DATENSCHUTZ

„Eine gefährliche Versuchung“

Der Strafrechtler und Schufa-Ombudsmann Winfried Hassemer über die Datensammlungen von Auskunfteien und Internetfirmen sowie fragwürdige Kundenprofile

BERT BOSTELMANN / BILDFOLIO

Hassemer, 70, war bis 2008 Vizepräsident des Bundesverfassungsgerichts, seit Juli 2010 ist er Ombudsmann der Wiesbadener Kreditauskunftei Schufa.

SPIEGEL: Seit dem 1. April wurde die Schufa mit 700 000 Anfragen besorgter Bürger konfrontiert, die mehr über ihre dort gespeicherten Daten wissen wollten. Haben Sie mit einem solchen Ansturm gerechnet?

Hassemer: Die Schufa ist für die Leute wichtig. Sie kommt mir vor wie ein Klassenbuch, in dem jeder steht. Man will gern wissen, ob mit einem Plus oder mit einem Minus. Denn das eigene Leben hängt teilweise davon ab, was die Schufa über einen gespeichert hat. Sicherlich spielt auch eine Rolle, dass sich alle Bürger bei Auskunfteien wie der Schufa jetzt kostenlos über die Einträge informieren können.

SPIEGEL: Offenbar machen den Bürgern auch die 462 Millionen Datensätze Angst, die die Schufa über sie gesammelt hat. Können Sie das als Ombudsmann der Schufa nachvollziehen?

Hassemer: Ja. Die Verbraucher hängen von den Auskünften ab, wenn sie ein Haus bauen wollen oder eine Kreditkarte beantragen. Zudem ist die Schufa eine Blackbox, deren Ergebnisse auf Mathematik und Statistik beruhen. Ich bin als Nichtmathematiker gescheitert, als ich nachvollziehen wollte, wie da gerechnet wird. Eine Blackbox, von der man abhängt, erzeugt Ängste.

SPIEGEL: Banken, viele Handelsfirmen und Mobilfunkbetreiber liefern ihre Daten ab. Muss diese Sammelwut sein?

Hassemer: Die Schufa ist datensparsam. Da wird gar nicht so viel gesammelt. Das freut mich als ehemaligen Datenschützer. Was die Schufa aus so wenigen Daten macht, wundert mich manchmal selbst.

SPIEGEL: Immer wieder gibt es eklatante Fehlurteile. Da wird einem solventen Bundesbankdirektor ein „deutlich erhöhtes bis hohes Risiko“ zugeordnet. Wie kann so etwas passieren?

Hassemer: Die Wettervorhersage wurde immer besser, weil die Kollegen immer mehr Daten verarbeiten können. Wenn die Schufa mehr Informationen über Vermögen abfragen würde, hätte sie weniger Fehlerquellen. Je mehr Sie abfragen, desto bessere Statistiken und desto schlechteren Datenschutz haben Sie.

SPIEGEL: Bei den wenigen Daten überraschen die apodiktischen Urteile der Schufa. „82,55 Prozent Erfüllungswahrscheinlichkeit = deutlich erhöhtes bis hohes Risiko“ steht da dann beispielsweise geschrieben. Kann man Menschen mit einer Zahl bewerten?

Hassemer: Wer wie die Schufa rechnet, muss am Ende ein numerisches Ergebnis liefern. Aber die Schufa entscheidet nicht darüber, ob jemand ein anständiger Kreditnehmer ist.

SPIEGEL: Da kennen Sie aber die Praxis bei den Banken schlecht, die gern mit Hinweis auf die negative Schufa-Auskunft einen Antrag ablehnen.

Hassemer: Die Finanzdienstleister machen sich das Leben oft zu einfach. Sie sagen schlicht: Die Schufa ist schuld, und die Leute glauben das auch noch. Aber eine verantwortliche Kreditentscheidung kann nicht nur auf der Schufa-Auskunft basieren. Beispielsweise sollte da einfließen, wie viel Vermögen jemand hat oder wie ein Lebenslauf aussieht.

SPIEGEL: Aber die Banken sind doch noch zahlengläubiger als die Schufa. Die ermitteln mit den Schufa-Daten und vielleicht noch ein paar weiteren Kennziffern ein sogenanntes Scoring. An der Zahl, die der Computer ausspuckt, kommt kein Kunde und auch kein Banker mehr vorbei.

Hassemer: Das ist in der Tat ein Problem. Ich rate Beschwerdeführern oft, zu ihrer Bank zu gehen und mit den Leuten dort zu reden. Sie sollen deutlich machen, wie viel Geld sie im Monat verdienen oder was ihr Vermögen ist. Die Schufa ist ein kleines Rädchen bei einer komplexen Kreditentscheidung.

SPIEGEL: „Die Maschine sagt ja oder jein“, sagen Bankvorstände stolz über die Vergabe von Konsumentenkrediten. Und die Maschine sagt im Zweifelsfall auch, wie hoch der Zins für den Kunden ist. Gerecht?

Hassemer: Das wäre eine unzulängliche Entscheidung. Die Schufa-Zahlen sind ein erster Anhaltspunkt, aber jeder Berater muss sie einbetten in das Gesamtbild. Sonst liegt er falsch. Und seine Entscheidungen sind ja oft sehr weitreichend für den Kreditnehmer.

SPIEGEL: Welche Daten nutzt die Schufa eigentlich, um ihr Urteil zu fällen?

Hassemer: Sie verwendet die Namen, das Alter, die Zahl der Umzüge, die Anzahl der Kreditaktivitäten, Informationen zu Kreditkarten und Girokonten sowie die Dauer der jeweiligen Vertragsbeziehungen. Dazu kommen kreditrelevante Erfahrungen wie eidesstattliche Versicherungen oder Informationen über Verträge, die nicht eingehalten wurden. Die Daten werden miteinander in Relation gesetzt. Ein Haftbefehl oder eine Insolvenz haben ein anderes Gewicht als ein weiterer Umzug. Die Methode wird bei der Schufa regelmäßig von externen Gutachtern überprüft.

Google-Street-View-Wagen, Facebook-Nutzer, EC-Kartenterminal:

SPIEGEL: Manche Wettbewerber nutzen das sogenannte Geo-Scoring und schließen von der Adresse auf die persönliche Kreditwürdigkeit. Da hat dann der Student aus der Hochhaussiedlung keine Chance, eine Kreditkarte zu bekommen.

Hassemer: Wer in einer armen Gegend wohnt, wird unter einen Generalverdacht geraten. Die Schufa verzichtet weitgehend auf solche Analysen. Da wären wir

schon bedrohlich nahe an der Intimsphäre. Auch Fragen nach der sexuellen Ausrichtung oder der Religion gehören da nicht hin.

SPIEGEL: Andere Anbieter analysieren den Vornamen, um dem Menschen eine Zahl für seine Kreditwürdigkeit zuzuordnen. Was sagen Sie als Verfassungsrechtler dazu?

Hassemer: Das Kalkül ist denkbar einfach: Zu bestimmten Zeiten haben eher arme Leute ihren Kindern bestimmte Vornamen gegeben.

SPIEGEL: Wer Kevin heißt, hat einen Malus?

Hassemer: Den hat er. Es beginnt schon in der Schule, dass es Kinder mit bestimmten Vornamen schwerer haben.

SPIEGEL: Ist es nicht grundgesetzwidrig, einen Menschen aufgrund seines Vornamens auszusortieren?

Hassemer: Alles, was für ein anständiges Arbeiten der Auskunfteien erforderlich und für die Betroffenen zumutbar ist, ist mit dem Grundgesetz vereinbar. Entscheidend ist die Verhältnismäßigkeit. Wenn intime Details für die Beurteilung der Kreditwürdigkeit herangezogen würden, wäre die Grenze mit Sicherheit überschritten. Ich halte schon die Analyse von Vornamen oder Geodaten für problematisch.

SPIEGEL: „Das Score-Verfahren ist ein statistisches Vorurteil“ , kritisiert Thilo Weichert vom Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein.

Hassemer: Das ist gute Rhetorik. Aber manche Vorurteile halten einer statistischen Auswertung eben stand. Die Formeln der Schufa für das Auswerten der Daten sind deren Geschäftsgeheimnis. Das ist wie bei Coca-Cola.

SPIEGEL: Manche Datenschutzbeauftragte wollen, dass Sie Ihre Methoden offenlegen.

Hassemer: Es gibt diese Diskussion. Wir müssen sicherlich noch mehr erklären, was wir tun. Aber wenn die Schufa die Coca-Cola-Formel herausgibt, nutzen die Konkurrenten plötzlich die Schufa-Methoden.

SPIEGEL: Die Datenschützer von Nordrhein-Westfalen haben Strafantrag gegen den EC-Netzbetreiber Easycash gestellt, der den Zahlungsverkehr von 50 Millionen EC-Karten abwickelt. Der hat Handelsfirmen genaue Kundenprofile angeboten, wer wann wie viel kauft. Es soll nicht zu einem Datenaustausch gekommen sein.

Hassemer: Ich kann über die Firma Easycash nichts sagen. Aber bei den Kundenprofilen werden oft die verfassungsrechtlichen Grenzen überschritten. Die Zweckbindung der Daten war einer der Grundpfeiler im Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Datenschutz aus dem Jahr 1983. Daten dürfen nicht frei, sondern nur zu einem bestimmten Zweck erhoben werden. Daten für die Autobahnmaut dienten zum Abkassieren der Autofahrer, nun will auch die Kriminalpolizei die Informationen nutzen. Dieses Recycling vorhandener Daten ist eine gefährliche Versuchung.

SPIEGEL: Bundesinnenminister Thomas de Maizière plädiert dafür, dass jeder selbst die Möglichkeit hat, seine persönlichen Daten im Internet löschen zu lassen. Er will das per Gesetz regeln. Klingt gut, aber ist das angesichts der Vielzahl von Spuren, die wir beispielsweise im Internet hinterlassen, überhaupt noch möglich?

Hassemer: Das ist eine vernünftige Forderung. Aber man muss sich sehr genau überlegen, wie das handhabbar sein soll. Die Einstellung der Gesellschaft wandelt sich. Bei Facebook oder auf YouTube werden selbst privateste Dinge hemmungslos ausgebreitet. Ich habe keine Idee, wie diese Informationen jemals wieder eingesammelt werden können. Die Daten kann man gar nicht mehr löschen, sie sind ewig da.

SPIEGEL: Die große Fotogalerie von Immobilien durch Google Street View oder die offenherzigen Bekenntnisse vieler junger Nutzer von Facebook bieten Unternehmen völlig neue Möglichkeiten, genaue Kundenprofile zu erstellen. Was können Datenschützer noch ausrichten?

Hassemer: Eines ist sicher: Was technisch möglich ist, wird irgendein Unternehmen machen. Der Staat muss sehen, dass er das auch methodisch in den Griff bekommt. Das ist nicht nur ein rechtliches Problem, sondern eines der Erziehung. Das Erste beim Datenschutz waren nie Verbote, sondern Aufklärung. Die jungen Leute müssen wissen, was mit ihren Daten passieren kann.

SPIEGEL: Angesichts der nutzbaren Datenflut im Internet wirken die 462 Millionen Datensätze der Schufa fast wie ein Anachronismus. Wie lautet Ihre Empfehlung?

Hassemer: Sei sparsam mit deinen Daten, ist immer noch die wichtigste. Wer zwei Stunden im Internet surft, hinterlässt mehr Spuren als bei der Schufa. Es könnte auch die Lösung geben, dass die Gesellschaft sagt: Ich vertraue den Daten aus dem Internet nicht. Denn ich weiß, wie die zustande kommen. Das wäre eine neue Form der Privatheit, die nicht nur den jungen Leuten zugutekommt.

SPIEGEL: Knapp drei Prozent der Betroffenen haben bei Google Street View Widerspruch gegen die Abbildung ihres Hauses eingereicht. Haben Sie Ihre Frankfurter Villa schwärzen lassen?

Hassemer: Nein. Ich sehe die Faszination dieser Technik. Deshalb gehöre ich nicht zu denjenigen, die alle Klappen dichtmachen. Wir müssen lernen, damit umzugehen.

INTERVIEW: CHRISTOPH PAULY

SEAN GALLUP / GETTY IMAGES

ARMIN WEIGEL / PICTURE-ALLIANCE / DPA (L.); WOLFGANG MARIA WEBER (R.)

„Was technisch möglich ist, wird irgendein Unternehmen machen“