

IM INTERVIEW: MICHAEL FREYTAG

# „2017 wird das beste Geschäftsjahr unserer Geschichte“

Schufa-Vorstandschef: Umsatz und Gewinn steigen erneut – Neue Datenbank zur Betrugsbekämpfung – Unternehmensgeschäft wird ins Ausland ausgeweitet

Börsen-Zeitung, 16.12.2017

**Herr Dr. Freytag, wie ist das Geschäftsjahr 2017 für die Schufa verlaufen?**

2017 wird das beste Geschäftsjahr unserer 90-jährigen Unternehmensgeschichte sein. Umsatz und Gewinn sind erneut gestiegen. Die Ebit-Marge, unser zentraler Erfolgsmesser, wird deutlich über 20% liegen.

**Schützen Sie Ihren Gewinn aus, oder thesaurieren Sie ihn?**

Wir machen beides. Es gibt eine Ausschüttung, und wir rechnen es unseren Eigentümern hoch an, dass sie einen erheblichen Teil des Gewinns im Unternehmen belassen. Wir investieren jährlich einen zweistelligen Millionenbetrag in Weiterentwicklung und Sicherheit unserer IT. Außerdem halten wir ausreichend Eigenkapital vor, um am Markt investieren zu können. Sämtliche Investitionen generieren wir aus dem Cash-flow.

**Was ist für Sie der Kern des Geschäfts der Schufa?**

Vertrauen zu schaffen. Mit diesem Thema sind wir seit 90 Jahren am Markt. Vertrauen ist nach wie vor die härteste Währung für eine funktionierende Wirtschaft und im persönlichen Leben. In der digitalen Welt hat Vertrauen einen ganz besonderen Stellenwert, und es bedarf Unternehmen wie der Schufa, die dieses Vertrauen herstellen. Unser Geschäftszweck ist gerade in der digitalen Welt aktueller denn je, denn die Herausforderungen sind vielfältiger geworden. Wir haben dieser Entwicklung durch den Ausbau unserer Infrastruktur Rechnung getragen und sind heute ein voll digital arbeitendes Unternehmen. Mit unseren hochmodernen Systemen beantworten wir über 400.000 Kreditanfragen am Tag, und das innerhalb von Millisekunden. Darüber hinaus haben wir unsere Geschäftsfelder deutlich erweitert.

**Wo sind Sie aktiv?**

Wir betreuen heute Unternehmenskunden und Privatkunden mit Leistungen rund um Bonität, Identität und Betrugsabwehr. In beiden Kundengruppen wachsen wir deutlich. Im Unternehmensbereich sind wir in unterschiedlichen Branchen aktiv. Besonders stark bei Banken, aber auch im E-Commerce, im stationären Handel, in der Immobilienwirtschaft, bei Energieversorgern, der Telekommunikation und dem Forwardsmanagement.

**Und wie sieht es bei den Privatkunden aus?**

Wir konnten unser Geschäft in den vergangenen Jahren um mehr als 20% pro anno steigern, weil das Bedürfnis zunimmt, in unserer digitalisierten Welt einen Datenmanager zu haben. Die Verbraucher wollen sich sicher in dieser Welt bewegen und vor Betrug geschützt werden.

**Wie kann die Schufa vor Betrug schützen?**

Wir haben mehrere Ansätze: Im Bankbereich haben wir einen Fraud Pool geschaffen, der seit drei Jahren sehr erfolgreich am Markt ist. Mehr als 50 Kreditinstitute sind dort angeschlossen und melden Betrugsverdachtsfälle, die dann allen teilnehmenden Banken mitgeteilt werden.

**Welche Banken sind das?**

Zu unseren aktuellen Kunden zählen große Kreditfabriken und Banken ebenso wie kleinere Marktteilnehmer. Die Betrugsprävention wirkt. Zugleich wird der Datenschutz streng eingehalten.

**Stellen Sie Ihre neuen Produkte vor der Markteinführung Ihren Aufsichtsbehörden beziehungsweise Datenschutzbeauftragten vor?**

Ja. Uns ist wichtig, dass unsere Datenschutzaufsichtsbehörde informiert ist und keine Beanstandungen hat. Auch Paragraph 47 Absatz 5 des Geldwäschegesetzes in der neuen Fassung berücksichtigt Informationsquellen Dritter wie unseren Fraud Pool. Damit wird auch dem Kreditwesengesetz Genüge getan.

**Um welche Situationen geht es bei der Betrugsprävention?**

In den meisten Fällen geht es darum, sich mit gefälschten Unterlagen einen Kredit unter falschem Namen zu erschleichen. Oder ein Darlehen in einer Höhe zu erhalten, das man bei Vorlage korrekter Unterlagen nicht bekommen würde. Etwa 80%

der Betrugsversuche sind Bonitäts-täuschungen durch manipulierte Unterlagen zum Beispiel bei Gehaltsabrechnungen. Rund 20% betreffen Identitätstäuschungen.

**Wie umfangreich ist denn diese Betrugsdatenbank?**

Seit ihrer Einführung vor drei Jahren haben wir 38 Millionen Anfragen erhalten und konnten mehr als 36.000 Hinweise auf mögliche Betrugsversuche geben. Inzwischen sind mehr als 20.000 betrugsverdächtige Personen dort gespeichert.

**Erfahren die Personen davon, dass sie in Ihrem Fraud Pool sind? Ja. Das ist gesetzlich so vorgeschrieben.**

**Wie reagieren die angeschlossenen Banken auf Ihren Fraud Pool?**

Wir haben ein Innovation Lab gegründet, in dem sich Spezialisten mit neuesten Technologien, Machine Learning und modernen Algorithmen auseinandersetzen und intelligente Systeme entwickeln. Damit erweitern wir unser Angebot von dem

Echtzeit. Durch diesen Filter können dann künftig Online-Bestellungen hindurchgeleitet werden. Das System, das wir mit historischen Fällen trainiert haben, erkennt Betrugsmuster innerhalb von Millisekunden. So kann Online-Händlern von uns signalisiert werden, wenn ein Betrugsverdacht vorliegt.

**Wann wollen Sie diesen Filter auf den Markt bringen?**

Im Laufe des Jahres 2018.

**Wer entwickelt bei Ihnen diese neuen Produkte?**

Wir haben ein Innovation Lab gegründet, in dem sich Spezialisten mit neuesten Technologien, Machine Learning und modernen Algorithmen auseinandersetzen und intelligente Systeme entwickeln. Damit erweitern wir unser Angebot von dem

zählen der permanente Zugriff auf seine Schufa-Daten, Informationen zu Unternehmen sowie Lösungen zum Schutz vor Identitätsmissbrauch und Betrug.

**Können Sie das konkretisieren?**

Mit unserem Update-Service bieten wir einen Dienst an, der unsere Kunden über Änderungen ihres Datenbestands und eingehende Anfragen aktuell per SMS informiert. Damit können Betrügereien schnell erkannt und verhindert werden. Denn wenn ein Kunde die Information von uns bekommt, dass ein Unternehmen über ihn anfragt, zu dem er keinen Geschäftskontakt hat, ist die Wahrscheinlichkeit eines Identitätsbetrugs sehr hoch, zum Beispiel weil seine Daten zuvor gestohlen worden sind.

**Wie kann ich mich da schützen?**

Hier hilft unser Ident Safe für das Internet. Unser Kunde gibt uns bis zu zehn persönliche Daten, wie zum Beispiel Konto- und Kreditkartennummer, und wir suchen mit einer Partnerfirma weltweit im öffentlich zugänglichen Internet nach Treffern, seit neuestem auch im Darknet und Deep Web. Wenn wir die Daten finden, informieren wir unseren Kunden.

**Und was nützt mir das als Betroffener?**

Wenn beispielsweise Name und Kontonummer im Netz öffentlich zugänglich sind, bedeutet dies eine große Missbrauchsgefahr. Wir schalten unseren Kunden dann eine Hotline und helfen ihnen, aus der Situation herauszukommen. Wir schreiben auch den Internetseitenbetreiber an und verlangen die Löschung der veröffentlichten Daten.

**Das könnte ich doch selbst machen.**

Dies setzt aber voraus, dass eine Privatperson überhaupt Kenntnis von der Gefahr erlangt. Und ein Löschungsverlangen der Schufa hat auch eine andere Wirkung als der entsprechende Wunsch eines einzelnen Verbrauchers.

**Wie kann man den Ident Safe erwerben?**

Im Rahmen unserer speziellen Servicepakete. Im Basispaket können Sie jederzeit in Ihre Schufa-Daten Einblick nehmen und den erwähnten Update-Service nutzen. In einem erweiterten Paket ist der Ident Safe enthalten. Zudem bieten wir eine Premiumvariante mit Partnerkarte und Preisvorteilen an; hierin enthalten ist auch unsere Unternehmensauskunft für Hauslehaber, mit der Information, ob bei einem Bauunternehmer in der Vergangenheit Zahlungsstörungen aufgetreten sind.

**Wie viele Privatkunden haben Sie insgesamt?**

Zwei Millionen Personen haben bei der Schufa ein festes Konto, über das sie jederzeit ihre bei uns gespeicherten

## ZUR PERSON

### Vom Senator zum Vorstand



Michael Freytag

tl – Immerhin, den Blick aufs Wasser hat Dr. Michael Freytag (59) von seinem Büro bei der Schufa Holding AG in Wiesbaden. Es ist aber nur der Rhein, auf den er als Vorstandsvorsitzender der Auskunft blicken kann und nicht die Älster oder gar die Elbe wie früher, als der gebürtige Hamburger dort noch Stadtentwicklungs- und Umweltsenator (2004 bis 2007) und anschließend Finanzsenator (bis 2010) war.

Freytag ist nun aber auch schon seit sieben Jahren Chef der Schufa, nachdem sein Vorgänger etwas abrupt gehen musste. Erfolge sind deutlich sichtbar. Die Umsätze stiegen seit 2012 um 37%, der Gewinn hat sich mehr als verdreifacht.

Der promovierte Jurist war zehn Jahre Corporate- und Investmentbanker bei der Deutschen Bank

und wechselte 2001 in die Politik. Von 2007 bis 2010 war der Vater von drei Kindern neben seinem Regierungssamt Landesvorsitzender der CDU in Hamburg. (Börsen-Zeitung, 16.12.2017)

Sie sind mit uns sehr zufrieden. Denn der verhinderte Schaden ist um Etliches höher als die Kosten für diese Dienstleistung.

**Wie werden Sie für diese Dienstleistung bezahlt?**

Abfragebezogen.

**Helfen Sie Banken auch bei der Geldwäscheprävention?**

Ja. Banken müssen ja schon bei der Kontoeröffnung ihre Kunden gemäß Geldwäschegesetz identifizieren. Neben dem Fraud Pool helfen wir Banken und Unternehmen mit unserer GWG-Auskunft oder auch den „Schufa BasisDaten“ dabei, die Anforderungen des Geldwäschegesetzes oder Anacredit zu erfüllen.

**Wie haben sich die Betrugsbekämpfung und Compliance in den vergangenen Jahren entwickelt?**

In den vergangenen beiden Jahren ist der Umsatz in diesem Bereich jeweils um mehr als 30% gewachsen.

**Schützen Sie auch Privatkunden vor Betrug und Identitätsdiebstahl?**

Ja. Personen, die schon einmal Opfer von Identitätsbetrug geworden sind, können sich ein sogenanntes Flag setzen lassen. Hierdurch wird jedem anfragenden Unternehmen der Warnhinweis gegeben, dass die betreffende Person bereits Betrugsopfer gewesen ist. Somit haben die Unternehmen die Möglichkeit, die Bestellung oder auch die Lieferadresse nochmals besonders zu prüfen.

**Wie intensiv wird das genutzt?**

Mehr als 1.300 Personen, deren Identität missbraucht wurde, haben sich bei uns bereits eintragen lassen. Dieser Service ist für die Betroffenen kostenlos.

**Ein großes Thema dürfte doch auch Betrug im Online-Handel sein.**

Der jährliche Schaden durch Betrügereien bei Online-Händlern beträgt etwa 2,5 Mrd. Euro, und die Tendenz ist steigend. Der prozentuale Zahlungsausfall ist im Handel größer als bei den Banken. Wir entwickeln gerade mit großen Playern auf der Basis modernster Technologien wie neuronalen Netzen und selbstlernenden Algorithmen eine Lösung zur Betrugsmustererkennung in

einer klassischen Auskunft mit Bonitätsprognose zu einem Anbieter von maßgeschneiderten Lösungen für das Risikomanagement, der gemeinsam mit seinen Kunden Betrugsabwehrmodelle entwickelt. Es ist der Zweck der Schufa, Unternehmen und Verbraucher zu schützen. Denn den finanziellen Schaden, der den Unternehmen durch Betrug entsteht, müssen letztendlich alle ehrlichen Marktteilnehmer über höhere Preise bezahlen.

**Was bedeuten diese selbst lernenden Maschinen für Ihre Abläufe?**

Sie erleichtern und beschleunigen unsere Prozesse. Im Online-Handel ist das besonders entscheidend. Denn in einer Welt, in der Geschwindigkeit Trumpf und der Kauf auf

## Die Schufa in Zahlen

- Die Schufa hat 9 000 Unternehmenskunden und 2 Millionen Privatkunden.
- Bei der Schufa sind Daten zu 67,2 Millionen natürlichen Personen und 5,3 Millionen Unternehmen gespeichert.
- Bei der Schufa waren Ende 2016 insgesamt 17,4 Millionen laufende Kredite verzeichnet.
- Bei den 2016 neu aufgenommenen Krediten lagen der Durchschnittsbetrag bei 10 255 Euro und die durchschnittliche Laufzeit bei rund vier Jahren.
- Die aktuelle Kreditschuld jeder Person im Schufa-Datenbestand mit mindestens einem Kredit betrug 2016 durchschnittlich 10 793 Euro.
- Die Rückzahlungsquote liegt bei 97,8%.
- Bei der Schufa sind 800 Mitarbeiter beschäftigt.

Rechnung die beliebteste Bezahart ist, muss der Händler innerhalb von Millisekunden wissen, ob er die Ware versenden kann oder nicht. Die Bearbeitung unseres großen Anfragevolumens wäre ohne einen Automatisierungsgrad von über 99% gar nicht möglich. Wichtig ist uns jedoch die Kombination von Mensch und Maschine. Der Mensch trainiert die Maschine und überprüft auch regelmäßig ihre Ergebnisse. Durch diese Kombination erzielen wir nachweislich äußerst präzise Resultate.

**Was bieten Sie Privatkunden?**

Wir helfen dem Kunden beim glaubwürdigen Ausweis seiner Bonität gegenüber Dritten und bieten ihm verschobene Servicepakete für sein persönliches Datenmanagement. Dazu

ten Daten einsehen können. Darunter sind auch viele Kunden, die bereits vor Einführung der Servicepakete zu uns kamen.

**Wie werden die neuen Servicepakete angenommen?**

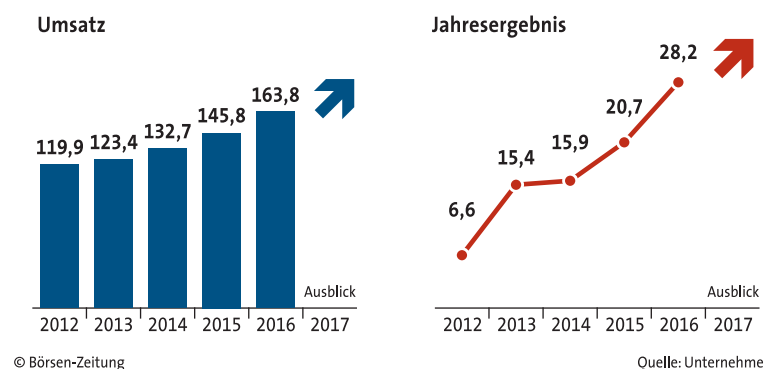
Im ersten Jahr 2015 haben wir 70.000 neue Kunden gewonnen. Aktuell nutzen bereits 220.000 Personen unsere Servicepakete. Wir sind überzeugt, dass sich dieses Segment noch deutlich ausweitet. Denn man sollte permanent über seine Daten Bescheid wissen – vor allem dann, wenn man im Internet unterwegs ist.

**Wo wird die klassische Schufa-Auskunft besonders intensiv genutzt?**

Unsere Bonitätsauskunft kommt vor

## Steil nach oben

Erlös und Ergebnis der Schufa Holding in Mill. Euro



© Börsen-Zeitung

Quelle: Unternehmen

allein bei der Wohnungssuche zum Einsatz. Mit ihr signalisiert der Mieter seine finanzielle Zuverlässigkeit. Auch hier schaffen wir Vertrauen. Um die Verfügbarkeit stetig zu verbessern, bieten wir unsere Auskunftprodukte nicht nur über unsere eigenen Vertriebskanäle, sondern auch über Kooperationspartner wie Banken und Immobilienportale an. Dort kann man Schufa-Produkte am Point of Sale oder online kaufen.

**Wie wichtig ist für die Schufa das Privatkundengeschäft im Vergleich zum Firmenkundengeschäft?**

Seit 2010 haben wir die Anzahl unserer Privatkunden mehr als verdoppelt. Ursprünglich hatte dieses Segment einen untergeordneten Umsatzanteil. Inzwischen macht es mehr als ein Fünftel des Gesamtumsatzes aus. Die jährlichen Wachstumsraten liegen bei 20%.

**Inzwischen tritt die Schufa auch mit Unternehmensinformationen am Markt auf.**

Wir haben das Business-to-Business-Geschäft stark ausgebaut.

**Was machen Sie da konkret?**

Mit Hilfe eines neu gegründeten Kompetenzzentrums und speziell in diesem Geschäft erfahrenen neuen Mitarbeitern konnten wir in den vergangenen zwei Jahren den Umsatz im B-to-B-Geschäft um 35% ausweiten. Als Alleinstellungsmerkmal bieten wir nicht nur vielfältige Firmenauskünfte an, sondern auch Beurteilungen des Managements.

**Warum auch das Management?**

Das spielt im Hinblick auf die finanzielle Zuverlässigkeit bei kleinen und mittleren Unternehmen eine besondere Rolle. Wir können unter bestimmten Voraussetzungen die Informationen der Unternehmensdatenbank mit denen der Personendatenbank verbinden. Wir nennen das eine kaskadierende Auskunft.

**Wo liegt da der Vorteil?**

Eine neu gegründete GmbH etwa ist in der Regel ohne Negativmerkmale, das gilt aber nicht immer für die Personen, die das Unternehmen führen. Hat es hier ein Beispiel Insolvenzen gegeben, sollte man dies als Kreditgeber wissen.

**Die Daten zur Auskunft über deutsche Unternehmen sind Ihre eigenen Daten?**

Ja, unsere Unternehmensdatenbank wird von unserer Tochterfirma CS Connect betrieben. Darin sind Informationen zu 5,3 Millionen Unternehmen gespeichert. Hierzu zählen sowohl im Handelsregister eingetragene Firmen als auch nicht eingetragene Klein- und Einzelunternehmen.

**Sind Ihre Wirtschaftsauskünfte auf Deutschland beschränkt?**

Nein. Seit neuestem können wir über einen Partner, den Kreditversicherer Coface, auch Auskunft über Unternehmen in mehr als 200 Ländern und Regionen geben. Wir kommen damit mittelständischen Unternehmen entgegen, die auch im Auslandsgeschäft ihre Auskünfte aus einer Hand und nicht von mehreren Auskunftgebern beziehen möchten.

**Aber es gibt im B-to-B-Markt viel größere Wettbewerber. Sie gelten da eher als Market Follower.**

Das ist richtig. Wir arbeiten uns konsequent nach vorne und sind technisch sowie vertrieblieh gut aufgestellt. Wir empfehlen uns sowohl durch die erwähnte Verbindung von Unternehmen und Personen sowie unsere hohe Datenqualität. Und da wir unsere Informationen vollständig digital erheben und verarbeiten, können wir in Echtzeit aktuelle Informationen verfügbar machen.

**Wie entwickelt sich das Geschäft?**

Die Wachstumsraten sind sehr erfreulich, und wir gewinnen ständig neue Kunden. Diese kommen sowohl aus dem Mittelstand als auch aus dem Dax30. Ich sehe hier noch erhebliches Potenzial. Wir wollen am Markt noch deutlicher herausstellen, nicht nur Personenauskunftei zu sein, sondern auch eine vollumfängliche Wirtschaftsauskunftei.

**Welche Rolle spielen Fintechs für Sie? Sind das Kooperationspartner oder Wettbewerber?**

Es gibt viele Fintechs, die Bonitätsprognosen aus anderen Quellen anbieten...

**... Sie meinen das Internet...**

Ja. Wir hingegen gehen nicht in soziale Netzwerke und beuten nicht die Privatsphäre der Menschen aus. Wir greifen für unsere Bonitätsprognosen nur auf öffentliche Daten zurück und auf Daten, die wir von

„Es ist der Zweck der Schufa, Unternehmen und Verbraucher zu schützen.“

unseren Vertragspartnern erhalten. Diese überprüfen wir auch regelmäßig durch Inventuren und spezielle Qualitätssicherungsverfahren, die wir auch im Innovation Lab entwickeln.

**Wie beurteilen Sie denn die Zuverlässigkeit der Prognosen dieser neuen Wettbewerber?**

Es gibt Angebote, bei denen es in Bezug auf die Ausfallquoten sehr riskant ist, sich auf solche Auskünfte zu verlassen. Andere Modelle verkaufen hinter der Fassade einer vermeintlich kostenlosen Auskunft die Daten der Privatkunden weiter. Ganz abgesehen von der Prognosequalität ist eine solche Auskunft eben nicht kostenlos, sondern teuer bezahlt, nämlich mit den persönlichen Daten. Gleichwohl haben wir Respekt vor vielen Fintechs und Start-ups, wenn sie intelligente Geschäftsideen entwickeln, die man sich genauer ansehen kann.

**Und das heißt konkret?**

Deshalb haben wir erstmals in einen Fonds investiert, den „High-Tech Gründerfonds III“. Dort sind mehrere große und mittelständische Unternehmen sowie das Bundeswirtschaftsministerium engagiert. Dieser Fonds hat ein Zielvolumen von rund 300 Mill. Euro.

**Warum haben Sie in den Fonds investiert?**

Weil wir über diesen Fonds die Start-up-Unternehmen von der Pike auf kennen lernen wollen. Dies ist möglich, weil wir in den Kreditvergabe-Komitees mitentschieden, ob Gründerkapital vergeben wird.

**Und wie sind Ihre Erfahrungen?**

Die Aktivitäten des Fonds haben gerade erst begonnen. Wenn wir interessante Unternehmen sehen, können wir uns vorstellen, sie zu kaufen, uns daran zu beteiligen oder komplette IT-Lösungen zu erwerben.

**Haben Sie denn auch heute schon Kontakt mit Fintechs?**

Schon heute arbeiten wir mit Fintechs zusammen. Außerdem haben wir im Produktmanagement Mitarbeiter eingestellt, die aus der Fintech-Szene kommen. Das Interview führte Thomas List.