Kunden des anfragenden Kreditinstitutes, nicht der SCHUFA. Die Berechnung des Scorewertes dient nur insoweit der Erfüllung von Geschäftszwecken der SCHUFA, als dass dies ein Service der SCHUFA für die ihr angeschlossenen Unternehmen ist. Der Zweck ist damit die Datenverarbeitung und kein darüber hinausgehender. Folglich ist der Anwendungsbereich des § 29 BDSG eröffnet.

bb) Berechnung des Scorewerts

Teilweise wird bereits in Frage gestellt, ob das Berechnen eines Scorewertes vom Erlaubnistatbestand des § 29 Abs. 1 BDSG erfasst sei. Die Norm erlaube nur das Erheben, Speichern und Verändern von Daten und nicht das Nutzen. Die Erstellung von Scorewerten sei jedoch eine Nutzung. Wäre dies der Fall, würde es an einer Rechtsgrundlage gem. § 4 Abs. 1 BDSG fehlen. Die Durchführung des Scorings wäre dann nur auf Grund einer Einwilligung des Betroffenen zulässig.

Zwar nennt der Wortlaut des § 29 tatsächlich nur das Erheben, Speichern und Verändern. Allerdings kann man durchaus vertreten, dass das Nutzen vom Regelungsgehalt des § 29 BDSG erfasst ist, weil das Nutzen das Persönlichkeitsrecht weniger gefährdet als die genannten Varianten. Außerdem würde das Nichteinbeziehen des Nutzens dazu führen, dass nur schwer abzugrenzende Begriffe „Verändern“ und „Nutzen“ ausschlaggebend wären, was i. S. d. Norm noch erlaubt ist.

Letztlich kann aber offen bleiben, ob auch die Nutzung vom Regelungsgehalt erfasst ist, denn die Scoreberechnung stellt eine Veränderung der Daten dar.

§ 3 Abs. 4 S. 2 Nr. 2 BDSG definiert Verändern als inhaltliche Umgestaltung gespeicherter personenbezogener Daten.

Verändern liegt u. a. vor, wenn verschiedene Daten miteinander verknüpft werden und dadurch ein neuer Informationswert entsteht. Der Scorewert entsteht durch die Anwendung der Scoreformel. Dem Kreditinstitut steht eine weitere Information zur Bewertung der Bonität des Betroffenen zur Verfügung, wodurch ein neuer Informationswert entsteht. Insofern liegt hier eine Veränderung vor.⁶

cc) Übermittlung

Die Übermittlung ist gem. § 29 Abs. 2 BDSG zulässig, wenn der Datenempfänger ein berechtigtes Interesse an ihrer Kenntnis glaubhaft dargelegt hat und kein Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Übermittlung hat.

Ein berechtigtes Interesse liegt vor, wenn die fraglichen Daten im Rahmen des vom Dritten verfolgten Zwecks erforderlich sind.⁷ Der Scorewert dient in erster Linie der Ermittlung des Risikos im einzelnen Kreditfall und damit den wirtschaftlichen Interessen des Kreditgebers. Dies sind berechnete Interessen i. S. d. § 29 Abs. 2 Nr. 1 lit. a BDSG. Ferner ermöglichen Scoring-Verfahren dem Kreditgeber ein objektiviertes, einheitliches, standardisiertes und beschleunigtes Kreditvergabeverfahren. Dadurch werden Betriebsergebnisse verbessert und Kosten verringert, was ebenfalls ein berechtigtes Interesse des Kreditgebers ist.

Dem berechtigten Interesse des Empfängers sind die schutzwürdigen Belange des Betroffenen gegenüberzustellen.

Es ist generell möglich, dass der Kreditnehmer ein schutzwürdiges Interesse am Ausschluss des Datenverarbeitungsvorgangs hat. Ein schutzwürdiges Interesse des Betroffenen besteht aber nicht, wenn er sich darauf beruft, auf Grund eines „negativen“ Scorewertes keinen Kredit bekommen zu haben. Denn das Gesetz hat nicht zum Ziel, die finanzielle Freizügigkeit des Betroffenen einseitig zu Lasten der wirtschaftlichen Interessen des Kreditinstitutes zu bevorzugen. Das BDSG dient vielmehr allein dem Schutz der informationellen Selbstbestimmung.

⁶ Studie ULD S. 79

⁷ Gola/Schomerus, BDSG, § 29 Rd. 21; Simitis, in Simitis u. a., BDSG Loseblattsammlung Stand 1998, § 28 Rn. 134.

Bei der Interessenabwägung hinsichtlich der Zulässigkeit der Übermittlung von Scorewerten wird sehr oft darauf abgestellt, dass den schutzwürdigen Belangen des Kreditkunden in der Regel ein überwiegendes Interesse seitens der Kreditwirtschaft entgegengesetzt werden kann.⁸ Der Scorewert trägt in der Tat u. a. zu einer schnelleren und objektiveren Kreditentscheidung bei. Er dient außerdem dazu, die Kreditwürdigkeit des Kreditkunden zu erhöhen. Durch den Scorewert erhält er die Möglichkeit, Kredite zu bekommen, die ihm ohne die statistische Risikoanalyse verwehrt blieben. Dem wird entgegengehalten, der Betroffenen habe insbesondere dann ein überwiegendes schutzwürdiges Interesse, wenn er den Folgen eines ungerechtfertigt geringen Scorewertes ausgesetzt ist und eine Korrektur auf Grund fehlender Transparenz des Scoring-Verfahrens nicht oder nur mit hohem Aufwand möglich ist.

Um diesem Einwand zu begegnen, ist dem Betroffenen wie bei www.meineschufa.de die Möglichkeit zu schaffen, falsche oder fehlende Daten zu berichtigen. Auch darf nicht übersehen werden, dass ein Kreditkunde mit einem hohen Scorewert ein Interesse an der Übermittlung haben wird, um diesen Vorteil bei den Verhandlungen über die Kreditkonditionen zu seinen Gunsten auszunutzen. Dem schlechter eingestuften Kunden würde es nicht einmal helfen, wenn grundsätzlich keine Scorewerte mehr übermittelt werden würden, denn dadurch würde ihre Bonität nicht besser. Würde der Score prinzipiell nicht mehr übermittelt werden, würde dies aufgrund der steigenden Geschäftsprozesskosten ferner den Interessen der Kreditwirtschaft und auch der Kreditkunden entgegenstehen.

Teilweise wird vertreten, dass die Verwendung von Scorewerten nur dann zulässig sei, wenn nachprüfbar und für die Kreditwürdigkeit relevante Tatsachen der Bewertung zu Grunde gelegt werden und die verwendeten mathematischen Methoden geeignet sind. Welche Daten Bonitätsrelevanz besitzen, sei nach rechtsdogmatischen Kriterien zu bestimmen.

Da es sich bei Scoring-Verfahren jedoch um mathematisch-statistische Systeme handelt, kann nicht entscheidend sein, was rechtlich gesehen relevant wäre. Ein Scorewert ist nur richtig, wenn das Verfahren, nach dem er berechnet wurde, wissenschaftlichen Standards genügt. Erforderlich sind dazu nur Merkmale, die das Ergebnis verbessern. Dies kann jedoch nur die mathematische Fachwissenschaft bestimmen. Die Gewichtung nach rechtlichen Kriterien würde vielmehr zu einer Diskriminierungsgefahr führen. Denn was rechtlich relevant ist, muss mathematisch-statistisch noch lange nicht relevant sein.

Die SCHUFA hat insoweit durch ein Fachgutachten der Münchener-Ludwig-Maximilians-Universität belegt, dass ihr Scoring-Verfahren wissenschaftlichen Standards entspricht. Außerdem arbeitet die SCHUFA an der stetigen Verbesserung von Trennschärfe und Prognosequalität des Scoring-Verfahrens.

Auch nach einer Analyse der nachfolgenden Einzelumstände sprechen keine überwiegenden schutzwürdigen Belange des Betroffenen gegen eine Scoreermittlung.

- Sensitive Daten gem. § 3 Abs. 9 BDSG

Es wird teilweise angenommen, dass Scoring diskriminierend sei, wenn Merkmale wie Rasse, Nationalität oder ethnische Herkunft einfließen und sich negativ auf das Ergebnis auswirken. Daher müsse der Umfang der in eine Scoreberechnung einfließenden Daten eingegrenzt bzw. eine Beschränkung erlaubt sein.

Derart sensible Daten i.S.d. § 3 Abs. 9 BDSG werden laut Anbieterseite nicht benötigt. Sollten sie dennoch verwendet werden, kann davon ausgegangen werden, dass solche sensiblen Daten nur mit Einwilligung zwecks Überprüfung des jeweiligen Antrags erhoben wurden und daher zur Errechnung eines Scorewertes verwendet werden dürfen.

⁸ BfD, 16. Tätigkeitsbericht 1994-95, S. 409.

- **Objektivierung**

Scoring-Verfahren objektivieren die Kreditvergabe. Ohne den Scorewert könnte der Kreditsachbearbeiter die in der SCHUFA-Auskunft enthaltenen Positivmerkmale nur auf der Grundlage seiner persönlichen Erfahrungen bewerten. Die traditionelle Kreditwürdigkeitsprüfung ist statisch, vergangenheitsbezogen insbesondere jahresabschlussbezogen, basierend auf einer unsystematischen Informationsbeschaffung.

Der Sachbearbeiter wird durch einen guten Scorewert daran gehindert, einem persönlichen Vorurteil folgend einen Kredit abzulehnen. Umgekehrt wird er daran gehindert, einem subjektiv kreditwürdig erscheinenden Kunden einen Kredit zu erteilen, wenn dieser die objektiven Voraussetzungen nicht erfüllt. Der Scorewert trägt also dazu bei, quasi eine „Diskriminierung“ durch den Kreditsachbearbeiter auf Grund persönlicher Vorurteile zu verhindern.

- **Diskriminierung**

Mathematisch-statistische Systeme sind nicht diskriminierend. Diskriminierung ist ein menschliches Verhalten. Scoring-Verfahren, die wissenschaftlichen Standards genügen, die also Trennschärfe und Aussagekraft haben, müssen derartige Vorurteile fremd sein.

- **Beschleunigung und Kostenersparnis**

Scoring ist eine zentrale Aufgabe der Kreditwirtschaft: Die Kreditvergabe wird immer flexibler und verbraucherfreundlicher. Heute werden Kredite am Point of Sale (z.B. beim Auto- oder Möbelhändler) oder im Internet vergeben.

Da Kreditgeber und Kunden bei dieser Art der Kreditvergabe kaum oder keinen persönlichen Kontakt haben, entsteht eine Informationsasymmetrie. Wusste der Kreditgeber früher auf Grund jahrelanger Geschäftsbeziehungen um die Bonität des Kreditnehmers, ist er heute dazu nur begrenzt in der Lage. Entweder hat er keine Informationen über die Kreditwürdigkeit oder er kann sie sich nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand beschaffen.

- **Abgrenzung Verbraucherschutz – Datenschutz**

Die Kritiker von Scoring-Verfahren zur Kreditwürdigkeitsprüfung führen immer wieder an, dass derartige Systeme dem Verbraucherschutz zuwiderlaufen. Verbraucherschutzgesetze sind Regelungen, die dem Schutz des Verbrauchers dienen. Um dem Schutz des Verbrauchers zu dienen, muss dieser Schutz jedoch der eigentliche Zweck des Gesetzes sein. Er darf nicht nur untergeordnet Bedeutung haben oder nur eine zufällige Nebenwirkung sein.

Das Datenschutzrecht soll aber in erster Linie den Bürger vor Eingriffen des Staates bewahren. Es dient dem Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechtes, insbesondere dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Schutzgut ist also nicht – wie beim Verbraucherschutz – das Vermögen und die ökonomische Durchsetzungskraft des Betroffenen, sondern sein allgemeines Persönlichkeitsrecht unabhängig von einer etwaigen Verbrauchereigenschaft des Betroffenen. Die Normen des BDSG sind demnach keine des Verbraucherschutzes.

c) Automatisierte Einzelentscheidung, § 6a BDSG

Gem. § 6a Abs. 1 BDSG dürfen Entscheidungen, die für den Betroffenen eine rechtliche Folge nach sich ziehen oder ihn erheblich beeinträchtigen, nicht ausschließlich auf eine automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten gestützt werden, die der Bewertung einzelner Persönlichkeitsmerkmale dienen.

Normadressaten sind insoweit nicht die Scoring-Unternehmen sondern die Kreditunternehmen als Scoring-Verwender.

aa) Automatisierte Einzelentscheidung nach § 6a Abs. 1 BDSG

§ 6a Abs. 1 BDSG ist nur anwendbar, wenn personenbezogene Daten verarbeitet werden, die der Bewertung einzelner Persönlichkeitsmerkmale dienen. Darüber hinaus muss zwischen der automatisierten Datenauswertung und der Entscheidung ein Automatismus bestehen, d.h. es darf keine erneute Überprüfung durch einen Menschen erfolgen. Die Entscheidung muss sich ausschließlich auf die automatisierte Verarbeitung von personenbezogenen Daten stützen. Ferner muss die auf Grund dieser Daten getroffene Entscheidung für den Betroffenen eine rechtliche Folge nach sich ziehen oder erheblich beeinträchtigend sein.

Die Verarbeitung der personenbezogenen Daten muss der Bewertung einzelner Persönlichkeitsmerkmale dienen. Darunter sind Daten zu verstehen, welche die Persönlichkeit des Betroffenen unter bestimmten „einzelnen Aspekten“ beschreiben. Gegenstand der Bewertung beim Scoring sind einzelne fallrelevante Merkmale, die sich auf eine – nicht notwendig natürliche – Person beziehen und Daten zum Kreditfall. Diese Kombination lässt fraglich erscheinen, ob es sich bei Scoringdaten überhaupt um personenbezogene Daten im Sinne des BDSG handelt (s.o.). Selbst wenn man aber den Personenbezug der Scoredaten bejaht, geht es beim Scoring nicht um die Erstellung eines Persönlichkeitsprofils. Vielmehr dient Scoring der Erstellung eines fallbezogenen Profils, auf deren Bewertung sich die Entscheidung stützt.

Auf Grund dieser Daten muss weiter eine Entscheidung getroffen werden, die für den Betroffenen rechtliche Folgen nach sich zieht oder erheblich beeinträchtigend ist. Um auch den bis dahin strittigen Fall einer Vertragsablehnung, der keine rechtliche Folge nach sich zieht, abzudecken, wurde die erhebliche Beeinträchtigung als zweite Alternative eingeführt. Fraglich ist aber, worin bei scoring-basierten Einzelentscheidungen eines Kreditinstituts die Beeinträchtigung für den Betroffenen liegt. Vergleicht man die Sachlage mit oder ohne Scoring, bekommt der Kunde ohne Scoring generell keinen Kredit. Denn ein Kreditinstitut wird nicht ohne umfassende Prüfung des Sachverhalts einen Kredit vergeben; schon aus kreditwirtschaftlichen Gründen ist die Bank genötigt, moderne Scoring-Verfahren einzusetzen. Mit Scoring bekommt der Kunde im schlimmsten Fall auch keinen Kreditvertrag. Aber das wäre eben ohne Scoring auch so (oder erst recht so) gewesen. Es ist daher fraglich, ob die Ablehnung eines Kreditantrages für den Betroffenen eine belastende Entscheidung i.S.d. § 6a BDSG darstellt.

Selbst wenn man aber eine Beeinträchtigung unterstellte, wäre noch zu untersuchen, ob auch das Scoring-Unternehmen wie z.B. die SCHUFA eine Entscheidung i.S.d. Vorschrift trifft, in dem sie den Scorewert berechnet.

Diese Annahme widerspricht jedoch dem Wortlaut der Norm. § 6a BDSG unterscheidet zwischen der automatisierten Verarbeitung und der nachfolgenden Entscheidung. Das Scoring-Verfahren selbst ist eine der Entscheidung vorausgehende Datenauswertung und nicht die Entscheidung i.S.d. Vorschrift. Die SCHUFA trifft daher keine Entscheidung gem. § 6a Abs. 1 BDSG.

Die Entscheidungen muss für die Anwendbarkeit des § 6a Abs. 1 BDSG zudem ausschließlich auf eine automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten gestützt werden. Wird das automatisiert erzeugte Ergebnis von einem zuständigen Entscheidungsträger zur Kenntnis genommen, geprüft und bestätigt, ist § 6a BDSG nicht anwendbar.⁹

In der Kreditvergabepraxis ist der Scorewert lediglich ein Informationsbaustein für die Entscheidung des Kreditsachbearbeiters und nicht allein entscheidend für die Gewährung bzw. Ablehnung eines Kredites. Somit ist der Anwendungsbereich des § 6a BDSG in diesen Fällen nicht eröffnet. Außerdem

⁹ Bizer, in: Simitis, BDSG, § 6a Rd. 27; Gola/Schomerus, BDSG, § 6a Rd. 5: Diese gehen sogar davon aus, dass ein automatisiertes Ergebnis noch nicht einmal überprüft werden muss; es genüge die Möglichkeit der abweichenden Entscheidung durch den letztentscheidenden Menschen.

ist es unwahrscheinlich, dass Vertragsbeziehungen mit einem Kreditbewerber nur auf Grund statistischer Wahrscheinlichkeiten abgelehnt werden. Das Unternehmen wird eher Interesse am Abschluss als am Abbruch der Geschäftsbeziehungen haben.

Die SCHUFA weist ihre Vertragspartner in ihren AGB zudem darauf hin, dass es sich bei Scorewerten lediglich um Momentaufnahmen handelt und dass diese nicht alleinige Entscheidungsgrundlage für eine automatische Einzelentscheidung sein dürfen.

bb) Ausnahmen gem. § 6a Abs. 2 BDSG

Nach § 6a Abs. 2 S. 1 Nr. 1 BDSG ist eine automatisierte Entscheidung zulässig, wenn sie im Rahmen des Abschlusses oder der Erfüllung eines Vertragsverhältnisses oder eines sonstigen Rechtsverhältnisses ergeht und dem Begehren des Betroffenen stattgegeben wurde. Der Kreditsachbearbeiter kann seine Entscheidung also allein auf den Scorewert stützen, wenn der Kreditantrag bejaht wird.

§ 6a Abs. 2 S. 1 Nr. 2 BDSG erlaubt des Weiteren automatisierte Entscheidungen, wenn die Wahrung der berechtigten Interessen des Betroffenen durch geeignete Maßnahmen gewährleistet und dem Betroffenen von der verantwortlichen Stelle die Tatsache des Vorliegens einer Entscheidung im Sinne des Abs. 1 mitgeteilt wird. Somit kann auch eine negative Entscheidung alleine auf den Scorewert gestützt werden, wenn der Kunde über die Entscheidungsart informiert und ihm Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben wird.

3. Ergebnis der Prüfung der rechtlichen Zulässigkeit

Scoring-Systeme sind rechtlich zulässig.

Zum einen fordern § 25a KWG und § 91 AktG im Bereich der Kreditwirtschaft Regelungen zur Steuerung, Überwachung und Kontrolle der Risiken. Diese wurden durch die MaRisk der BaFin konkretisiert. Danach sind die Kreditinstitute verpflichtet, ihre Risiken aus dem Kreditgeschäft zu minimieren.

Außerdem wird nach Basel II von den Banken erwartet, dass sie über Verfahren verfügen, die es ihnen ermöglichen, Ausfallstatistiken im Zeitverlauf zuverlässig zu erheben, zu speichern und zu verwenden.

Unterstellt man, dass Scorewerte personenbezogene Daten i. S. d. § 3 Abs. 1 BDSG sind, ergibt sich die rechtliche Zulässigkeit auch aus dem BDSG.

Scoring durch ein Scoring-Unternehmen stellt eine Datenverarbeitung im Auftrag dar, dadurch dass der Auftraggeber die zu verwendende Scoreformel angibt. Dies ist beispielsweise beim SCHUFA-Scoring-Verfahren der Fall.

Scoring-Verfahren sind aber auch nach § 29 BDSG rechtlich zulässig.

So stellt die Berechnung des Scorewertes ein Verändern gem. § 3 Abs. 4 S. 2 Nr. 2 BDSG dar, da ein neuer Informationswert entsteht.

Außerdem besteht kein schützwürdiges Ausschlussinteresse des Betroffenen an der Übermittlung. So sind Scoring-Verfahren nicht diskriminierend. Vielmehr helfen sie, diskriminierende Entscheidungen durch den Kreditsachbearbeiter zu verhindern, indem sie die Bonitätsprüfung objektivieren. Außerdem haben Organe der Kreditinstitute ihre Geschäftsprozesse so zu organisieren, dass u.a. eine umfassende Kreditwürdigkeitsprüfung erfolgt, da sie sonst den Straftatbestand der Untreue gem. § 266 StGB erfüllen.

Außerdem ist die Verwendung von Scorewerten gem. § 6a Abs. 1 BDSG zulässig, wenn der Kreditsachbearbeiter eine eigene Kreditwürdigkeitsprüfung durchführt.

In aller Regel sind aber automatisierte Einzelentscheidungen bereits von § 6a Abs. 2 BDSG gedeckt, da dem Begehren des Betroffenen entsprochen wird oder er Gelegenheit zur Stellungnahme erhält.

D. Rechte des Betroffenen

I. Auskunftsrechte

Gem. § 34 BDSG steht dem Betroffenen ein allgemeines Auskunftsrecht über die zu seiner Person gespeicherten Daten zu.

Hinsichtlich des SCHUFA-Scores wird vertreten, dass ein derartiger Auskunftsanspruch nicht bestehe, da die SCHUFA den übermittelten Scorewert nicht in ihrem Datenbestand sondern nur in so genannten log files zu Zwecken der Datenschutzkontrolle speichere. Eine Auskunftspflicht besteht gem. § 34 Abs. 4 i.V.m. § 33 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 BDSG nicht, wenn die Datenspeicherung nur der Datensicherung dient. Somit scheidet ein Auskunftsanspruch für den übermittelten Scorewert aus. Das wurde auch von den obersten Datenschutzaufsichtsbehörden anerkannt.

Den übermittelten Scorewert kann der Betroffene jedoch gem. § 34 Abs. 1 Nr. 1 BDSG beim Kreditgeber erfahren.

Der SCHUFA-Score ist wie beschrieben bis Ende 2006 nicht in der Selbstauskunft enthalten. Der Betroffene kann sich seinen tagesaktuellen Scorewert jedoch errechnen lassen.

Über das allgemeine Auskunftsrecht nach § 34 BDSG hinaus erstreckt sich das Recht des Betroffenen im Anwendungsbereich des § 6 a BDSG gemäß § 6a Abs. 3 BDSG auf Auskunft auf den logischen Aufbau der automatisierten Verarbeitung der ihn betreffenden Daten und die dabei maßgeblichen Entscheidungskriterien.

Der Auskunftsanspruch des Betroffenen besteht gegenüber der für die Entscheidung verantwortlichen Stelle. Fraglich ist allerdings, welchen Umfang dieses Auskunftsrecht hat.

Das BDSG gestatte es nicht, dem Betroffenen Informationen über die der Bewertung seiner Kreditwürdigkeit zugrunde liegenden Daten und Verfahren zu verschweigen. Daher müsste ihm bei Ablehnung eines Kreditantrages zumindest Auskunft über Art und Zahl der verwendeten Informationen und ihre Wichtigkeit gegeben werden. Nur so könne der Betroffene die Richtigkeit der Entscheidung überprüfen und substantiiert bestreiten.

Auf Verwenderseite darf aber weder das Geschäftsgeheimnis noch das Recht am geistigen Eigentum berührt werden.¹⁰ Das bedeutet, dass die bei der Scorewert-Berechnung herangezogenen Entscheidungskriterien, z.B. Art und Zahl der verwendeten Informationen und ihre angenommene Wertigkeit, von der SCHUFA nicht offengelegt werden müssen.

Der geltende § 6a Abs. 3 BDSG erstreckt das Auskunftsrecht des Betroffenen nur auf den logischen Aufbau der automatisierten Verarbeitung der ihn betreffenden Daten. Der Auskunftsanspruch beschränkt sich also auf eine allgemeine Funktionsbeschreibung des SCHUFA-Scoring-Verfahrens.¹¹

Die SCHUFA kommt dem Auskunftsanspruch durch die Verbraucherinformation zum SCHUFA-Scoring-Verfahren nach. Die berechtigten Interessen des Betroffenen werden zudem insoweit gewahrt, als die SCHUFA auf die Ermittlung des Scorewertes verzichtet, wenn der Betroffene dem widerspricht. Auf dieses Recht wird er hingewiesen.

¹⁰ Erwägungsgrund Nr. 41 zur RL 95/46/EG.

¹¹ Beckhuse, BKR 2005, S. 335 (343 f.).

II. Berichtigung nach § 35 Abs. 1 BDSG

Personenbezogene Daten sind gem. § 35 Abs. 1 BDSG zu berichtigen, wenn sie unrichtig sind.

Daten sind gem. § 35 BDSG unrichtig, wenn sie aus dem Kontext gelöst werden und der Kontextverlust so gravierend ist, dass Fehlinterpretationen naheliegen. Dies gilt auch für Werturteile wie z.B. Scorewerte, wenn diese auf falschen Tatsachen oder unangemessenen Würdigungen der Tatsachen beruhen. Ein solcher Beweis gegen einen nach dem Stand der Wissenschaft errechneten Scorewert lässt sich kaum führen. Dies wird nur gelingen, wenn das Scoring-Verfahren nicht wissenschaftlichen Standards entspricht.

III. Sperrung nach § 35 Abs. 4 BDSG

Nach § 35 Abs. 4 BDSG sind personenbezogene Daten zu sperren, wenn der Betroffene ihre Richtigkeit bestreitet und sich weder die Richtigkeit noch die Unrichtigkeit feststellen lässt.

Regelmäßig hat der Betroffene die Unrichtigkeit der Daten zu beweisen; ihm obliegt die Beweislast, wobei er nicht verpflichtet ist, die richtigen Daten offenzulegen.

Außerdem gibt es Daten, deren Richtigkeit nicht bewiesen werden kann.

§ 35 Abs. 4 BDSG gibt dem Betroffenen die Möglichkeit, Daten sperren zu lassen, indem er lediglich deren Richtigkeit bestreitet, ohne den Beweis antreten zu müssen. Die verantwortliche Stelle muss in diesem Fall dann den Gegenbeweis erbringen. Gelingt ihr dies nicht (sog. non-liquet), sind die Daten zu sperren. In der Regel wird dieser Gegenbeweis bei Scoring-Verfahren gelingen, die wissenschaftlichen Standards entsprechen.

Im Falle des SCHUFA-Scoring-Verfahrens sperrt die SCHUFA auf Wunsch des Betroffenen generell die Übermittlung des Scorewertes.

E. Fazit

1. Scoring im Sinne des derzeitigen SCHUFA-Scoring-Verfahrens ist datenschutzrechtlich unbedenklich. Insbesondere kommt § 6a BDSG und das dortige Verbot der automatisierten Einzelentscheidung nicht zum Tragen.
2. Die Berechnung und Weitergabe von Scorewerten kann als Verarbeitung von Daten im Auftrag im Sinne von § 662 BGB i. V. m. § 11 BDSG durch das jeweils anfordernde Institut gewertet werden.
3. Die SCHUFA gewährleistet schon jetzt eine über das BDSG hinausgehende Transparenz. Es besteht keine Notwendigkeit und kein Anknüpfungspunkt, um die SCHUFA darüber hinaus datenschutzrechtlich zu einer erhöhten Transparenz zu verpflichten. Insbesondere die Offenlegung der internen Scoreformeln, die als Betriebsgeheimnisse der SCHUFA geschützt sind, ist datenschutzrechtlich nicht geboten.
4. Die Interessenabwägung hat gezeigt, dass im Rahmen der Kreditprüfung ein Interessengegensatz zwischen der kreditgebenden Wirtschaft und den Betroffenen in aller Regel nicht gegeben ist. Vielmehr haben auch die Betroffenen ein Interesse an Methoden der schnellen, kostengünstigen und unbürokratischen, aber gleichwohl verantwortungsvollen Kreditvergabe. Die SCHUFA trägt dazu bei, im Sinne aller an einer Kreditvergabe Beteiligten diese Ziele zu realisieren.

Herausgeber:
SCHUFA Holding AG

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

Projektleitung:
Dr. Manfred Wiemeler

Konzeption und Redaktion:
Peter H. Goebel / Dr. Annette Frenzel

Layout:
Atelier Romann

