



DEUTSCHE STELLEN SCHUFA DIE VERTRAUENSFRAGE

Repräsentative Primärerhebung

DAS TEAM



Frank Drescher

CEO & Founder,
selbstauskunft.de



Christine Bösel

Marktforscherin



Aleksander Ruzicka

Inzide GmbH, Strategy
Consultants



HINTERGRUND

Schenkt man den Recherchen des NDR glauben, dann entwickelt sich die SCHUFA Holding AG mehr und mehr zum Interessen-Vertreter von privaten Unternehmen und verlässt die Rolle des neutralen Beobachters und Schützers vor Betrug und schlechter Zahlungsmoral.

Gemäß der NDR-Recherchen verfügt die SCHUFA über eine Datenbank, deren Inhalt den Wechsel des Energieanbieters und Stromtarifes erschwert. In diesem "Schufa-E-Pool" werden die Vertragsdaten von Kunden gespeichert und sollen den Energieanbietern zugänglich gemacht werden.

Kann man vor diesem Hintergrund noch von einer neutralen SCHUFA sprechen und entspricht dieses Angebot noch dem ursprünglichen Auftrag der SCHUFA?

Wie groß ist das Vertrauen der Deutschen aktuell in die SCHUFA? Und entspricht das von der SCHUFA propagierte Selbstbild der Einschätzung der Bevölkerung?





ZIEL

Die SCHUFA Holding AG ist die führende deutsche Wirtschaftsauskunftei und beeinflusst damit das Leben aller 69,43 Mio deutschen volljährigen Bürger*innen. Der aus der Historie abgeleitete und angestrebte Markenkern der SCHUFA ist „Vertrauen“. Doch ist das heute noch gerechtfertigt? Vertrauen die Deutschen der SCHUFA wirklich noch? Eine empirische Untersuchung.



AUF EINEN BLICK - KEYFACTS



3,7%

Repräsentative Studie
mit RMSE von 3,7 %



**GROSSES
MISSTRAUEN**

Jeder 5. Deutsche
- 13,89 Mio. -
misstraut der
SCHUFA



> 80%

Über 80 % der
Deutschen mit
negativen SCHUFA-
Erfahrungen
misstrauen ihr völlig



**VERTRAUENS-
PROBLEM**

> 50% Ohne negative
Erfahrungen
misstrauen der
SCHUFA



50 %

50% der Deutschen
- 34,72 Mio -
haben kein Vertrauen
in die SCHUFA

IMAGE DER SCHUFA

WIE SEHR VERTRAUEN SIE DER SCHUFA?

Gar nicht (1)

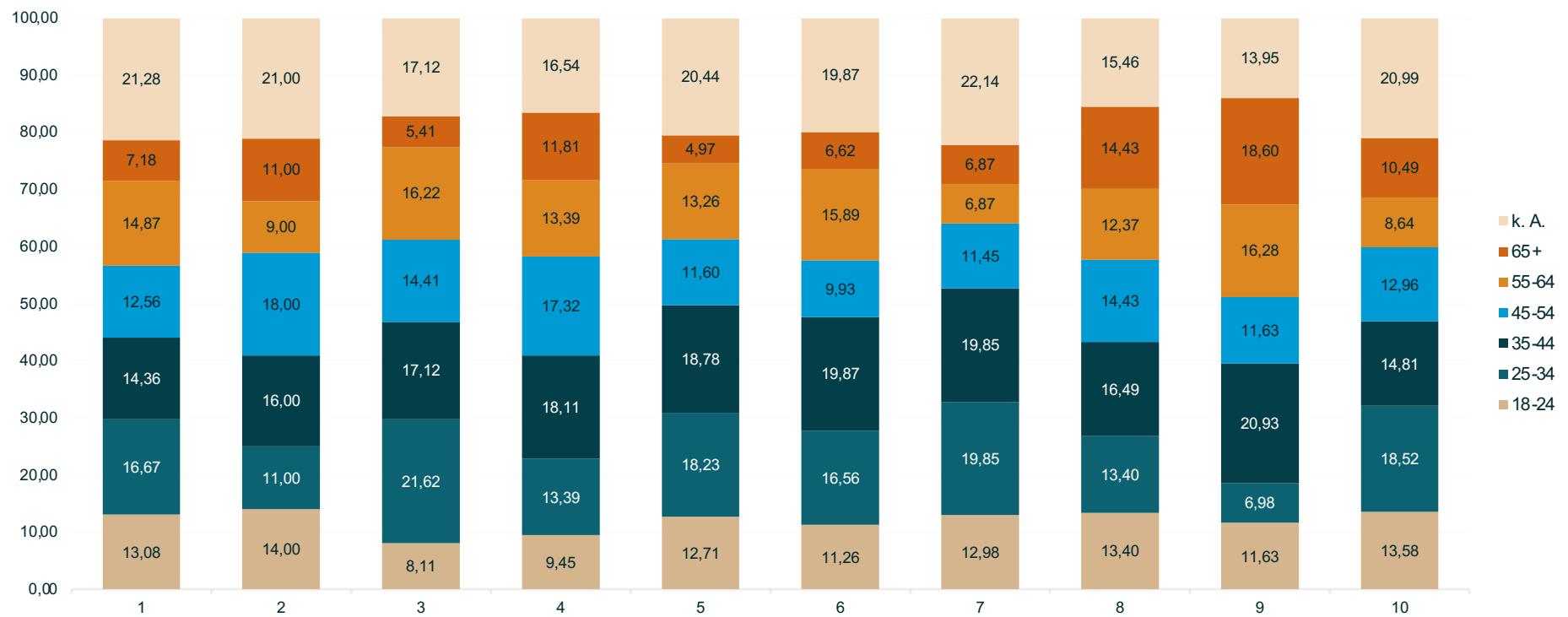
volles Vertrauen (10)

In %	Gesamt	Männer	Frauen
Eher negativ (1-5)	60,56	63,47	55,74
Eher positiv (6-10)	39,57	36,53	43,99
	100,00	100,00	100,00



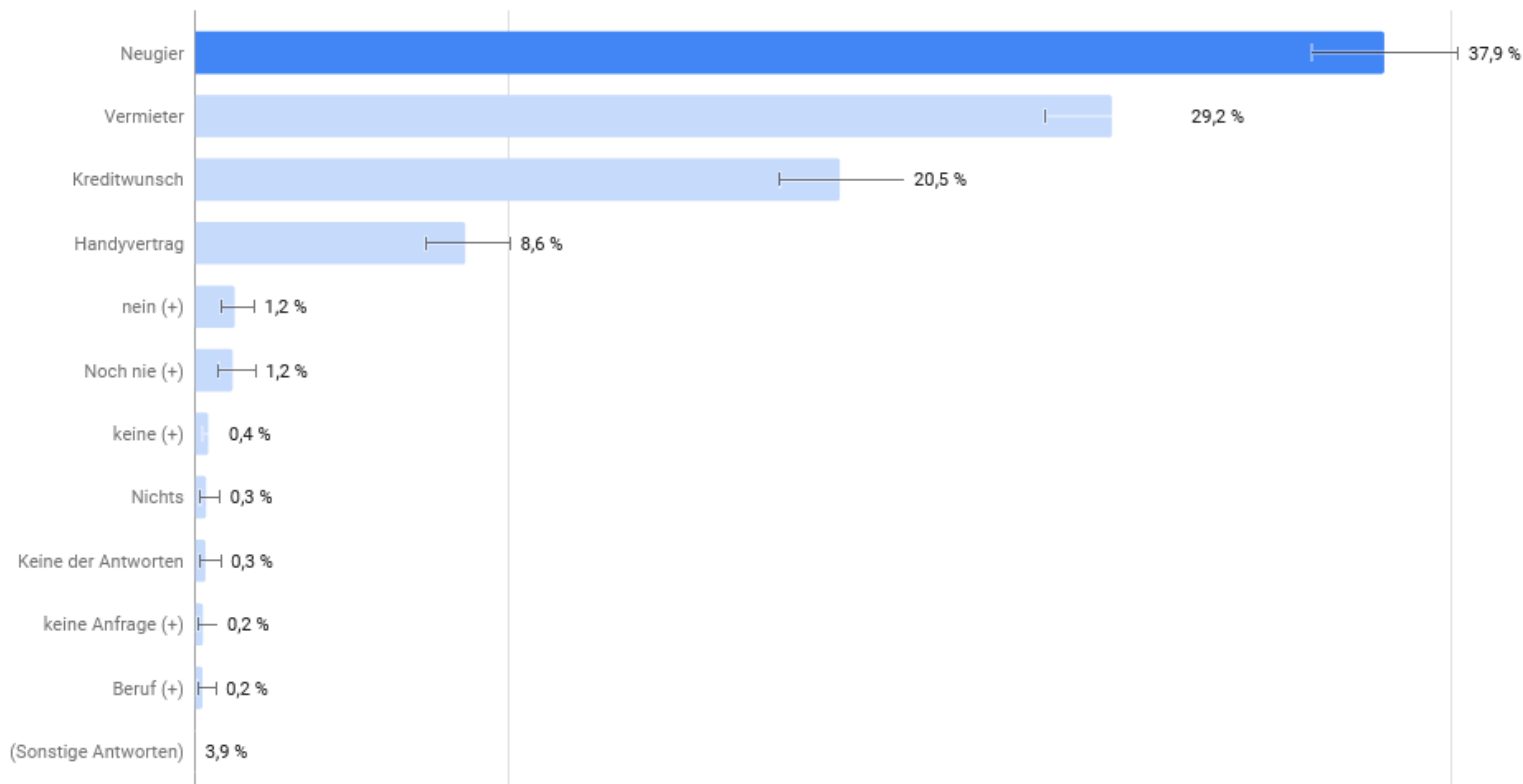
WIE SEHR VERTRAUEN SIE DER SCHUFA?

Nach Altersgruppen (%)



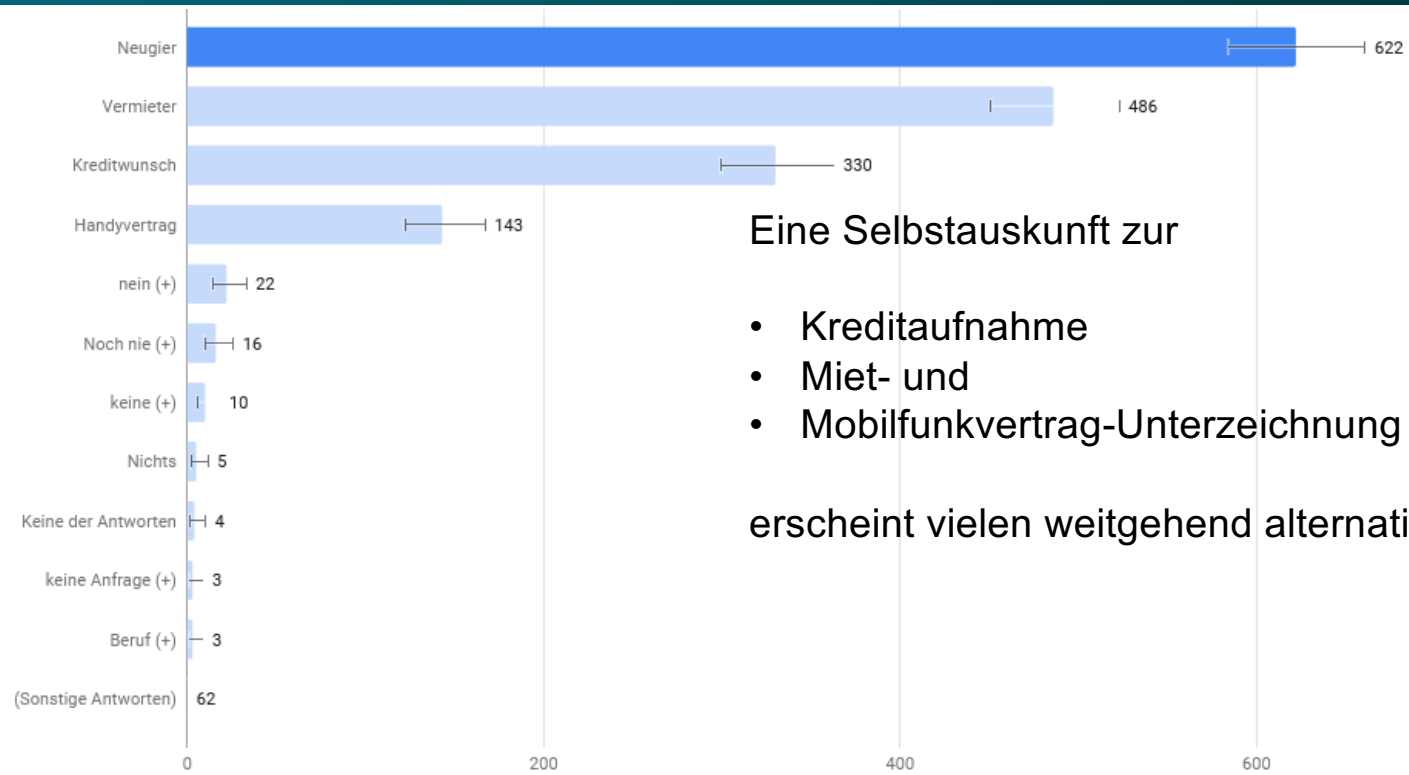
ZWECK DER ANGEFORDERTEN SCHUFA-AUSKUNFT

Falls Sie schon einmal eine SCHUFA-Selbstauskunft angefordert haben – für welchen Zweck haben Sie diese Daten benötigt? %



ZWECK DER ANGEFORDERTEN SCHUFA-AUSKUNFT

Falls Sie schon einmal eine SCHUFA-Selbstauskunft angefordert haben – für welchen Zweck haben Sie diese Daten benötigt? Absolute Zahlen



Eine Selbstauskunft zur

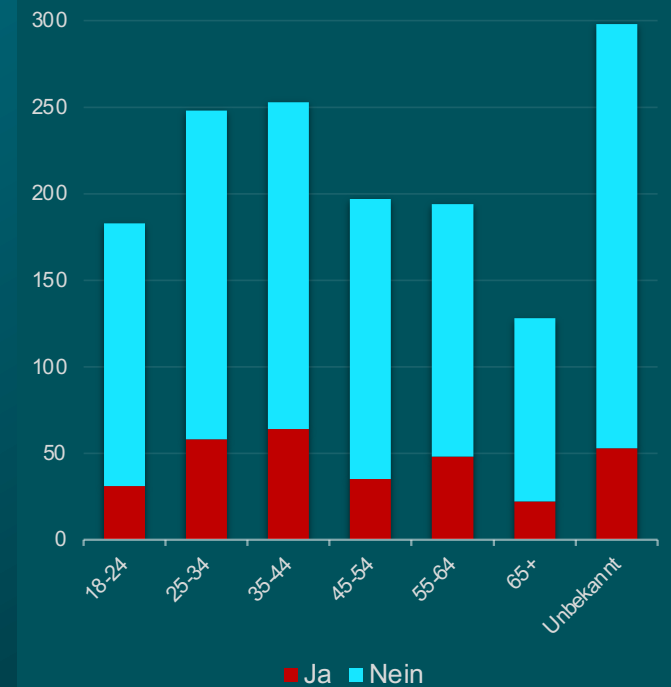
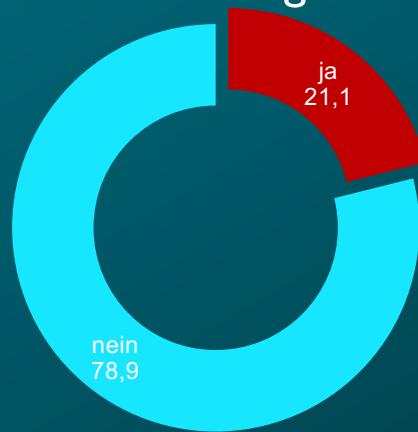
- Kreditaufnahme
- Miet- und
- Mobilfunkvertrag-Unterzeichnung

erscheint vielen weitgehend alternativlos.

PROBLEME MIT SCHUFA-EINTRÄGEN?

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme wegen falscher oder veralteter SCHUFA-Einträgen?

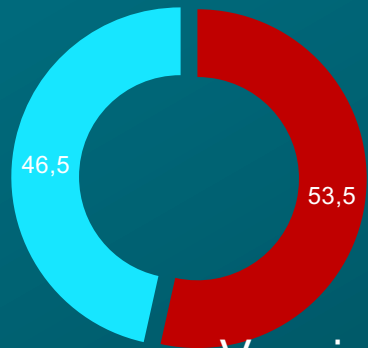
14,65 Mio. Deutsche haben Probleme mit der SCHUFA



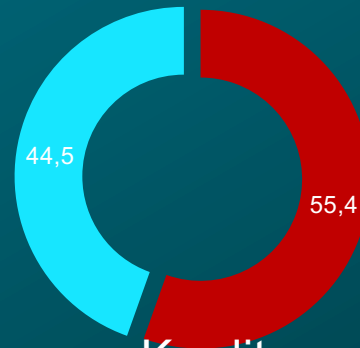
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Unbekannt	Gesamt
Ja	31	58	64	35	48	22	53	311
Nein	152	190	189	162	146	106	245	1190
Gesamt	183	248	253	197	194	128	298	1501

VERTRAUEN VON NUTZERN DER SELBSTAUSKUNFT?

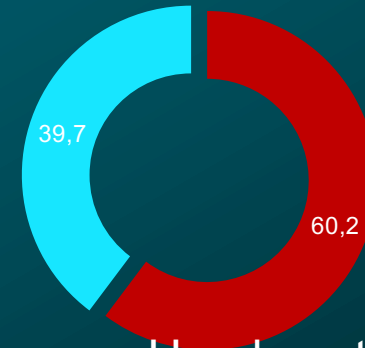
Wie viel Vertrauen haben die Nutzer der SCHUFA-Selbstauskunft in diesen Dienst?



Vermieter



Kreditwunsch

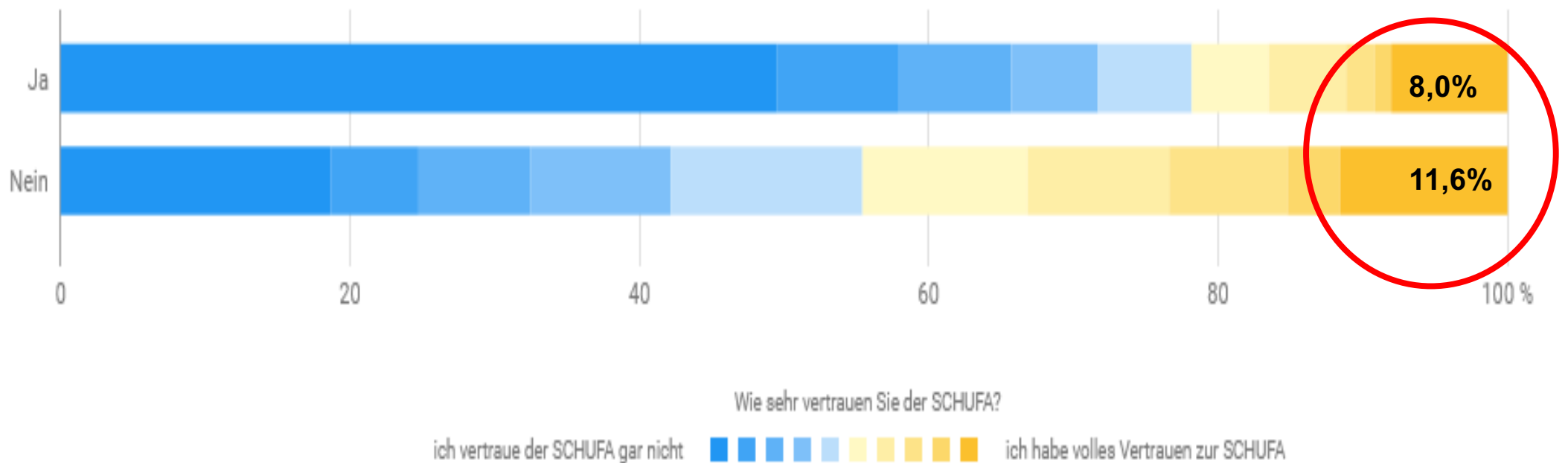


Handyvertrag

%	Mietvertrag	Kreditwunsch	Handyvertrag
eher negativ (1 - 5)	53,5	55,4	60,2
eher positiv (6 - 10)	46,5	44,5	39,7
TOP BOX (8 – 10)	22,9	24,9	22,1

BEGRÜNDETES MISSTRAUEN?

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme wegen falscher oder veralteten SCHUFA-Einträge?



**DAS IMAGE DER SCHUFA LEBT WEITERHIN
AUS DER HISTORIE. ABER ES BRÖCKELT UND
DAS FUNDAMENT IST NICHT MEHR
TRAGFÄHIG**



FAZIT

Die SCHUFA Holding AG scheitert an ihrem eigenen Anspruch. Sie wirbt offensiv mit dem Slogan „Wir schaffen Vertrauen“, jedoch sieht die Mehrheit der Deutschen das anders: Misstrauen bestimmt die Haltung gegenüber der SCHUFA und der Korrektheit ihrer Daten. Gründe sind in erster Linie negative Erfahrungen mit falschen und veralteten Einträgen, d.h. Probleme dem Kerngeschäft der SCHUFA: Datenqualität.

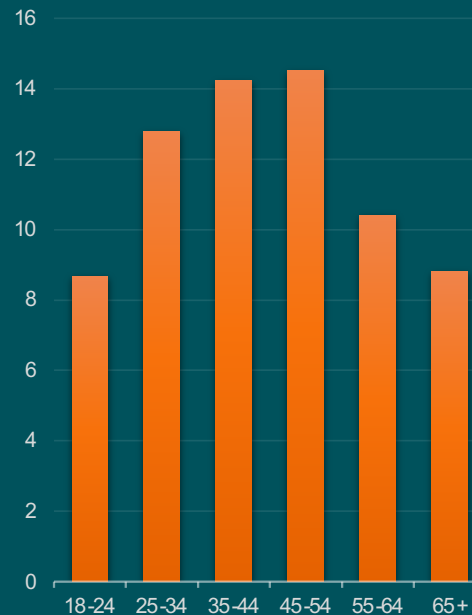


DIE STICHPROBE

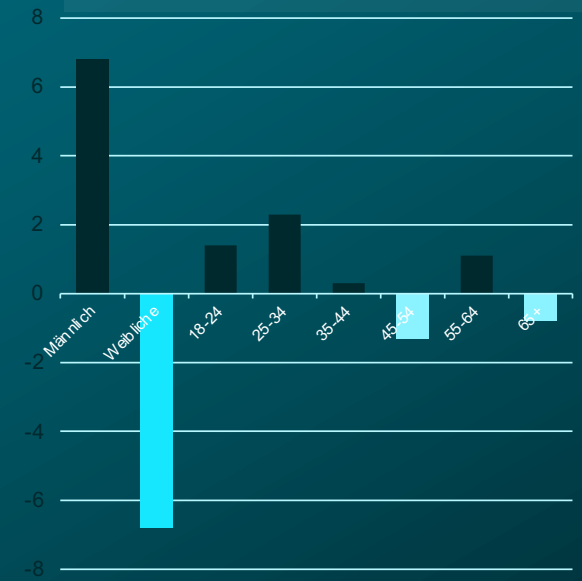
Merkmale & Stichprobenverzerrungen



Geschlecht



Altersgruppen



SP-Verzerrungen

Gruppe	Zielpopulation	In Mio	Stichprobe	Stichprobenverzerrung
Männlich	51,8 %	35,96	58,6 %	+ 6,8 %
Weiblich	48,2 %	33,47	41,4 %	-6,8 %
18 - 24	12,5 %	8,68	13,9 %	+1,4 %
25 - 34	18,4 %	12,78	20,6 %	+2,3 %
35 - 44	20,5 %	14,23	20,7 %	+0,3 %
45 - 54	20,9 %	14,51	16,6 %	-4,3 %
55 - 64	15,0 %	10,41	16,2 %	+1,1 %
65 +	12,7 %	8,82	12,0 %	-0,8 %
GESAMT	100 %	69,43	100 %	+/- 0,0 %

VIELEN DANK



Frank Drescher, MBA
V.i.S.d.P.



f.drescher@me.com



selbstauskunft.de
NPHO Services Ltd. & Co. KG
Potsdamer Platz 1, 10785 Berlin

