



Schufa & Co: Wissen Verbraucher, wie mit ihren Daten „gearbeitet“ wird?

Gerne und heftig wird immer wieder die Speicherung und privatwirtschaftliche Verwertung von Verbraucherdaten, insbesondere von Daten zur Bonitätseinschätzung, diskutiert, vor allem unter dem Aspekt des Datenschutzes. Dabei wird oft der Verbraucher selbst vergessen, der zwar theoretisch inzwischen etwas leichter Auskunft über seine Daten erhalten kann, praktisch allein aber schon damit überfordert sein dürfte, zu wissen, wo überall Bonitätseinschätzungen über ihn vorliegen und gegen gutes Geld verkauft werden. Ganz abgesehen davon, dass viele Verbraucher gar nicht wissen, mit welchen Folgen ihre Daten „verwertet“ und verbreitet werden.

Die sehr einseitige Praxis zu Lasten der Verbraucher, einerseits Daten abgeben zu müssen, um nicht wirtschaftliche Nachteile zu erleiden (z.B. Verweigerung von Verträgen oder Krediten), und andererseits faktisch nicht darüber informiert zu werden, mit welchen Folgewirkungen welche Daten über ihn verkauft werden, ist das eigentliche Übel, welches an der Wurzel zu packen ist. Ein durchaus sinnvolles Risikomanagement der Anbieter sollte nicht so intransparent und einseitig zu Lasten der Bürger erkaufte werden.

Vergleichbar zu so genannten Infrastruktur- oder Netzindustrien wie Telekom, Strom, Gas etc. handelt es sich bei der Nutzung der Bonitätsdaten um eine quasi-natürliches Monopol, gegenwärtig sehr intransparent aufgestellt als kleines Oligopol mit Federführung der Schufa. Ökonomisch würde eine einzige Datenbank, natürlich aus verschiedenen naheliegenden Gründen nicht in privatwirtschaftlicher Hand, ausreichen. Hierauf hätten gegen klaren Einzelauftrag nach ausführlicher Information und Beratung der Verbraucher nur diejenigen Anbieter Zugriff, die bestimmte Mindeststandards einhalten und z.B. die konkrete Verwendung vollkommen offen legen.

Heute dagegen hat man noch immer den Eindruck, den Auswertungen von Schufa & Co wird noch genauso geglaubt und vertraut wie einst vor der Finanzkrise den lieben Verwandten, den Ratingagenturen („Drum prüfe nicht, was drin ist ...“). Die immer wieder gerne kolportierte Aussage an Privatkunden, die durch falsche gespeicherte und verbreitete Informationen Schaden nehmen, man gebe ja nur die Daten weiter, die man von der anbietenden Wirtschaft erhalte und daher seien die Datenlieferanten in der Pflicht, erscheint recht scheinheilig.

Folgerichtig wäre, dass nicht die Kunden erst mühsam an verschiedensten Stellen klären müssen, ob falsche Daten vorliegen (für Schufa & Co eine kostengünstige Holschuld der Verbraucher). Vielmehr müssen die Datenbank- und Scoring-Betreiber dazu verpflichtet werden, aktiv im Feedback mit dem Verbraucher (Bringschuld von Schufa & Co) dafür Sorge zu tragen, dass die Daten stimmen und der Verbraucher vollständig über die Nutzung und Weitergabe aufgeklärt worden ist. Dann wäre zwar manches lukrative Geschäftsmodell zu Lasten der Bürger obsolet, aber die heute sehr einseitige Belastung der Verbraucher würde endlich ein Ende finden. Die jüngste *Studie des Verbraucherministeriums zum Scoring vom 18.8.2009* unterstreicht ja denn auch nicht überraschend einen dringlichen Handlungsbedarf.

Hier und natürlich in der Übergangszeit der Datenbereinigung sollte dann die Umkehr der Beweislast gelten, dass alle Informationen mit dem Verbraucher abgestimmt und korrekt sind. Schufa & Co sollten darüber hinaus verpflichtet sein, die Datenbereinigung auch mit ihren Kunden wie Banken und Versicherungen durchzuführen. Solcherlei einfache, klare, transparente Regeln würden nicht nur zu einer höheren Sorgfalt im Umgang mit Kundendaten anregen und wesentlich mehr kritische Nachfragen der Bürger hervorrufen. Es würde sich vor allem auch die Notwendigkeit ergeben, die potentielle Verwendung von Informationen im Vorhinein mit den Verbrauchern abzuklären, ohne die bisherige Verschleierung weiter pflegen zu können: „Ohne Transparenz keine Informationen ...“.