

## Schufa lüftet Score-Geheimnis – So verbessern Sie Ihre Bonität

Fast jeder Deutsche ist abhängig von der Schufa – jetzt erfindet sie sich neu. Nach Jahren der Geheimniskrämerei erklärt die Auskunft, welche Faktoren in den Score einfließen, und sie vereinfacht den kostenlosen Datenzugang.



Quelle: dpa-infocom GmbH

Es gibt kaum einen Kredit oder Handyvertrag, für den nicht vorher in Wiesbaden nachgefragt wird. Hier hat die Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung, kurz Schufa, ihren Sitz – jene mächtige Firma, die den Alltag von fast jedem Deutschen beeinflusst. Doch wie die Schufa zu ihren Urteilen kommt, bleibt im Dunkeln. Die Formeln zur Berechnung des „Schufa-Scores“ sind geheim. Und so verbinden die meisten Verbraucher die Auskunft wohl mit dem Bild eines dubiosen Datenkraken.

Von diesem schlechten Image will sich die Schufa lösen. Jetzt hat die Auskunft erste Schritte ihrer angekündigten Transparenzoffensive umgesetzt: Der Auftritt im Netz wurde rundum erneuert, neue Tools sollen Verbrauchern das Zustandekommen ihres Scores besser erklären. Daneben gibt es einen Video-Chatbot, der sämtliche Fragen beantworten will.

Und auch die Möglichkeit, seine Daten kostenlos einzusehen, hebt die Schufa neuerdings prominent hervor. „Mit der neuen Webpräsenz wollen wir die Erklärbarkeit und Transparenz für das, was wir tun, verbessern“, heißt es dazu vom Unternehmen.

Es ist eine Kehrtwende, hatte die Schufa in den vergangenen Jahren doch gerade um den Score ein gut gehütetes Geheimnis gemacht. Die Auskunft ist keine öffentliche Stelle, wie viele meinen. Sie ist eine Aktiengesellschaft mit verschiedenen Anteilseignern, darunter Sparkassen und Genossenschaftsbanken, Kredit- und Privatinststitute sowie Händler.

Mehr als eine Milliarde Informationen hat die Schufa nach eigenen Angaben gespeichert, zu rund 68 Millionen Deutschen. Daraus berechnet das Unternehmen den berüchtigten Score, der Vertragspartnern wie Banken und Händlern einen Aufschluss über die Bonität geben soll. Wie wahrscheinlich ist es, dass ein Kunde seinen Kredit abbezahlt? Drohen Ausfälle beim Ratenkauf?

Neuerdings listet die Auskunft detailliert auf, welche Faktoren die Bonitätspunktzahl beeinflussen. Dazu zählen etwa die Zahl der Girokonten und Kreditkarten, Konten bei Versandhändlern und Leasingverträge, nicht jedoch Handyverträge. Und auch Tipps dazu, wie Verbraucher ihren Score verbessern können, finden sich nun auf der Seite – wengleich noch wenig konkret.

So rät die Schufa etwa zu überprüfen, welche Girokonten und Kreditkarten überflüssig sind. Deren Kündigung kann den Score langfristig erhöhen. Genauso wie übersehene Rechnungen und Ratenzahlungen schnellstmöglich zu begleichen.

In der Vergangenheit hatte die Auskunft stets argumentiert, dass Details zur Score-Berechnung deren Geschäftsgeheimnisse offenlegen würden. Daneben wollte man verhindern, dass Nutzer ihr finanzielles Verhalten speziell für einen guten Score anpassen. Verbraucherschützer haben die Argumente aber nie überzeugt. „Ist das Verhalten ursächlich für die Kreditwürdigkeit, dann ist eine Verhaltensänderung ja keine Manipulation, sondern erwünscht“, sagt etwa Gert Wagner vom Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Und so ist heute von Geschäftsgeheimnissen und Score-Manipulation zumindest offiziell keine Rede mehr. Im Gegenteil: Selbst an die kostenlose Datenkopie kommen Nutzer jetzt deutlich leichter. Die Option findet sich direkt auf der Startseite. Laut der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) haben Verbraucher ein Recht darauf, die gespeicherten Daten über sie kostenlos einzusehen – also jene Daten, mit denen die Schufa eigentlich ihr Geld verdient.

Wohl deshalb lockte die Auskunft bislang lieber in ihre kostenpflichtigen Angebote, darunter die klassische Schufa-Auskunft oder ein Online-Abonnement mit Live-Scores. Dass Nutzer einen kostenfreien Datenabzug bestellen können, hatte die Auskunft hingegen hinter zahlreichen Klicks verborgen. „Die Kritik, die kostenlose Datenkopie ‚zu verstecken‘, haben wir aufgenommen“, erklärt das Unternehmen.

Nicht zuletzt zeigt sich die Kehrtwende der Schufa auch an einem neuen Umgangston. So hat sich die Auskunft vorgenommen, in einfacher Sprache zu kommunizieren. „Wir wollen weg von der unnahbaren Instanz – hin zu einem Dialog auf Augenhöhe“, verspricht Schufa-Vorstandschefin Tanja Birkholz. Den Anfang soll ein Video-Chatbot machen.

Nutzer können eine beliebige Frage stellen und bekommen ein Video ausgespielt, in dem Mitarbeiter die passenden Antworten liefern sollen. „Der Videobot befindet sich allerdings noch in der Lernphase“, erklärt das Unternehmen. Mit zunehmender Nutzung sollen die Antworten noch treffsicherer werden.

Ganz freiwillig dürften die Bemühungen allerdings nicht sein. Die Transparenzoffensive war wohl nötig geworden, nachdem sich die Auskunft zuletzt einem immensen Druck ausgesetzt sah. So gab es harsche Kritik von Daten- und Verbraucherschützern am umstrittenen Projekt „CheckNow“. Mit diesem wollte die Schufa in bestimmten Fällen die Verbraucher auch anhand ihrer Kontoauszüge bewerten. Kritiker haben die Pläne aber vielmehr ermuntert, das grundsätzliche Geschäftsmodell zu hinterfragen.

Daneben hat ein Bieterwettstreit um die Schufa den Reformwillen angeheizt. Andererseits verfolgt der schwedische Investmentfonds EQT das Ziel, bis zu 100 Prozent der Anteile am Unternehmen zu kaufen. Ursprünglich hatten die Schweden mit der französischen Großbank Société Générale vereinbart, deren Anteil von knapp zehn Prozent zu übernehmen.

Die genossenschaftliche Teambank will den Einstieg jedoch verhindern und ihre bestehende Minderheitsbeteiligung aufstocken. Sie gehört zur DZ-Bank-Gruppe, bei der die Anteile der Volks- und Raiffeisenbanken an der Schufa gebündelt sind. Sie haben als Bestandsaktionäre ein Vorkaufsrecht für die Anteile. Das Bundeskartellamt hat beide Vorhaben bereits freigegeben.

Die Konsequenz: Die neuen Kaufinteressenten und der Schufa-Vorstand überbieten sich geradezu mit Versprechungen. Vor allem EQT gibt sich als Reformier. Mit Strategiepapieren, an denen auch Verbraucherorganisationen mitgewirkt haben sollen, macht der Investor großzügige Ankündigungen: Verbraucher sollen etwa kostenlos Daten und Löschrufen in einer Handy-App einsehen können.

Und nicht zuletzt griffen auch Gesetzgeber und Behörden immer wieder ins Geschäftsmodell der Wirtschaftsauskunfteien ein. So stellte im September vergangenen Jahres die Datenschutzkonferenz, ein Zusammenschluss der Behörden aus Bund und Ländern, noch einmal klar: Handyvertragsdaten dürfen ohne Einwilligung nicht gespeichert werden. Berichten zufolge hatten zahlreiche Auskunfteien die Daten jahrelang gesammelt.

„Leider ist es so, dass viele positive Änderungen nur durch den Druck der Datenschutzkonferenz oder einzelner Datenschutzbeauftragter veranlasst wurden“, sagt auch Mathias Hufländer, Rechtsexperte bei der Verbraucherzentrale Bremen. Die jüngsten Bemühungen nennt er dennoch einen Schritt in die richtige Richtung, insbesondere bei der kostenlosen Datenkopie. „Wir hatten diesbezüglich häufiger Anfragen von Verbrauchern, die nur das kostenpflichtige Angebot gefunden haben“, sagt Hufländer. „Dies dürfte sich damit erledigen.“

Die Erklärungen zum Scoring gehen dem Experten aber noch nicht weit genug. „Die Verbraucher müssen erfahren, welche Faktoren ihr Scoring konkret und in welcher Form beeinflussen.“ Es brauche zudem klare gesetzliche Regelungen, welche Informationen beim Scoring berücksichtigt werden dürfen, fordert Hufländer. Man dürfe sich nicht allein auf die freiwilligen Bemühungen der Auskunfteien verlassen.

Von der Schufa heißt es wiederum: „Weitere Schritte zu mehr Transparenz sind in Planung.“ So lässt etwa das Herzstück der Transparenzoffensive noch auf sich warten. In den kommenden Monaten will die Schufa einen Score-Simulator bereitstellen. Nach bisherigen Planungen soll dieser zunächst verschiedene Merkmale abfragen. Etwa: Wann wurde das erste Bankkonto eröffnet? Oder: Wie viele Kreditkarten besitzt der Nutzer?

Anschließend berechnet der Simulator den ungefähren Schufa-Score des Nutzers und zeigt ihm zusätzlich, wo er im Vergleich zu den anderen Bundesbürgern steht. Der Simulator soll Verbrauchern zudem erklären, wie sich der Score im Laufe der Zeit verändern wird. Konkret bedeutet das: Nach wie vielen Monaten ist der Score wieder auf dem Ursprungsniveau, wenn ein Verbraucher etwa ein zusätzliches Girokonto eröffnet.