



## SCHUFA-Score: Transparenz nützt nichts, wenn sie keiner nutzt

Michael Fiedler

**Der neue SCHUFA-Score soll nachvollziehbarer werden – doch eine aktuelle Umfrage zeigt: Die Mehrheit der Deutschen hat ihren Score nie abgerufen und versteht die Logik dahinter kaum. Für Vermittler entsteht daraus ein neues Beratungsfeld – und eine alte Herausforderung.**

Damit bestätigt die Studie ein Spannungsfeld, das bereits beim Start des neuen Scores sichtbar wurde: Mehr Transparenz hilft nur dann, wenn sie auch genutzt und verstanden wird. Genau darauf hatte bereits ein aktueller Beitrag hingewiesen, der den neuen SCHUFA-Score als Fortschritt einordnet – zugleich aber neue Fragen für die Beratung aufwirft.

### Blackbox Bonität: Wissen und Wirklichkeit klaffen auseinander

Besonders deutlich wird die Lücke beim Verständnis der Score-Logik. Nur etwa jeder Zehnte verfügt über eine überwiegend zutreffende Vorstellung, wie die SCHUFA die Kreditwürdigkeit berechnet. Im Durchschnitt lagen die Befragten bei mehr als der Hälfte der Aussagen falsch. Typische Fehlannahmen:

- Ein hohes Einkommen verbessert den Score (tut es nicht)
- Sparguthaben wirken sich positiv aus (tun sie nicht)

- Mehrere Girokonten seien unproblematisch (sind sie nicht unbedingt)

Gleichzeitig sind einige Effekte kaum bekannt: So kann etwa ein laufender Immobilienkredit den Score verbessern – weil er eine erfolgreiche Bonitätsprüfung voraussetzt. Für Oliver Maier, Geschäftsführer der Verivox Finanzvergleich GmbH, ist das ein strukturelles Problem: Viele Verbraucher wüssten schlicht nicht, „auf welcher Informationsgrundlage diese Einstufung erfolgt“.

### Neue Transparenz – aber ein altes Grundproblem

Mit dem neuen Score will die SCHUFA genau hier ansetzen: weniger Kriterien, klarere Gewichtung, digitale Einsicht. Doch die Verivox-Daten legen nahe: Das eigentliche Problem ist nicht nur Intransparenz, sondern mangelnde Auseinandersetzung.

Selbst grundlegende Informationen werden kaum abgerufen. Die bisherige Möglichkeit zur kostenfreien Datenabfrage – per

Briefpost – wurde von vielen offenbar nicht genutzt. Ob die neue digitale Verfügbarkeit daran etwas ändert, bleibt offen.

## Warum das Thema für Vermittler relevanter wird

Für Vermittler entsteht daraus ein wachsendes Spannungsfeld:

- Der SCHUFA-Score beeinflusst Kredite, Vertragsabschlüsse und teilweise auch Versicherungen
- Gleichzeitig verstehen viele Kunden die zugrunde liegende Logik nicht
- Und mit der neuen Transparenz steigen auch die Erwartungen an Erklärbarkeit

Hinzu kommt ein Aspekt, der in der öffentlichen Debatte oft untergeht: Die SCHUFA ist ein privates Unternehmen, das bonitätsrelevante Daten sammelt und bewertet – mit erheblicher Wirkung auf wirtschaftliche Teilhabe. Für die Beratung bedeutet das: Vermittler werden zunehmend zu Übersetzern zwischen Datensystemen und Lebensrealität. Sie müssen einordnen, erklären und gegebenenfalls auch Erwartungen korrigieren – etwa dann, wenn subjektive Selbsteinschätzung und tatsächlicher Score auseinanderfallen.

## Zwischen Fortschritt und Beratungsbedarf

Die Einführung des neuen SCHUFA-Scores ist ein Schritt hin zu mehr Nachvollziehbarkeit. Doch die Verivox-Zahlen zeigen: Transparenz allein reicht nicht. Solange sich ein Großteil der Verbraucher nicht aktiv mit der eigenen Bonität beschäftigt, bleibt der Score für viele ein abstrakter Wert – mit sehr konkreten Folgen. Für Vermittler eröffnet sich damit ein Feld, das über klassische Produktberatung hinausgeht: Bonität wird zunehmend zum Teil der finanziellen Grundbildung – und damit auch zur Beratungsrealität.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4948882/SCHUFA-Score-Transparenz-kommt---aber-kaum-jemand-versteht-sie/>