

Handlungs- empfehlungen



Gegenstand und Ziel

Als Scoring bezeichnen wir die Zuordnung eines Zahlenwertes zu einem Menschen zum Zweck der Verhaltensprognose oder Verhaltenssteuerung. Die Bestimmung dieses Zahlenwertes erfolgt in der Regel auf der Grundlage einer breiten Datenbasis durch ein algorithmisches Verfahren.

Scoring ist nicht gleichzusetzen mit Entscheidung. Ein Score bildet immer nur die Grundlage für eine Entscheidung, die von verantwortlichen Menschen auf der Basis des Scores getroffen wird (Einzelfallprüfung, etwa bei der Kreditvergabe von Banken).

Scoring ist keineswegs ein Phänomen der digitalen Welt. Traditionell werden Menschen nicht nur hinsichtlich ihrer Kreditwürdigkeit, sondern auch in Bildungseinrichtungen „gescoret“, die Noten vergeben. Die Digitalisierung vervielfacht nun die Möglichkeiten, Personen einzuschätzen und zu bewerten. Damit vervielfacht sie sowohl die Risiken als auch die Chancen für Verbraucher: Denn formalisiertes Scoring ist auditier- bzw. überprüfbar; Scoring hat das Potenzial, individuelle Fehler und unerwünschte Diskriminierung von Entscheidungen zu reduzieren. Es könnte insofern informellen Entscheidungsprozessen durch Einzelne im Grundsatz überlegen sein.

Der Begriff Algorithmus kommt ebenfalls aus der analogen Welt und reicht von einfachen Entscheidungsregeln und mathematischen Verfahren bis hin zu Künstlicher Intelligenz und Deep Neural Networks. Algorithmen durchdringen mehr und mehr Lebensbereiche (z. B. personalisierte Preise im Onlinehandel, Ergebnisreihung durch Suchmaschinen, künftig selbstfahrende Autos). Das Gutachten betrachtet nur einen kleinen Ausschnitt von Scoring-Algorithmen, nämlich Scoring in den drei Themenfeldern Bonität, Gesundheit und Kfz-Versicherung. Unsere Analysen und Empfehlungen sind jedoch in modifizierter Form auch auf andere Bereiche anwendbar, etwa Personalauswahl-Verfahren und Arbeitnehmer-Scoring (People Analytics).

Das Potenzial digitalen Scorings kann nur ausgeschöpft werden, wenn eine Reihe von gesellschaftlich legitimen Erwartungen erfüllt sind. Nur dann wird es von Verbrauchern auch akzeptiert werden und nur dann wird es ihnen zunutze sein. Wenn diese Bedingungen erfüllt sind, sprechen wir von „verbrauchergerechtem Scoring“. So

müssen Verwechslungen der Betroffenen im Rahmen des Datenschutzes ausgeschlossen bzw. minimiert werden; Widerspruch gegen den eigenen Score-Wert muss auf einfache Weise effektiv möglich sein. Es darf weder direkt noch indirekt auf Basis von geschützten Merkmalen (wie etwa dem Geschlecht) ungerechtfertigt diskriminiert werden. Scoring zur Vorhersage muss belegen, wie gut die Qualität der verwendeten Merkmale sowie die Vorhersagen wirklich sind. Solch prädiktive Kraft sollte zudem über verschiedene sozioökonomische Gruppen hinweg stabil sein. Zudem darf das kommunizierte Ziel eines Scorings die Betroffenen nicht in die Irre führen. Vorhersagen müssen das Scoring-Ziel erfüllen und sollten nicht leichtfertig auf andere Bereiche angewendet werden als den, für den ein Score berechnet wurde. Vor allem aber muss Scoring für die Betroffenen zu verstehen sein.

Die Bedingungen verbrauchergerechten Scorings zu benennen, zu begründen und Vorschläge für die Umsetzung zu machen, ist Aufgabe des vorliegenden Gutachtens.

Dabei bedarf nicht jedes Scoring-Verfahren in gleichem Umfang einer tiefgehenden Prüfung. Im Mittelpunkt stehen solche Scoring-Verfahren, die für das Wohl der Verbraucher erheblich sind. Besonders relevant sind sensible Lebensbereiche, etwa, wenn der einem Menschen zugeordnete Score direkte Auswirkungen darauf hat, ob dieser einen Kredit bekommt und zu welchen Bedingungen, wenn der Scorewert die Höhe der Versicherungsbeiträge beeinflusst oder das Gesundheitsverhalten gezielt steuert. Bislang wurden weniger sensible Bereiche (wie Betrugserkennung im Online-Handel) von den hoch relevanten nicht deutlich abgegrenzt. Eine solche Abstufung sollte jedoch vorgenommen werden, um die notwendige Regulierungstiefe und -dichte eines verbrauchergerechten Scorings angemessen zu bestimmen.

Die nachfolgenden Empfehlungen bauen auf den vier Abschnitten des Gutachtens auf. Abschnitt B beleuchtet Begriffe, Strukturen und Funktionsweisen von Scoring, stellt den Stand der internationalen Forschung dar und diskutiert die relevanten Handlungsfelder. Es folgen drei Abschnitte mit vertieften Analysen, zwei davon bauen auf eigenen empirischen Erhebungen auf, auf die in den folgenden Empfehlungen auch immer wieder Bezug genommen wird. Abschnitt C enthält die Ergebnisse einer

Befragung von Unternehmen, die Bonitäts-Scores anbieten, Scores für Kfz-Haftpflicht (Telematiktarife) oder Boni für Krankenversicherte nutzen. Abschnitt D enthält die Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung zu Kenntnissen über und Einstellung zu Scoring. Kapitel E stellt Umfang (und Lücken) des Rechtsrahmens des Scoring sowohl innerhalb der materiellen Regeln als auch in Bezug auf die aufsichtsrechtlichen Kompetenzen dar. Auch dieses Kapitel ist unmittelbar für die Empfehlungen wichtig.

1. Scoring für den Verbraucher verständlich machen

Problem:

In der Bevölkerung in Deutschland besteht in Bezug auf Daten, Algorithmen, Geschäftsentscheidungsprozesse und deren Zusammenspiel ein hoher Aufklärungs- und Erklärungsbedarf. So werden beispielsweise heutzutage Kreditentscheidungen durch die Aufsichtsbehörden sehr umfassend reguliert und verschiedene Empfehlungen dieses Gutachtens sind somit bereits weitgehend adressiert. Gleichwohl ist dies in der Bevölkerung wenig bis gar nicht bekannt. Es herrscht Unsicherheit und Verunsicherung. Die Notwendigkeit, gemeinsam mit allen Beteiligten Informations- und Aufklärungsarbeit zu leisten, kann nicht genug betont werden.

Die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zeigen im Detail, dass das Wissen über die verwendeten Merkmale im Bereich des Bonitäts-Scorings neben dem Alter davon abhängt, ob eine Person in den vergangenen fünf Jahren eine Selbstauskunft eingeholt hat. Formale Bildung für sich genommen scheint dagegen keinen relevanten Einfluss auf das Scoring-Wissen zu haben. Interessant ist auch, dass die Befragten mehrheitlich dagegen sind, eine Rückmeldung zu ihrem Score-Wert zu erhalten; knapp die Hälfte möchte grundsätzlich (mit unterschiedlicher Häufigkeit) darüber aktiv informiert werden.

Handlungsempfehlungen:

1. Der SVRV empfiehlt den Datenschutzbehörden, die in der DSGVO (vgl. Art. 15 Abs. 1 Buchst. h) festgeschriebenen Verständlichkeitsanforderungen für Scoring und score-basierte Geschäftsprozesse zu operationalisieren. Maßstab für Verständlichkeit sollte der Durchschnittsverbraucher sein. Soweit Scoring eine für den einzelnen Verbraucher nicht mehr nachvollziehbare Komplexität erreichen sollte, wäre sicherzustellen, dass Scoring nicht nur für Aufsichtsbehörden, sondern auch zumindest für Verbraucherorganisationen und Nicht-Regierungsorganisationen nachvollziehbar ist.
2. Scoring-Anbieter sollen den Verbrauchern die für sie wesentlichen Merkmale, auf deren Basis sie gescort werden, sowie möglichst auch deren Gewichtung auf verständliche und nachvollziehbare Weise offenlegen. Allerdings dürfen Geschäftsgeheimnisse dadurch nicht verletzt werden. Festzustellen, welche Merkmale für Verbraucher wesentlich sind, kann nicht nur Aufgabe des Gesetzgebers sein, sondern sollte auch Aufgabe von Verbraucherorganisationen oder der „Marktwächter“ der Verbraucherzentralen sein. Eine vollständige Offenlegung der Scores und ihrer Eigenschaften gegenüber Aufsichtsbehörden ist in jedem Fall notwendig (vgl. das SVRV-Gutachten Digitale Souveränität).

Ein Teil des SVRV spricht sich für eine weitreichende Scoring-Transparenz aus. Er ist der Auffassung, dass stets sämtliche in einen Score eingehenden Merkmale gegenüber dem Verbraucher offenzulegen sind und ihr relatives Gewicht in der Score-Berechnung anzugeben ist. Etwaige Geheimhaltungsinteressen der Scoring-Anbieter und -Nutzer haben insoweit gegenüber dem Auskunftsinteresse der Verbraucher zurückzustehen, wobei das Geschäftsgeheimnis der Entwicklung und Programmierung eines Scores gewahrt bleiben sollte.

3. Ein besseres Verständnis der Verbraucher bezüglich Scoring wird durch die bloße Offenlegung nicht automatisch sichergestellt. Dafür sind

verschiedene Maßnahmen notwendig, etwa: beispielhafte Darstellungen von Scores und deren Abstufungen für verschiedene Merkmale; didaktische visuelle Aufbereitung (etwa durch Verbraucherorganisationen); allgemein Verbesserung der Scoring-bezogenen Kompetenzen der Verbraucher (Skillset). Die Verständlichkeit der Scores durch Verbraucher sollte nicht nur von Fachleuten behauptet, sondern empirisch überprüft werden.

4. Verbraucher haben jetzt schon einen Anspruch (vgl. Art. 13 Abs. 2 lit. f, 15 Abs. 1 Buchst. h DSGVO) darauf, in Textform auf verständliche Weise adressatengerecht darüber informiert zu werden, dass sie gescort werden. Doch fehlt es an einer Konkretisierung. Unternehmen, Aufsichtsbehörden und Verbraucherorganisationen sollten gemeinsam Standards für Score-Anbieter entwickeln, damit Relevanz und Verständlichkeit gewährleistet werden können. Der SVRV empfiehlt zudem, Verbrauchern mitzuteilen, wie ihr persönlicher Score bezüglich der Verteilung aller Score-Werte in der Bevölkerung zu interpretieren ist (z. B. dass er „im oberen Drittel“ aller Score-Werte liegt).
5. Eine zeitnahe kostenlose Rückmeldung bei größerer Veränderung eines individuellen Scores (z. B. das Abrutschen in eine schlechtere Kategorie) ist zu gewährleisten – zumindest als wählbare Option. Dieser Mitteilung sind Grenzen gesetzt: Um eine Veränderung eines Scorewertes erkennen zu können, muss der Score-Anbieter alte Score-Werte speichern. Dies wird für viele praktische Anwendungen (wie bei Betrugserkennung oder der Bestimmung anzubietender Zahlungsoptionen) nicht der Fall sein. Die Berechnung eines Scores erfolgt bei Versicherern und Banken anlassbezogen. Damit wird keine Historie aufgebaut und so wird die Veränderung beim nächsten „Event“ nicht klar. Damit kann sich die Forderung nur auf die Institutionen beziehen, die kontinuierlich Daten sammeln, etwa Bonitäts-Scorer und das Fahreignungsregister des Kraftfahrt-Bundesamtes in Flensburg („Verkehrssünderkartei“), das solche Mitteilungen bereits versendet.

2. Scoring-Wissen und Kompetenzen fördern

Problem:

Verbraucher wissen wenig über Scoring. Dies liegt keineswegs nur an Intransparenz auf Seiten der Scoring-Anbieter und -Nutzer. Wissen ist jedoch wesentlich, damit informierte Verbraucher ihre Prüf- und Einspruchsmöglichkeiten wahrnehmen und systematische Fehlerquellen aufdecken können. Aufsichtsbehörden, Verbraucherorganisationen und deren Marktwächter sollen die Verbraucher entlasten.

Handlungsempfehlungen:

Wie bereits im SVRV-Gutachten „Digitale Souveränität“ empfohlen wurde, sollten staatliche Einrichtungen, Bildungsträger, NGOs, Verbraucherschutzorganisationen und Verbraucherschutzprojekte

1. Wissen zu Grundaspekten vermitteln, die alle Bereiche des Scorings und seine Verwendung in bestimmten Geschäftsfeldern betreffen. Hierzu sollte die Bundesregierung in ihrer Digitalisierungsstrategie innerhalb der laufenden Legislaturperiode Informations- und Diskussionsmaterial erarbeiten, um die Kompetenzen von Verbrauchern, Multiplikatoren und Entscheidungsträgern zu verbessern. Das Grundprinzip und die Qualitätsaspekte von Scoring sowie die Formen von Ungleichbehandlung und deren Ursachen gehören ebenso zum Grundwissen wie die einem Betroffenen zustehenden Rechte.
2. Kompetenzen fördern, um informierte Entscheidungen hinsichtlich der Teilnahme an einem Scoring-Verfahren zu treffen. Hierunter fällt die Kompetenz, Scoring-Angebote sowie Alternativen zu finden, kritisch zu prüfen, zu bewerten (z. B. werden die für den Verbraucher relevanten Informationen offengelegt) und zu nutzen.

3. Diskriminierung prüfen und offenlegen

Problem:

Scoring ist – wie informelle Entscheidungssysteme – nie perfekt, sondern kann immer auch mit Fehlern behaftet sein, systematischen oder unsystematischen. Ungerechtfertigte Diskriminierung ist ein solcher systematischer Fehler, da eine Gruppe von Verbrauchern fälschlicherweise systematisch niedrigere (höhere) Werte als eine andere Gruppe erhält. Die Marktbefragung innerhalb dieses Gutachtens zeigt beispielsweise, dass die meisten Auskunftsteilnehmer Geo-Scoring verwenden. Merkmale nach dem allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz wie Geschlecht oder Alter werden von einigen Auskunftsteilnehmern für die Scores herangezogen. Bei Kfz-Telematiktarifen könnten bestimmte Verbrauchergruppen benachteiligt werden – wie z. B. Schichtarbeiter oder Stadtbewohner, durch schwer beeinflussbare Merkmale wie Zeit und Ort einer Fahrt.

Wir stellen Defizite in der Abstimmung des Antidiskriminierungsrechts mit der Datenschutzgrundverordnung fest, sowie vor allem in der Durchsetzung. Diese Durchsetzungsprobleme resultieren in erster Linie aus der schwierigen empirischen Nachweisbarkeit algorithmischer Diskriminierung auf individueller oder Gruppenebene. Dabei ist nicht zu verkennen, dass der Vergleich der Score-Verteilung zwischen verschiedenen geschützten Gruppen bisweilen schwer bis gar nicht möglich ist, weil Datenschutz-Vorgaben (siehe Art. 9 DSGVO) der Erhebung und Speicherung bestimmter Merkmale entgegenstehen können.

Handlungsempfehlungen:

1. Der SVRV empfiehlt, die Auskunftsansprüche von Verbrauchern zu stärken, wie sie in Art. 15 Abs. 1 Buchst. h DSGVO angelegt sind. Insbesondere sollten Verbraucher (sofern dies durch den Anbieter ermittelbar ist) erfahren können, wie die Scores zwischen verschiedenen Gruppen mit unterschiedlichen geschützten Merkmalen verteilt

sind, um so eine mögliche algorithmische Diskriminierung dem Grunde nach belegen zu können.

2. Der SVRV empfiehlt zudem die Stärkung der Aufsichtsbehörden (siehe Handlungsempfehlung 7).
3. Der SVRV spricht sich ferner für ein Verbandsklagerecht für Antidiskriminierungssachverhalte im Bereich des Scorings aus.

4. Telematikfreie Option sicherstellen

Problem:

Die Marktbefragung im Rahmen dieses Gutachtens zeigt, dass das Potenzial einer Ausweitung von Telematiktarifen in der Kranken- und Kfz-Versicherung gegeben ist, also die Nutzung von Online-Informationen über das Gesundheits- und Fahrverhalten. Die technischen Möglichkeiten zur Erfassung weiterer Daten entwickeln sich fortwährend (wie eCall-Technologie, Vernetzung von Automobilen, Wearables). Anbieter haben potenziell Interesse daran, immer mehr Merkmale einzubeziehen (z. B. im Gesundheitsbereich aus der elektronischen Patientenakte).

Wenn bestimmte Versicherte benachteiligt werden, weil ihnen der Erwerb von Vergünstigungen im Rahmen von verhaltensbasierten Tarifen, z. B. aufgrund körperlicher Einschränkungen, erschwert oder verwehrt wird, kann das Solidaritätsprinzip gefährdet sein. Versicherungstarife könnten in Abhängigkeit individueller Leistungsfähigkeit auseinanderdriften und die Wahlfreiheit eingeschränkt werden (z. B. von Personen mit hoher Datenschutzpräferenz). Die Verletzung des Solidaritätsprinzips ist in Deutschland im Kern durch die Sozialversicherungen wirksam ausgeschlossen; fragwürdig sind allerdings Bonusprogramme der gesetzlichen Krankenversicherungen.

Die Bevölkerungsbefragung hat ergeben, dass die Akzeptanz hinsichtlich der verhaltensbasierten Merkmale, die für das präsentierte Kfz- bzw. Gesundheitsscoring herangezogen werden sollen, insgesamt niedrig ist.

Handlungsempfehlungen:

1. Der SVRV empfiehlt, die Aufrechterhaltung telematikfreier Optionen im Versicherungsbe-
reich (insbesondere Kfz-Haftpflichtversicherung, Krankenversicherung) gesetzlich zu garantieren. Insbesondere:
2. Versicherungsnehmern, die keinen Telematiktarif nutzen, dürfen keine substanziellen Nachteile im Vergleich zu Versicherungsnehmern mit Telematiktarif entstehen.
3. Telematiktarife sind nach Auffassung der Mehrheit des SVRV so auszugestalten, dass sie sich wirtschaftlich selbst tragen und dadurch nicht indirekt zu Lasten der Versicherungsnehmer gehen, die keinen Telematiktarif nutzen. Da insbesondere im Bereich der Krankenversicherungen Solidaritätsziele eine Rolle spielen, müsste sichergestellt werden, dass niedrigere Telematiktarife, die nur durch die Entscheidung von überdurchschnittlich gesunden Versicherten für diese Tarife entstehen und nicht die Ausgaben der Versicherer wesentlich reduzieren, nicht zulässig wären.

5. Score-Qualität gewährleisten

Problem:

Der deutsche Gesetzgeber fordert die Anwendung anerkannter „mathematisch-statistischer Verfahren“ (§ 31 BDSG), konkretisiert diese Vorgabe aber nicht. Auch die DSGVO enthält keine konkreten Vorgaben. Ein wissenschaftliches Verfahren, wie etwa multiple Regression, garantiert jedoch keineswegs automatisch die Qualität eines Scores. Außerdem sind komplizierte und schwer verständliche Verfahren nicht unbedingt besser als einfache und verständliche Regeln oder gar der Zufall. Deshalb müssen Anbieter ein hohes Qualitätsniveau für Scoring-Verfahren sicherstellen, und zwar nicht nur für die angewandte Methode, sondern auch für das Ziel des Scorings. Problematisch ist etwa, wenn bei einem „Gesundheits-Score“ massiv gesundheitsschädliches Verhalten wie Rauchen nur mit geringem Gewicht eingeht, wohingegen Aktivitäten, deren Gesundheitsnutzen nicht belegt ist, mit hohem Gewicht eingehen. Ein Score muss das messen, was er vorgibt zu messen, und er muss die weiteren in diesen Empfehlungen genannten Kriterien erfüllen.

Handlungsempfehlungen:

1. Der SVRV empfiehlt, ein anspruchsvolles Qualitätsleitbild auf der Basis von Beispielen guter Praxis (Best Practices) zu entwickeln. An bestehende Initiativen zur Qualitätssicherung algorithmischer Prozesse soll angeknüpft werden. Dieses Qualitätsleitbild soll in Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, den Aufsichtsbehörden, den Marktwächtern der Verbraucherzentralen und den Verbraucherorganisationen erarbeitet und aktualisiert werden (Ausarbeitung, Implementierung, Monitoring).
2. Scoring-Anbieter in den sensiblen Bereichen sollten verpflichtet werden, gegenüber den Aufsichtsbehörden darzulegen und im Detail überprüfbar zu machen, wie gut das Verfahren tatsächlich ist. Nur so ist es möglich, die Score-

Verfahren auf ihre Verbrauchergerechtigkeit hin zu testen. Diese Verpflichtung soll für Scores, die Verhalten prognostizieren, mittels statistischer Gütemaße (z. B. Falsch-Positiv Rate, Hit-Rate, Gini-Koeffizient, „Area under the ROC“) für die Gesamtpopulation und auch für relevante Teilpopulationen (nach Geschlecht, Alter, Bildung usw.) gelten. Dadurch können auch Diskriminierung erkennbar und fragwürdige Score-Qualitäten sichtbar gemacht werden.

3. Die nicht-adäquate Kennzeichnung des Ziels eines Scoring-Verfahrens ist bereits nach bestehender Rechtslage unzulässig. Zur Aufdeckung falsch gekennzeichnete Scores können neben Aufsichtsbehörden (siehe auch Empfehlung 7) aufgrund ihrer Expertise auch Verbraucherorganisationen oder die Marktwächter der Verbrauchszentralen beitragen.
4. Alle Stellvertreter-Merkmale, wie sie zum Beispiel beim Geo-Scoring verwendet werden, bedürfen einer besonderen Rechtfertigung (Stichwort Kausalzusammenhang) und Kontrolle durch die zuständige Aufsichtsbehörde. Die Verwendung von Proxy-Variablen sollte minimiert werden. Wenn sie eingesetzt werden, sollte ihr Zusammenhang zum Zielmerkmal inhaltlich plausibel begründet sein.

6. Datenqualität sichern

Problem:

Die Marktbefragung innerhalb dieses Gutachtens zeigt, dass alle Auskunftsteile Verbrauchern Korrekturmöglichkeiten bieten, wenn diese feststellen, dass falsche oder veraltete Informationen über sie vorliegen. Best Practice stellen hier weiterhin die Unternehmen in der Befragung dar, die laut eigenen Angaben kontinuierliche Datenüberwachung und Einhaltung von Löschrufen praktizieren, um die Qualität ihres Datenbestandes zu wahren.

Die Datenqualität ist ein Teilbereich von Data Governance, einem Framework, das in immer mehr Organisationen und Unternehmen umgesetzt wird. Dies unterstreicht die Bedeutung von Daten in der heutigen Zeit, nicht nur der personenbezogenen Informationen, und reflektiert die Notwendigkeit, mit dem Rohstoff unserer Zeit verantwortungsvoll und angemessen umzugehen. Die Data Governance definiert zum Beispiel die Verantwortlichkeiten für alle Entscheidungen, die Daten und deren Nutzen betreffen, sowie die relevanten Infrastrukturen und Sicherheitsaspekte.

Datenqualität ist keine singuläre Eigenschaft, sondern sie setzt sich aus diversen Dimensionen zusammen, beispielsweise der Korrektheit, der Vollständigkeit und der Aktualität von Informationen. Datenqualität ist insbesondere ein relativer Begriff. Eine gute Datenqualität liegt vor, wenn die „Fitness for use“ gewährleistet ist. Abhängig von der Anwendung sind die Anforderungen durchaus unterschiedlich zu definieren. Für hochqualitative Scoring-Verfahren muss eine sehr gute Datenqualität vorliegen.

Auf der einen Seite ist es unerlässlich, dass die Entwicklung eines Scoring-Verfahrens auf Daten von höchstmöglicher Qualität durchgeführt wird. Die Daten müssen einen hohen Grad an Korrektheit haben, sollten angemessen aktuell sein und einen Umfang aufweisen, der die Schätzung des Verfahrens erlaubt. Ferner ist die Repräsentativität der Entwicklungs- bzw. Trainingsdaten sicherzustellen: Die Daten müssen Zusammensetzung, Struktur und Verhalten des Personenkreises wiederspielen, auf den das Scoring-Verfahren angewandt werden soll.

Selbst das qualitativ hochwertigste Scoring-Verfahren wird bei Anwendung nicht-korrekte oder sogar falsche Ergebnisse liefern, wenn die zur Verfügung stehenden Eingabedaten von mangelhafter Qualität sind. Beispielsweise wurde im Rahmen der Marktstudie bei Kfz-Telematik von Fällen berichtet, in denen falsche Fahrdaten zustande kommen, weil das Kartenmaterial veraltet ist, oder weil es Störungen beim GPS-Signal oder beim Übertragen der Daten gab. Für die Anwendung von Scoring-Verfahren beim Bonitäts-Scoring liegt das Hauptaugenmerk im Hinblick auf Datenqualität auf der korrekten Zuordnung von Information zu Person (Entity Recognition), Korrektheit der Informationen, Aktualität der Informationen und Vollständigkeit.

Handlungsempfehlungen:

1. Eine angemessene Datenqualität bei der Score-Entwicklung ist zu gewährleisten und den Aufsichtsbehörden zu dokumentieren.
2. Scoring-Anbieter und -Nutzer sollten sich selbst verpflichten, ihre Data Governance und speziell ihr Datenqualitätsmanagement nach Maßgabe des Qualitätsleitbildes zu verbessern.
3. In der Anwendung der Verfahren ist die Korrektheit, Vollständigkeit und Aktualität der Daten sicherzustellen.
4. Zur Überprüfung der Datenbasis durch die Verbraucher selbst hat der SVRV bereits in seinem Gutachten „Digitale Souveränität“ die Option eines Daten-Dashboards skizziert, um ein Verbraucher-zentriertes Datenmanagement zu ermöglichen. Der SVRV bekräftigt seine Empfehlung, eine solche Option zu prüfen. Dazu sollten aktuelle Entwicklungen für ein sicheres Identitätsmanagement über Blockchain-basierte Systeme einbezogen werden, die dem Verbraucher die Möglichkeit geben, sicher und eindeutig die eigenen Identitätsdaten zu verwalten.
5. Der SVRV empfiehlt die Qualität der in relevanten Scoring-Verfahren eingesetzten Daten, insbesondere auch die Entity Recognition, zügig zu erforschen und ggf. zu verbessern, falls nötig

durch gesetzliche Vorgaben. Es ist sicherzustellen, dass der beim Anbieter für eine bestimmte Person ermittelte Score tatsächlich der korrekten Person zugeordnet wird. Der Minimierung von Identitätsverwechslungen dient die Verpflichtung, dass Anbieter die betreffende Person über die Tatsache informieren, dass sie gesort wird (siehe Handlungsempfehlung 1). Hier ergibt sich offenkundig ein Konflikt zwischen dem Interesse von Scoring-Anbietern und Nutzern und dem Datenschutz. Der SVRV empfiehlt deswegen, dass die Datenethikkommission der Bundesregierung die Möglichkeiten einer verbesserten Entity Recognition diskutiert und konkrete Empfehlungen erarbeitet.

7. Aufsicht verbessern

Problem:

Die zuständigen Aufsichtsbehörden sind mit ihrer gegenwärtigen personellen und technischen Ausstattung nicht annähernd in der Lage, ihren Prüfaufträgen in den in diesem Gutachten genannten Bereichen und ihrem Umfang tatsächlich nachzukommen. Juristische Kompetenz reicht nicht aus, vielmehr sind insbesondere Informatik- und Statistik-Kompetenz gefragt. Dies gilt in besonderem Maße, wenn den betreffenden Behörden die in diesem Gutachten geforderten zusätzlichen Aufgaben übertragen würden.

Handlungsempfehlungen:

1. Der SVRV empfiehlt der Bundesregierung zu prüfen, wie eine Digitalagentur (siehe auch SVRV-Gutachten „Verbraucherrecht 2.0“) als Kompetenzzentrum agieren kann, das den einzelnen Aufsichtsbehörden hilft, ihre Aufgaben wahrzunehmen. Hierbei wäre zum Beispiel die Form eines Bundesinstituts vorstellbar, das methodische Kompetenzen zur Qualitätssicherung bereithält, die auch für nicht-digitale Zwecke eingesetzt werden könnten.

2. Die zuständigen Aufsichtsbehörden sind strukturell und teilweise durch Verbesserungen der Entgelte von Spezialisten, vor allem im Statistik- und Informatik-Bereich, in die Lage zu versetzen, den beschriebenen Aufgaben nachgehen zu können. Die Entwicklung der BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) in den letzten Jahren kann als Vorbild dienen. Den zuständigen Aufsichtsbehörden sind die für die oben genannten zusätzlichen Aufgaben sowie für das Testen konkreter Scorings notwendigen erheblichen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen.
3. Zur raschen Umsetzung der vorliegenden Empfehlungen schlägt der SVRV vor, unverzüglich nach Abschluss der Datenethikkommission auf der Ebene der Bundesregierung eine Task Force (etwa beim Bundeskanzleramt) einzurichten, die auf der Basis bereits existierender Verfahren (z. B. der BaFin) Leitlinien für die Ausarbeitung eines Qualitätsleitbilds vorlegt.

ziellen Gründen Daten aus verschiedensten Lebensbereichen in einer Datenbank und in einem Unternehmen zu vereinen. Dies könnte sogar auf freiwilliger Basis geschehen, wenn sich Menschen dadurch individuelle Vorteile versprechen. Dieses Potenzial existiert ganz konkret bei Versicherungsunternehmen, die verschiedene Versicherungssparten betreiben. Datenbestände könnten hier zusammengelegt und im Zusammenhang ausgewertet werden. Wer gesund lebt, könnte zum Beispiel eine günstigere Berufsunfähigkeits-Versicherung angeboten bekommen.

Im Übrigen zeigt die Bevölkerungsbefragung, dass bis zu einem Drittel der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland sich die Zusammenführung von Kfz- und Gesundheits-Scores vorstellen kann; die Befragten geben an, dies sei „gerecht“ oder sie würden davon persönlich profitieren.

Handlungsempfehlungen:

Der SVRV empfiehlt, die Entwicklung in China und in anderen Ländern, wo mit Super-Scores experimentiert wird, sorgfältig zu verfolgen und zu analysieren. Insbesondere ist ein öffentlicher Diskurs über die sich damit verändernden gesellschaftlichen Werte und Gestaltungsoptionen notwendig.

Die Entwicklung von Super-Scores durch internationale kommerzielle Anbieter kann auch in Deutschland relevant werden. Gesetzgeber und Aufsichtsbehörden sollten sich darauf vorbereiten zu prüfen, ob Maßnahmen ergriffen werden sollten und können, damit Super-Scores nicht auch in Deutschland kommerziell angeboten werden.

Der SVRV empfiehlt, konkret zu prüfen, inwieweit bestehende Instrumente der DSGVO (insbesondere Zweckbindungsgrundsatz und Koppelungsverbot) auch zur Verhinderung von Super-Scores einsetzbar sind.

8. Super-Scores verhindern

Problem:

Die chinesische Regierung plant bis 2020 jedem Bürger einen Sozialenkredit-Wert zuzuordnen. Dieser Super-Score wird derzeit mit modernster Computertechnologie von kommerziellen Firmen entwickelt und soll die Vertrauenswürdigkeit in finanzieller, rechtlicher, sozialer und politischer Hinsicht messen. Bürger mit einem hohen Score sollen Vorteile erhalten, wie bei einem Vielflieger-Programm, und jene mit niedrigem Score dürfen etwa keine schnellen Züge benutzen oder ihre Kinder nicht auf die besten Schulen senden. Dieser Super-Score soll das moralische Verhalten der Bevölkerung verbessern, Korruption reduzieren und „Harmonie“ herstellen.

Auch wenn eine staatliche Einführung eines Sozialkredit-Systems in Deutschland nicht absehbar ist, wächst durch Datenhändler und Möglichkeiten der De-Anonymisierung von Datensätzen das Potenzial, aus kommer-

