



---

# 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)

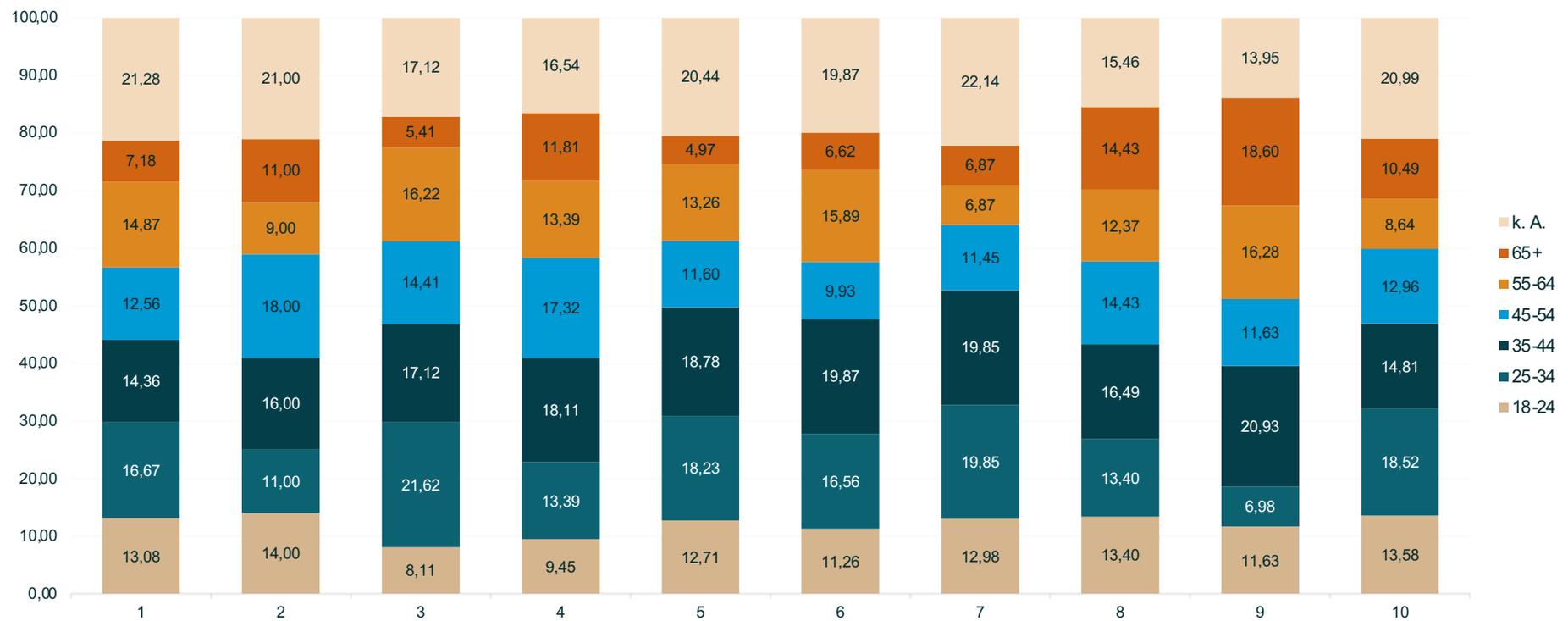
volles Vertrauen (10)

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



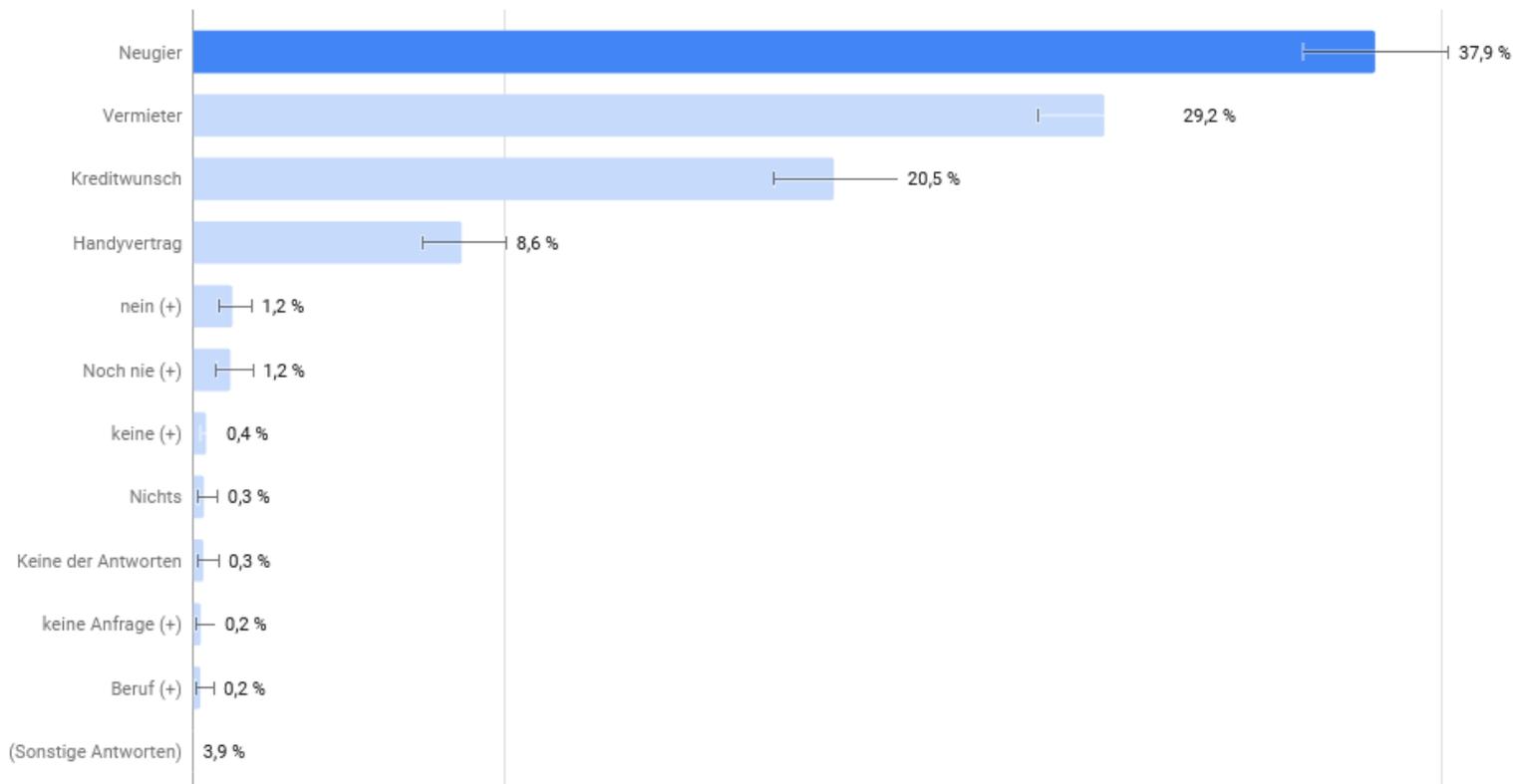
# WIE SEHR VERTRAUEN SIE DER SCHUFA?

Nach Altersgruppen (%)



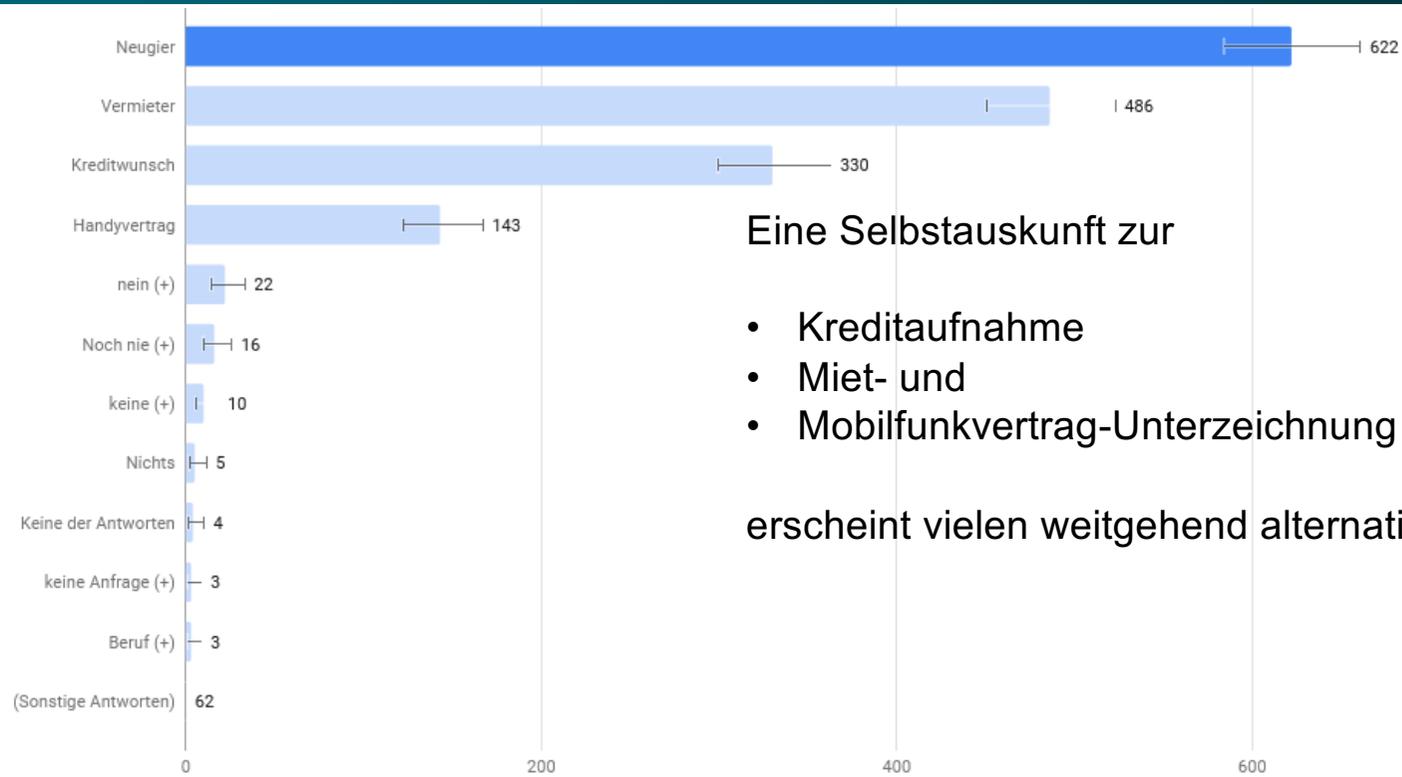
# ZWECK DER ANGEFORDERTEN SCHUFA-AUSKUNFT

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

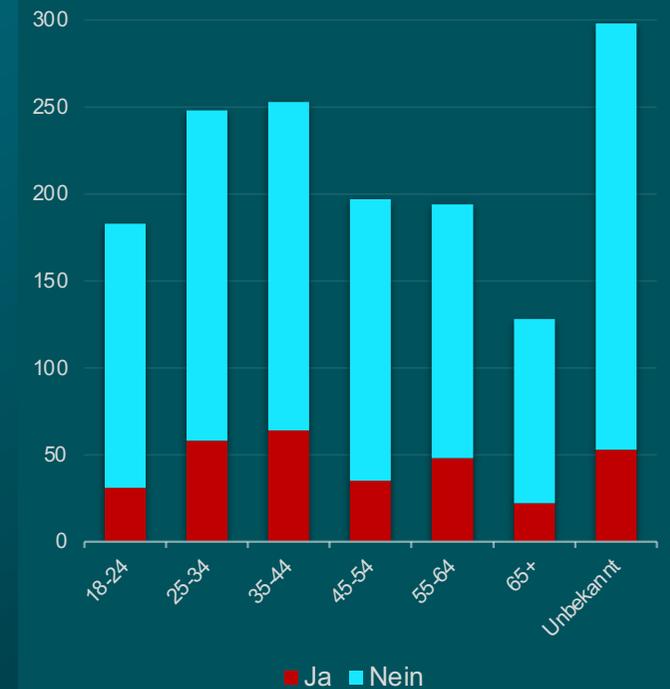
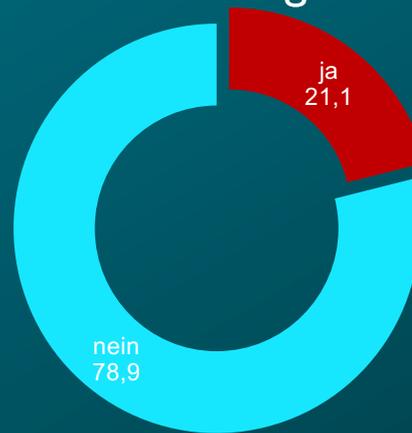
- Kreditaufnahme
- Miet- und
- Mobilfunkvertrag-Unterzeichnung

erscheint vielen weitgehend alternativlos.

# PROBLEME MIT SCHUFA-EINTRÄGEN?

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

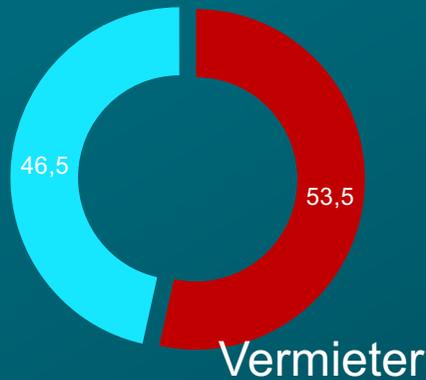
**14,65 Mio. Deutsche haben Probleme mit der SCHUFA**



	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?

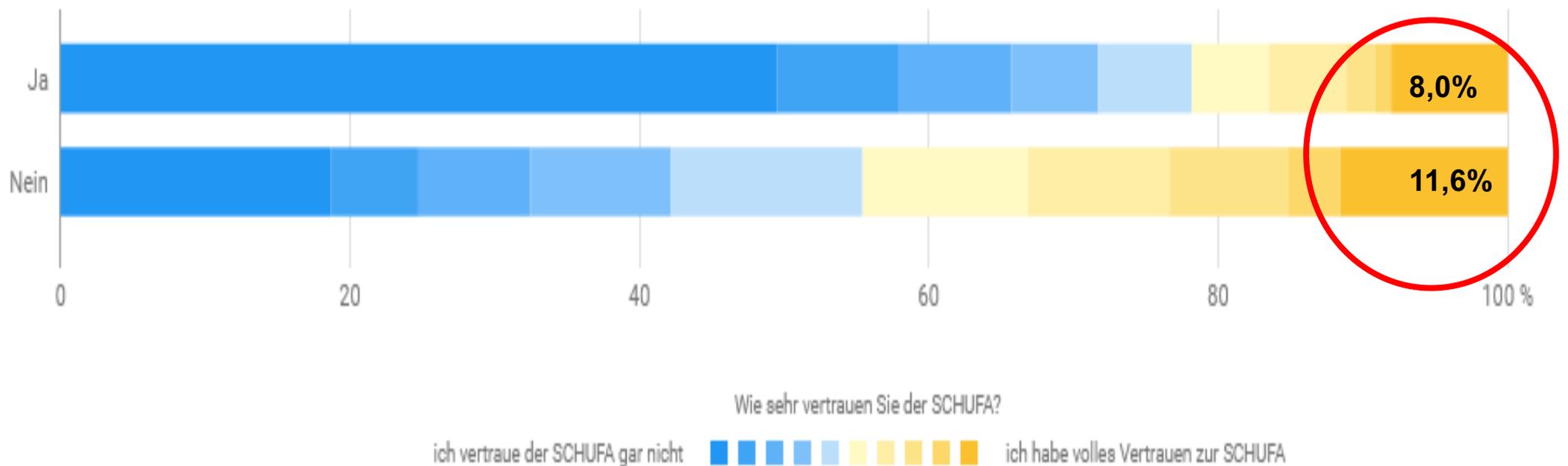
Wie viel Vertrauen haben die Nutzer der SCHUFA-Selbstauskunft in diesen Dienst?



%	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**



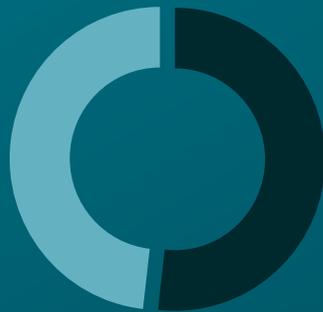
## **FAZIT**

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.

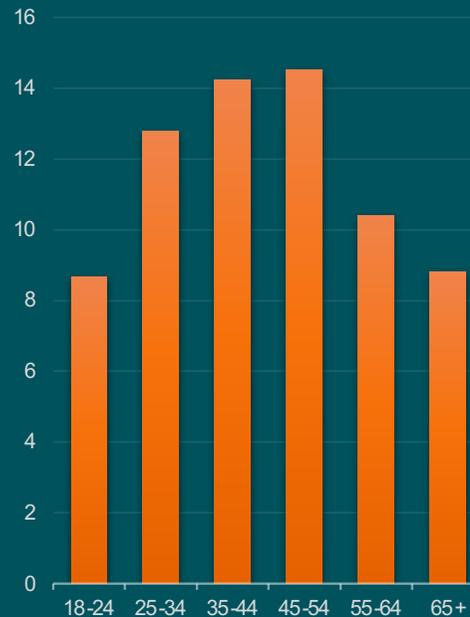


# DIE STICHPROBE

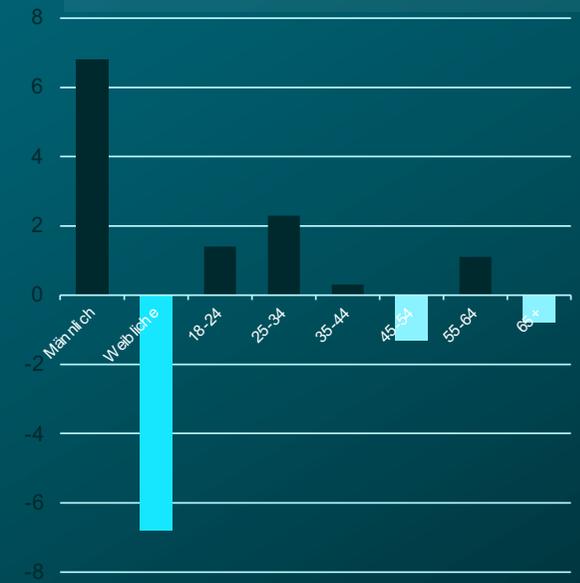
## Merkmale & Stichprobenverzerrungen



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 %
<b>GESAMT</b>	<b>100 %</b>	<b>69,43</b>	<b>100 %</b>	<b>+/- 0,0 %</b>

# 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

