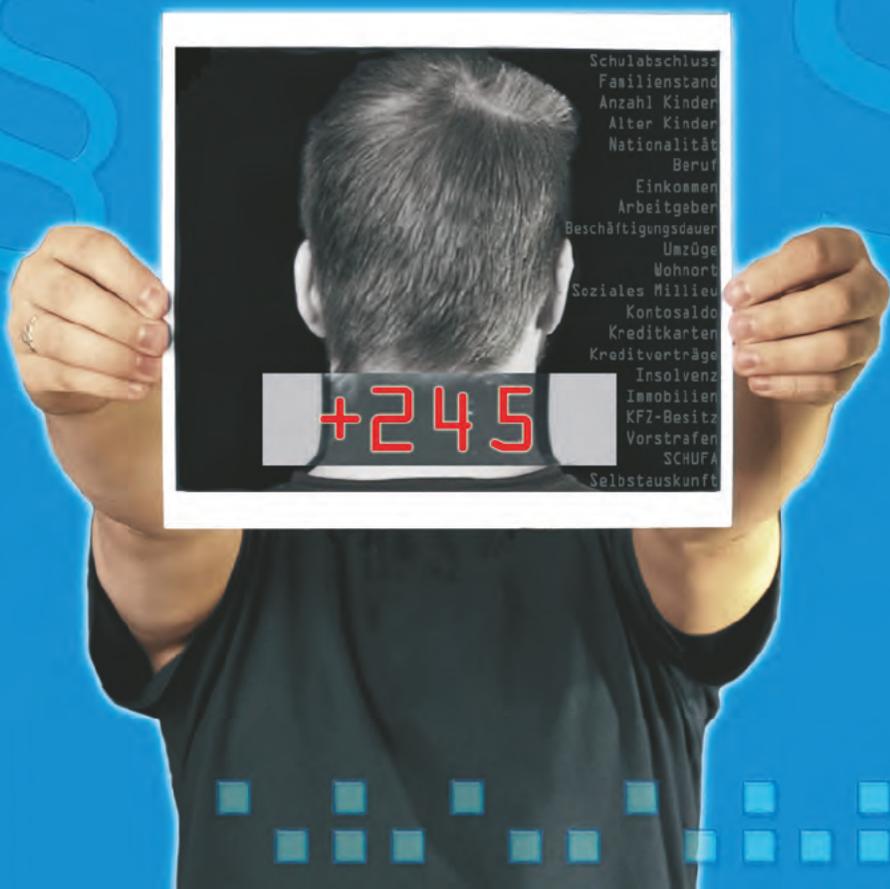


Verbraucher-Scoring

Wie bewertet mich die Wirtschaft?



Inhaltsverzeichnis

Was ist unter Scoring zu verstehen?.....	2
Wie muss man sich ein Scoring vorstellen?	2
Wofür wird der Scorewert genutzt?	4
In welchen Bereichen werden Scoringverfahren eingesetzt?	5
Scoring durch eine Auskunft?	6
Welche meiner Merkmale werden beim Scoring bewertet?	6
Was hat Scoring mit Datenschutz zu tun?	7
Ist Scoring datenschutzrechtlich zulässig?	8
Was kann ich tun?	9
Unsere Hilfe	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Kontakt.....	12
Broschüren zu den Themen.....	12

Impressum:
Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD)
Holstenstr. 98, 24103 Kiel
www.datenschutzzentrum.de
Stand: Mai 2010

Worum geht es?

Der persönliche Kontakt zwischen Verbrauchern und Unternehmen schwindet durch Internet und Massengeschäfte mehr und mehr. An dem Interesse der Unternehmen, ihre Kunden und deren Zahlungsmoral einschätzen zu können, hat sich allerdings nichts geändert. Die Unternehmen versuchen daher auf anderem als dem persönlichen Weg, den Kunden zu bewerten. Gerade dort, wo die Unternehmen in Vorleistung treten müssen (z. B. bei der Kreditvergabe), kommen daher automatisierte und standardisierte Verfahren wie das Scoring zum Einsatz, um Zahlungsausfälle und Verluste gering zu halten.

Was ist unter Scoring zu verstehen?

Mit dem Einsatz eines Scoringverfahrens soll mein zukünftiges Verhalten vorhergesagt werden. Dabei kann es um die Voraussage jedes denkbaren menschlichen Verhaltens gehen (z. B. Prognose von Arbeitsleistungen, Prognose des Rückfalles in die Kriminalität, Prognose des Gesundheitszustandes). Im Falle des Verbraucher-Scorings soll zumeist festgestellt werden, ob es eher wahrscheinlich ist, dass die Verbraucherin bzw. der Verbraucher ihre/seinen Zahlungspflichten nachkommen wird oder nicht. Beim Kreditscoring geht es z. B. konkret darum, mit welcher Wahrscheinlichkeit ich als Kreditnehmer den Kredit zurückzahlen werde.

Wie muss man sich ein Scoring vorstellen?

Für ein Scoring werden bestimmte Merkmale (z. B. Beruf: Angestellter/Arbeiter etc. oder z. B. Familienstand: ledig/verheiratet/geschieden) einer Vielzahl von Personen statistisch ausgewertet, um festzustellen, ob zwischen den Merkmalen und bestimmten Verhaltensweisen der Personen statistische Zusammenhänge bestehen. So könnte z. B. festgestellt werden, dass Kaffeetrinker lieber mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren als mit dem Bus. Oder aber es

wird z. B. statistisch festgestellt, dass Personen, die einer bestimmten Berufsgruppe angehören, eher dazu neigen, ihren Kredit zurückzuzahlen als Personen aus anderen Berufsgruppen.

Beim Kreditscoring werden die jeweiligen Merkmale zumeist nach einem Punktesystem bewertet. Diese Bewertung erfolgt je nach statistisch festgestellter Bedeutung des Merkmals für das Zahlungsverhalten. Vereinfacht dargestellt heißt das, dass die einzelnen Ausprägungen der Merkmale (z. B. ledig, verheiratet, geschieden beim Merkmal Familienstand) mit Punkten danach bewertet werden, ob sie sich statistisch gesehen eher positiv oder eher negativ auf das Zahlungsverhalten ausgewirkt haben. Für den einzelnen Verbraucher werden die von ihm aufgrund seiner individuellen Ausprägungen erzielten Punkte addiert. Das Ergebnis bezeichnet man als Scorewert. Dieser Wert soll ausdrücken, mit welcher Wahrscheinlichkeit der gescorte Verbraucher zu der einen oder anderen Verhaltensweise neigt, z. B. mit welcher Wahrscheinlichkeit er seinen Kredit ordnungsgemäß zurückzahlen wird.

Vereinfacht dargestellt ergibt sich also folgendes Verfahren:

Merkmal	Ausprägung	Bewertung	Punkte
Beruf	Angestellter	5 Punkte	...
	Arbeiter	3 Punkte	
	Arbeitslos	-5 Punkte	
Familienstand	Ledig	-2 Punkte	...
	Verheiratet	10 Punkte	
	Geschieden	- 10 Punkte	
...
Ergebnis			Scorewert: 200

Scorewert:	Wahrscheinlichkeit der Rückzahlung:
50-100 Punkte	30 %
100-200 Punkte	50 %
...	...

(Bewertung ist fiktiv)

Wofür wird der Scorewert genutzt?

Der Scorewert kann den Umgang des Unternehmens mit dem gescorten Verbraucher in vielfältiger Weise beeinflussen. Je nachdem welches zukünftige Verhalten gescort wurde, kann sich der Scorewert z. B. auf die Entscheidung des Unternehmens über einen Vertragsschluss, über die Konditionen eines Vertrages, über die Behandlung eines Verbrauchers als Kunden, über die Gewährung von Vorteilen etc. auswirken.

Beispiel Kreditscoring:

Beim Kreditscoring soll vorhergesagt werden, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein Kreditnehmer seinen Kredit zurückzahlen wird. Der Scorewert kann z. B. die Entscheidung der Bank beeinflussen,

ob überhaupt ein Kredit gewährt wird bzw. zu welchen Konditionen dieser Kredit gewährt wird (z. B. Zinshöhe, Laufzeit etc.).

In welchen Bereichen werden Scoringverfahren eingesetzt?

Scoringverfahren werden vielfältig eingesetzt. Als wichtigstes Beispiel wurde bereits das Kreditscoring genannt. Weitere Beispiele sind:

Werbescoring:

Beim Werbescoring sollen das zukünftige Kaufverhalten oder auch die Kaufkraft bzw. die Ansprechfähigkeit vorhergesagt werden. Der jeweilige Scorewert kann sich dann auf die Entscheidung auswirken, ob überhaupt beworben werden soll, mit welchen Produkten beworben werden soll, auf welchem Wege die Werbung zugehen soll etc.

Call-Center Scoring:

Bei Call-Centern im Service- und Werbebereich wird z. B. prognostiziert, bei welchem Kunden sich der Service am meisten lohnt. Das Scoring wird dann z. B. eingesetzt, um die Reihenfolge festzulegen, in welcher die Anrufe angenommen werden. Wird ein Anrufer als „Querulant“ gescort, muss er möglicherweise besonders lange warten oder kommt gar nie aus der Warteschleife heraus.

Versandhandel Scoring:

Auch in diesem Bereich geht es um die Vorhersage der Zahlungsfähigkeit bzw. Zahlungswilligkeit der Kunden, die sich dann darauf auswirken kann, welche Zahlungsmöglichkeiten eingeräumt werden. Wird für einen Kunden z. B. eine schlechte Zahlungsprognose ermittelt, so darf er möglicherweise nicht per Rechnung oder Kreditkarte bezahlen, sondern muss die Ware per Nachnahme abnehmen.

Inkasso Scoring:

Zum Teil werden Scoring Verfahren auch bei der Beitreibung offener Forderungen im Massengeschäft eingesetzt. Dabei geht es den Inkassounternehmen insbesondere darum, herauszufinden, ob sich das Inkassoverfahren bzw. ein gerichtliches Mahnverfahren angesichts der Gerichtskosten lohnt.

Scoring durch eine Auskunft?

Auch von Auskunfteien, wie etwa der SCHUFA, InfoScore, Bürgel werden Scoringverfahren durchgeführt. Diese Unternehmen nutzen zumeist den bei ihnen vorhandenen Datenbestand und werten diesen z. B. im Hinblick auf die Wahrscheinlichkeit aus, dass ein Kredit zurückgezahlt wird oder nicht. Die Banken fragen dann im Rahmen von Kreditanträgen z.B. den von der SCHUFA ermittelten Scorewert zu dem potentiellen Kreditnehmer ab. Dabei wird ein externer Scorewert häufig neben anderen Merkmalen als weiteres Merkmal im Rahmen eines bankinternen Scorings bei der Entscheidung über die Kreditvergabe herangezogen.

Welche meiner Merkmale werden beim Scoring bewertet?

Welche Merkmale bei einem Scoringverfahren verwendet werden, hängt davon ab, welches Verhalten mit dem Scoring vorhergesagt werden soll. Beim Kreditscoring können z. B. die Höhe des Einkommens, das vorhandene Vermögen, vorhandene Sicherheiten, die Berufsgruppe (Angestellter, Arbeiter, Beamter etc.), die Dauer der Beschäftigung, die Branche des Arbeitgebers etc. eine Rolle spielen.

Nicht selten fließen allerdings auch soziodemographische Merkmale wie z. B. die Adresse, der Familienstand, die Wohndauer, die Zahl der Kinder, der Bildungsstand, der Kfz-Besitz in das Scoring ein. Die Adresse wird z. B. danach ausgewertet, ob die Wohnge-

gend als eher gut oder schlecht eingestuft wird, um dann auf das Zahlungsverhalten zu schließen.

Ebenso kann z. B. das Merkmal Familienstand in seinen Ausprägungen ledig, verheiratet und geschieden dazu führen, dass verheiratete Verbraucher als kreditwürdiger bewertet werden als ledige oder geschiedene Verbraucher. Dies wird zumeist damit begründet, dass verheiratete Personen in einer Gemeinschaft der finanziellen Unterstützung leben und geschiedene Personen mit Unterhaltsverpflichtungen belastet sein können.

Problematisch ist dabei, dass die statistischen Auswertungen soziodemographischer Merkmale zu absoluten Fehlbewertungen führen können. Aufgrund von individuellen Umständen könnte eine reale Bewertung des Verbrauchers von der statistischen Auswertung vollkommen abweichend sogar gegenteilig ausfallen. So kann z. B. eine Person das schlechte Bahnhofsviertel als Wohnort gewählt haben, weil sie/er berufsbedingt häufig reisen muss und deshalb in der Nähe des Bahnhofs wohnen möchte. Dass eine Person die Wohnorte häufig wechselt, kann daran liegen, dass sie/er als Berufssoldat/in gezwungen ist, häufig umzuziehen.

Die Individualität des Einzelnen wird beim Scoring allerdings selten berücksichtigt, da es den Unternehmen ja gerade um eine standardisierte Bewertung auf der Grundlage von Statistiken geht.

Was hat Scoring mit Datenschutz zu tun?

Beim Datenschutz geht es grundsätzlich darum, dass jeder selbst über die Verarbeitung seiner persönlichen Daten entscheiden soll.

Beim Verbraucher-Scoring werden nicht nur persönliche Daten in Form der individuellen Merkmale verarbeitet, sondern es wird

auch eine neue persönliche Information in Form des Scorewertes erzeugt:

Dem Verbraucher wird ein individueller Scorewert als Ausdruck eines bestimmten für seine Person vorhergesagten Verhaltens zugeordnet. Insofern entsteht ein persönliches Datum.

Nicht nur bei der Durchführung des Scoringverfahrens, sondern auch bei der Nutzung des Scorewertes müssen daher die Datenschutzrechte der Verbraucher gewahrt werden.

Ist Scoring datenschutzrechtlich zulässig?

Seit April 2010 ist gesetzlich festgelegt, dass bei der Entscheidung über ein Vertragsverhältnis ein Scorewert berechnet und verwendet werden darf. Dies gilt aber nur, wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden.

- Es dürfen nur solche Merkmale im Rahmen eines Scorings verwendet werden, die für die Berechnung der Wahrscheinlichkeit eines bestimmten Verhaltens **erheblich** sind. Das Gesetz verlangt, dass diese Erheblichkeit anhand eines wissenschaftlich anerkannten mathematisch-statistischen Verfahrens nachgewiesen werden kann. Diese Dokumentationspflicht besteht gegenüber der Aufsichtsbehörde für den Datenschutz. Diese Regelung soll sicher stellen, dass Merkmalen mit nur vermuteten oder potentiellen Einflüssen nicht bei einem Scoring genutzt werden.
- Die Verwendung von Merkmalen in der Scoreberechnung darf nicht gegen **Nutzungs- und Diskriminierungsverbote** verstoßen.

- Es darf **nicht allein die Wohnanschrift** zur Berechnung eines Scorewertes genutzt werden.
- Anschriftendaten dürfen neben anderen Daten zur Scoreberechnung genutzt werden. In diesen Fällen muss allerdings vorab über die Verwendung von Anschriftendaten unterrichtet werden. Diese Unterrichtung ist zu dokumentieren.

Generell gilt, dass der betroffene Verbraucher entweder in der Einwilligungserklärung oder in der Vertragsklausel unterrichtet werden muss über:

- Die **Durchführung** des Scorings und dessen Zweck (Welches Verhalten soll vorhergesagt werden?)
- Die **Identität der Stelle**, die das Scoring durchführt
- Die Nutzung eines **Auskunftei-Scorings**

Was kann ich tun?

Gegenüber Unternehmen, die Scorewerte für eine Vertragsentscheidung mit Ihnen nutzen, haben Sie spezielle Auskunftsansprüche. Sie können verlangen, dass Ihnen

- das Unternehmen die Wahrscheinlichkeitswerte mitteilt, die in den letzten sechs Monaten vor dem Auskunftsverlangen über Sie erhoben oder erstmalig gespeichert worden sind.
- die Datenarten genannt werden, die zur Berechnung des Wahrscheinlichkeitswertes genutzt worden sind. Unter einer Datenart können verschiedene Merkmale zusammengefasst werden. So können z. B. unter der Datenart „Adressdaten“ die Merkmale „Straße“, „Hausnummer“, „Postleitzahl“ und „Ort“ zusammengefasst werden. Auch bei der Zusammenfassung von Merkmalen unter einer Datenart muss diese aber nachvollziehbar bzw. sprechend bleiben, d.h. für die Betroffenen

muss ohne Weiteres erkennbar sein, aus welchen Merkmalen sich die Datenart zusammensetzt. Ziel des Auskunftsanspruches ist es, den Betroffenen die Möglichkeit zu geben, falsche Daten zu korrigieren und den errechneten Wahrscheinlichkeitswert gegebenenfalls zu widerlegen. Dieses Ziel kann nur erreicht werden, wenn die Datenarten ausreichend aussagekräftig sind.

- einzelfallbezogen und nachvollziehbar Auskunft über das Zustandekommen und die Bedeutung des Scorewertes erteilt wird. Auch hier geht es darum, die Betroffenen in die Lage zu versetzen, mögliche Fehler in der Berechnungsgrundlage zu erkennen. Das bedeutet, dass die Betroffenen darüber aufgeklärt werden, welche Annahmen und Bewertungen mit den Merkmalen in der jeweiligen Ausprägung verbunden werden und was dies im Falle des Betroffenen bedeutet. Nur so besteht für den Betroffenen die Möglichkeit, darzulegen, warum in seinem Fall ggf. von der automatisiert gewonnenen Bewertung abzuweichen ist.

Gegenüber Auskunftsteilen wie z. B. der SCHUFA, der CEG Creditreform Consumer GmbH, Arvato Infoscore oder Bürgel, die Verbraucherdaten an Unternehmen übermitteln, können Sie einmal im Kalenderjahr unentgeltlich eine schriftliche Auskunft geltend machen, welche Daten dort über Sie gespeichert sind. So können Sie überprüfen, ob die Daten fehlerfrei sind.

Von Auskunftsteilen können Sie auch Auskunft verlangen

- über Ihren tagesaktuellen Scorewert.
- über die innerhalb der letzten zwölf Monate an Dritte also z. B. Unternehmen oder Banken übermittelten Scorewerte.
- über Name und Anschrift der Dritten.
- zur Berechnung des Scorewertes genutzte Datenarten.

- Zustandekommen und Bedeutung des Scorewertes einzelfallbezogen und nachvollziehbar.

Eine Studie, die durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz vorgestellt wurde, hat festgestellt, dass die Datenbasis der Auskunfteien zum Teil beachtliche Fehlerquoten aufweist (Verbraucherinformation Scoring, Dieter Korczak, Michael Wilken, GP Forschungsgruppe, 2009). Es kann sich daher auch ohne konkreten Anlass lohnen, eine Selbstauskunft einzuholen und zu überprüfen, ob die über Sie gespeicherten Daten korrekt sind. In jedem Fall sollten Sie eine Selbstauskunft einholen, wenn Sie z.B. im Rahmen einer Kreditvergabe das Gefühl haben, falsch eingeschätzt zu werden.

Kontakt

Unabhängiges Landeszentrum für
Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD)
Holstenstr. 98
24103 Kiel
Telefon: +49 (0) 431 988-1200
Telefax: +49 (0) 431 988-1223
E-Mail: mail@datenschutzzentrum.de
www.datenschutzzentrum.de

Broschüren zu den Themen

- Verbraucher-Scoring
- Videoüberwachung und Webkamas
- Internet: Alltag online
- Illegaler Datenhandel
- Soziale Netzwerke

können Sie unentgeltlich bei uns bestellen oder von unserer Homepage unter www.datenschutzzentrum.de/blauereihe herunterladen.