

Verbraucher in Schubladen gesteckt

Durchgefallen: Scoring-Verfahren im  
Praxistest

Zusammenfassung der Studienergebnisse

## Hintergrund der Studie

- ❖ Scoring-Verfahren werden in immer mehr Bereichen verwendet: Banken, Telekommunikation, Vermietung, Versandhandel.
- ❖ Mit Scoring und dem Verkauf von Daten wird gutes Geld verdient:
  - ❖ Allein die vier größten Auskunfteien verkaufen jährlich mehr als 140 Mio. Datensätze;
  - ❖ Firmen wie Schober, EOS, Bürgel oder Creditreform erwirtschaften dreistellige Jahresumsätze.
- ❖ Verbraucher sind uninformiert:
  - ❖ 85% der Verbraucher wissen noch nicht einmal, was Scoring bedeutet;
  - ❖ lediglich 0,8% der Verbraucher wissen, dass Scoring-Verfahren Auswirkungen auf die Kreditkonditionen haben.

## Risiken in der Verwendung von Scoring-Verfahren

- ❖ **Willkür:** Solange Verbraucher nicht über den Einsatz von Scoring-Verfahren, die verwendeten Daten und die Gewichtung der Daten informiert werden, fehlt jede Kontrollmöglichkeit.
- ❖ **Diskriminierung:** Aufgrund des falschen Wohnorts werden Verbraucher in Sippenhaft genommen.
- ❖ **Scheinobjektivität:** Scoring-Verfahren suggerieren eine Objektivität, die sie nicht erfüllen können. Scoring-Verfahren dienen, wenn überhaupt, nur als Schnelltest, dem Einzelfall werden sie nicht gerecht.
- ❖ **Verschleierung von Preistransparenz:** Werden Scoring-Verfahren für die Bestimmung von Preisen verwendet, wird es Verbrauchern erschwert, Preise zu vergleichen.

## Grundlegende Anforderungen ans Scoring

- ❖ Beschränkung des Einsatzbereichs von Scoring-Verfahren auf Ausfallrisiken und Einführung branchenspezifischer Regelungen
- ❖ Verwendung nachweislich wissenschaftlicher Verfahren, die eine empirisch geprüfte Prognosefähigkeit aufweisen
- ❖ Transparenter Einsatz von Scoring-Verfahren
- ❖ Beschränkung auf bonitätsrelevante Daten
- ❖ Werbung mit Bestpreisen ist nur zulässig, wenn wenigstens zwei Drittel der Verbraucher diesen Bestpreis auch tatsächlich erhalten

## Scoring im Praxistest: Die Studie

- ❖ Studie durchgeführt durch: GP Forschungsgruppe
- ❖ Durchführung der Stichproben: vom 26. Sept bis 21. Nov 2007
- ❖ Anzahl der Stichproben: 82
- ❖ Anzahl der Testpersonen: 21 (mit unterschiedlichem Alter, Familienstand, Ort, Beruf und Einkommen)
- ❖ Anzahl der Kreditinstitute: 10 (cc-Bank, Citibank, CreditPlus Bank, GE Moneybank, Norisbank, Teambank/Easy Credit Shop, SEB Bank, Hypo Vereinsbank, Commerzbank, Sparkasse)

## Zielsetzung der Studie

Empirische Untersuchung über die Aussagekraft und Anwendung von Scoring-Verfahren in der Kreditwirtschaft.

Fragen:

- ❖ Werden Scoring-Verfahren transparent eingesetzt?
- ❖ Werden Gesetze beachtet?
- ❖ Beschränken sich die verwendeten Daten auf bonitätsrelevante Daten?
- ❖ Sind Scoring-Verfahren ein adäquates Mittel, um die Bonität von Verbrauchern realistisch einzuschätzen?

## Ergebnisse: Transparenter Einsatz von Scoring-Verfahren (1/3) Aufklärung über den Einsatz von Scoring

Fazit:

In knapp 50% der Fälle wurden Verbraucher selbst auf Nachfrage hin **nicht** über den **Einsatz von Scoringverfahren informiert**.

- ❖ Von 46% der Kreditsachbearbeiter sind die Testpersonen **nicht** über den Einsatz eines Scoringverfahrens informiert oder aufgeklärt worden;
- ❖ in 23% der Fälle erfolgte eine Aufklärung erst **auf Nachfrage**;
- ❖ in lediglich 30% der Fälle haben die Kreditsachbearbeiter **spontan** Aufklärung betrieben.

## Ergebnisse: Transparenter Einsatz von Scoring-Verfahren (2/3) Möglichkeit der Überprüfung der verwendeten Daten

Fazit:

Verbraucher erhalten in der Regel **kein Angebot**, die verwendeten Daten zu kontrollieren. Diejenigen, die die Daten kontrollieren konnten, wissen jedoch nicht, ob ihnen auch alle verwendeten Daten gezeigt wurden.

- 62% der Testkunden haben **kein Angebot** zur Kontrolle der Vollständigkeit oder der Richtigkeit der im System gespeicherten Daten erhalten;
- 28% haben ein solches Angebot zur Überprüfung **unaufgefordert** erhalten;
- 10% haben ein solches Angebot **auf Nachfrage** erhalten.

## Ergebnisse: Transparenter Einsatz von Scoring-Verfahren (3/3) Mitteilung über Gewichtung und Ergebnis des Scoring-Verfahrens

Fazit:

In mehr als 90% der Fälle wurde den Verbrauchern der Scorewert und die Gewichtung der Daten **nicht** mitgeteilt.

- ❖ In 91% der Gespräche wurde den Testpersonen der Scorewert nach der Datenabfrage nicht mitgeteilt.
  - ❖ Nur in einem Fall wurde der Testperson der Scorewert **spontan** mitgeteilt;
  - ❖ nur in sechs Fällen wurde der Testperson der Scorewert **auf Nachfrage** mitgeteilt.
- ❖ Selbst in den sieben Fällen, in denen den Testpersonen Scorewerte mitgeteilt wurden, ist fraglich, ob die Angaben für die Testpersonen eine nachvollziehbare Bedeutung haben.

## Ergebnisse: Einhaltung von Gesetzen (1/2) Einwilligung in die Schufa-Abfrage

### Fazit:

Die Einwilligung zur Schufa-Abfrage ist zwar überwiegend eingeholt worden (66%), aber in 30% der Fälle, in denen dies notwendig gewesen wäre, ist dies nicht geschehen.

## Ergebnisse: Einhaltung von Gesetzen (2/2)

### Verbot einer automatisierten Einzelentscheidung (§ 6a BDSG)

Fazit:

In der überwiegenden Zahl der Fälle erfolgte die Entscheidung für ein bestimmtes Kreditangebot als **automatisierte Entscheidung**. Dies stellt einen Verstoß gegen Datenschutzgesetze dar, da die Entscheidung die Verbraucher benachteiligt.

- ❖ In 77% der Gespräche erfolgte die Entscheidung für ein bestimmtes Kreditangebot als automatisierte Entscheidung;
- ❖ lediglich in 19% der Fälle haben die Berater von sich aus in unterschiedlicher Weise die vom System angebotenen Konditionen geändert.

## Ergebnisse: Verwendete Daten (1/2)

### Beschränkung der Daten auf kreditrelevante Daten

Fazit:

Der Datenhunger der Kreditinstitute ist erheblich. Es wurde häufig von Kreditsachbearbeitern nicht begründet, warum bestimmte Informationen zur Bonitätseinschätzung benötigt werden.

Beispiele für fragliche Datenpunkte:

Staatsangehörigkeit (100%), Wohndauer (88%), Arbeitgeber (80%), berufliche Stellung (62%), Umzugshäufigkeit (24%).

## Ergebnisse: Verwendete Daten (2/2)

### Führt Konditionenanfrage zur Scorewertverschlechterung?

Fazit:

Durch das Einholen von verschiedenen Angeboten ist bei einer Testperson eine Scorewertverschlechterung eingetreten. Bei zwei Testpersonen verbesserte sich der Scorewert.

Bei 21 Testpersonen ist es zu drei nicht bzw. schwer nachzuvollziehenden Änderungen des Basisscorewerts gekommen ist.

Viele Banken starten noch immer Kredit- anstelle von Konditionenanfragen.

## Ergebnisse: Plausibilität der Scorewerte (1/2) Reaktanz der Scoring-Verfahren

Fazit:

Die Höhe des jeweiligen Basisscores ist bei **keiner** Testperson nachvollziehbar.

Es gibt keine erkennbaren Korrelationen zwischen Basisscore und Beruf, Familienstand, Alter, Krediten und Geldkarten.

Die Schufa Basis- und Branchenscores korrelieren nicht miteinander.

## Ergebnisse: Plausibilität der Scorewerte (2/2) Zinsangebote in Abhängigkeit vom Score

Fazit:

Das Zinsangebot ist bei **keiner** Testperson **logisch nachvollziehbar** und die Variabilität der Angebote ist groß.

- ❖ Die unterschiedlichen Scoring-Systeme der Banken kommen zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen;
- ❖ die Variabilität der angebotenen Zinssätze für ein und dieselbe Person reicht im Extremfall von 7,99% bis 13,49%.

## Zusammenfassung der Studienergebnisse

- ❖ Scoring-Verfahren werden zumeist intransparent eingesetzt;
- ❖ gegen das Verbot der automatisierten Einzelentscheidung wird häufig verstoßen;
- ❖ die Datensammelwut ist enorm und oft ist es nicht ersichtlich, warum die Daten erhoben werden;
- ❖ Ergebnisse der Scoring-Verfahren sind nicht nachvollziehbar und verschleiern Konditionen.

## Kreditrelevante Merkmale aus Studiensicht

- ❖ Identität und Adresse
- ❖ Monatseinkommen
- ❖ Warmmiete
- ❖ Familienstand
- ❖ Anzahl vorhandener Kredite und Höhe der Kreditbelastungen
- ❖ Anzahl unterhaltsberechtigter Kinder
- ❖ Zahlungsverpflichtungen
- ❖ Höhe der Lebenshaltungskosten

## Hauptforderungen des Verbraucherzentrale Bundesverbands

- Der Einsatz von Scoring-Verfahren muss auf Ausfallrisiken begrenzt und branchenspezifisch geregelt werden;
- Scoring-Verfahren müssen von einer neutralen Stelle offiziell zugelassen und regelmäßig auf ihre Plausibilität hin geprüft werden;
- Anbieter müssen Verbraucher obligatorisch über den Einsatz von Scoring-Verfahren, die verwendeten Daten und deren Gewichtung informieren (der Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen muss hinter dem Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung zurücktreten);
- bei der Beurteilung des Ausfallrisikos dürfen nur bonitätsrelevante personenbezogene Daten berücksichtigt werden;
- Werbung mit Bestpreisen (beispielsweise „ab X Prozent“) ist nur zulässig, wenn wenigstens zwei Drittel der Verbraucher diesen Bestpreis auch tatsächlich erhalten;
- Scoring-Unternehmen müssen Verbrauchern einmal pro Jahr die über sie gespeicherten Daten kostenlos zur Verfügung stellen.

## **Ansprechpersonen beim vzbv**

- Dr. Christian Thorun
- Frank-Christian Pauli
- Christian Fronczak