



Neuer SCHUFA-Score: Transparenz für Verbraucher und neue Fragen für Vermittler

Michael Fiedler

Die SCHUFA führt einen neuen, vollständig transparenten Bonitätsscore ein und ersetzt damit den bisherigen Basisscore. Verbraucher können ihre Bewertung künftig nachvollziehen – und sogar selbst berechnen. Für Vermittler eröffnet das neue Möglichkeiten in der Beratung, wirft aber auch grundlegende Fragen zum Umgang mit Bonitätsdaten auf.

Künftig können Nutzer ihren Score digital über die SCHUFA-App, eine Web-Anwendung oder über bestehende Angebote wie bonify einsehen. Neben dem Ergebnis selbst werden auch die zugrunde liegenden Kriterien offengelegt. Die Berechnung basiert laut SCHUFA auf zwölf Faktoren, deren Gewichtung sichtbar gemacht wird.

Transparenz als zentrales Versprechen

Die SCHUFA positioniert den neuen Score als grundlegenden Neustart. Verbraucher sollen nicht mehr nur ein Ergebnis erhalten, sondern verstehen können, wie es zustande kommt. Ein Punktesystem zeigt, welche Faktoren den Score beeinflussen und wie stark einzelne Merkmale gewichtet sind.

Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, mehr Vertrauen in das Scoring zu schaffen. Gleichzeitig wird erstmals ein einheitlicher Score etabliert, der sowohl für Verbraucher als auch für Unternehmen gilt.

Umstellung erfolgt schrittweise

Für Unternehmen beginnt nun eine längere Übergangsphase. Banken, Handelsunternehmen und andere Vertragspartner der SCHUFA können den neuen Score bereits nutzen, stellen ihre Systeme jedoch schrittweise um. Die vollständige Ablösung der bisherigen Branchenscores ist erst bis Ende 2028 vorgesehen.

Bereits heute setzt ein Teil der Unternehmen den neuen Score ein. Gerade im Handel und E-Commerce ist die Umstellung bereits weiter fortgeschritten als im Bankensektor, wo regulatorische Anforderungen eine Rolle spielen.

Neue Einblicke – und neue Gesprächsanlässe für Vermittler

Für Vermittler kann die erhöhte Transparenz in der Praxis eine neue Rolle spielen. Kunden erhalten erstmals konkrete Hinweise darauf, welche Faktoren ihre Bonität beeinflussen. Das kann Beratungsgespräche verändern

– etwa bei Finanzierungen, Ratenkäufen oder auch bei Versicherungsabschlüssen mit Bonitätsprüfung.

Gleichzeitig wird deutlicher, dass Bonität kein statischer Wert ist, sondern von verschiedenen Verhaltensweisen abhängt. Vermittler können hier eine einordnende Rolle übernehmen und helfen, die Bedeutung einzelner Kriterien realistisch zu bewerten.

Privates Scoring mit großer Wirkung

Trotz aller Transparenz bleibt ein zentraler Punkt bestehen: Die SCHUFA ist ein privatwirtschaftliches Unternehmen, das Bonitätsdaten sammelt, auswertet und daraus Bewertungen ableitet. Diese Bewertungen haben jedoch erhebliche Auswirkungen auf zentrale Lebensbereiche – etwa bei Kreditvergabe, Vertragsabschlüssen oder Zahlungsbedingungen.

Der neue Score ändert nichts an dieser grundsätzlichen Struktur, macht sie aber sichtbarer. Für Verbraucher bedeutet das mehr Einblick, für Vermittler potenziell mehr Erklärungsbedarf.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4948874/Neuer-SCHUFA-Score-Transparenz-fuer-Verbraucher-und-neue-Fragen-fuer-Vermittler/>