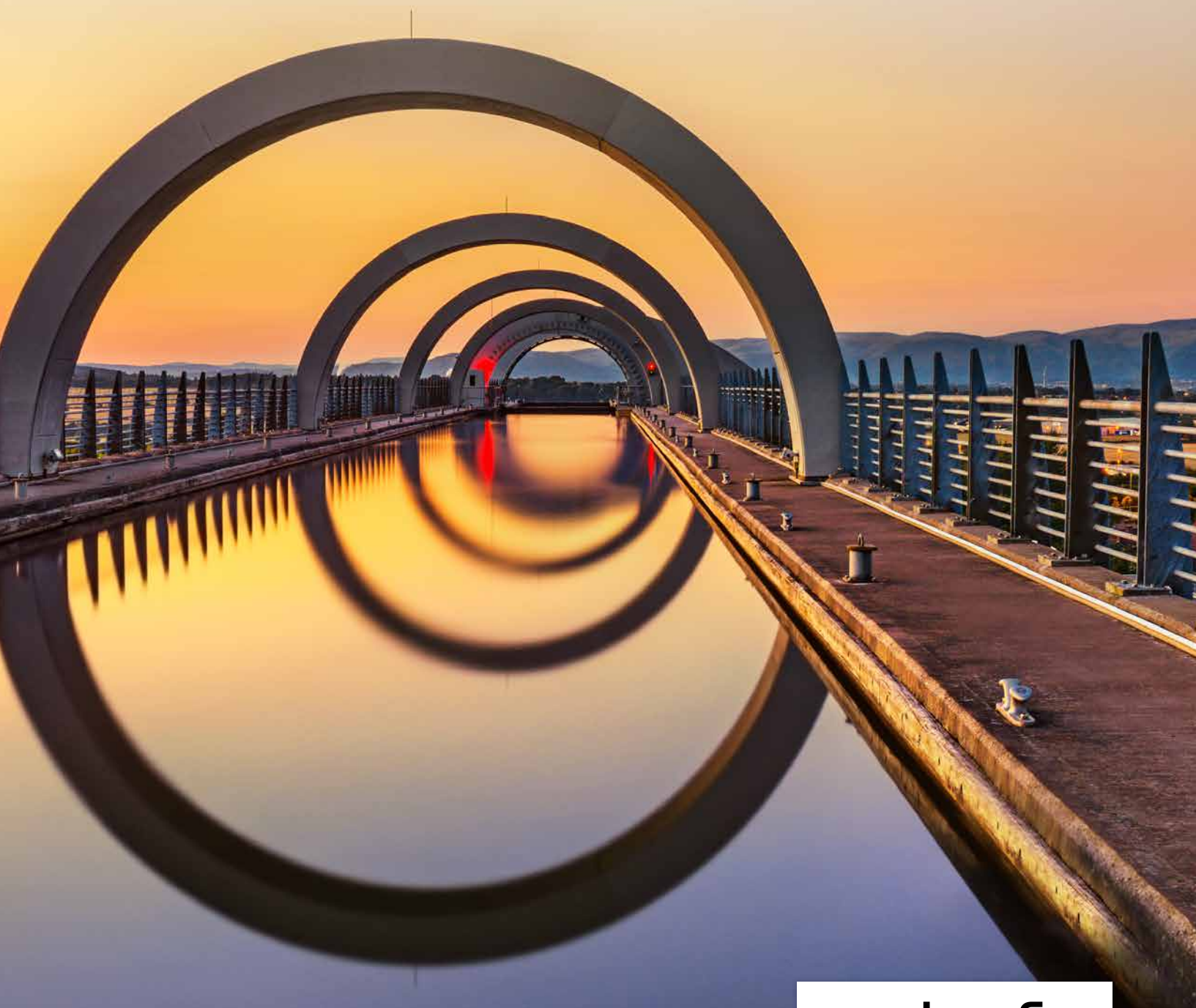


WEGBEREITER_

Unternehmensbericht 2019 _ Ausblick 2020



Wir schaffen Vertrauen

schufa

Nur für Meldungen!

Name: **Josef** Geb.-Datum: **4.6.1927**

Familienstand: **Ehepartners** Geb.-Datum des Ehepartners: _____

Wohnung **2400 Lübeck, Sperlingsgasse 1**

zugezogen aus _____

Beruf: **selbständig oder wo beschäftigt**

5.800,-- DM in **36** Raten ab **1.12.76** Fa. **Bank für Gemeinwirtschaft**

Konto-Nr. **4031272800**

Kennziffer **24 / 4701**

DM in **36** Raten ab **1.12.76** Fa. **116.1000 64**

Konto-Nr. **111 283**

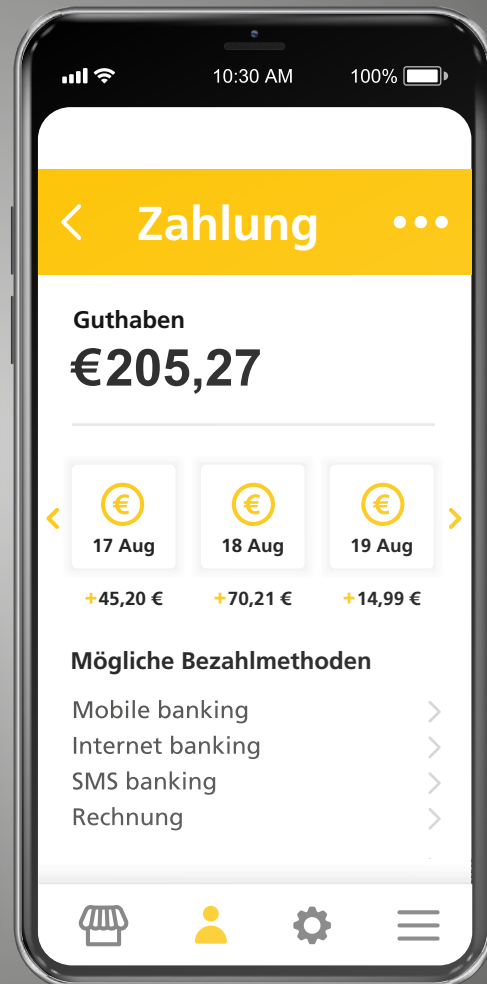
Kennziffer **2 / 1100**

DM in **36** Raten ab **1.12.77** Fa. **316 HK**

Konto-Nr. **4031272800**

Kennziffer **24 / 4701**

5 EK 73176 1.500,- **6W.**



WANDEL IM FOKUS

Bis zur Einführung der elektronischen Auskunft im Jahr 1972 wurden bei der SCHUFA Einträge auf Karteikarten mit Schreibmaschine getippt und von Hand ergänzt. Dank eines ausgeklügelten Systems konnten Anfragen von Vertragspartnern innerhalb von vier Minuten beantwortet werden. Heute, in Zeiten des Online-Handels und mobiler Finanzdienstleistungen, ermöglicht die SCHUFA Abfragen in Millisekunden. Und das 460.000-mal am Tag!

Liebe Leserinnen und Leser,

als die Konzeption dieser Wegbereiter-Ausgabe begann, war die Welt noch eine andere. Doch innerhalb kurzer Zeit überlagerte das Virus SARS-CoV-2 alle weiteren Themen. Noch sind die langfristigen Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft nicht absehbar. Wieder einmal erweist sich: Unsere gesamte Existenz beruht auf dem permanenten Wechselspiel von Veränderung und Anpassung – dem Wandel.

Dass wir dieser Herausforderung erfolgreich begegnen können, hat unser Unternehmen in den vergangenen Monaten gezeigt: Wir haben innerhalb kürzester Zeit gewohnte Arbeitsweisen umgestellt und konnten so unserer Verantwortung weiterhin zuverlässig nachkommen – als Arbeitgeber ebenso wie als wichtiger Informationsdienstleister für die Wirtschaft.

Neben einem soliden wirtschaftlichen Fundament und einem tragfähigen Geschäftsmodell hat uns geholfen, dass wir in den vergangenen Jahren bereits einen tiefgreifenden Wandel vollzogen haben. Sowohl unsere Lösungen als auch unsere Prozesse sind zu einem großen Teil digitalisiert. Wir konnten daher nicht nur unsere Leistungen, die von der Wirtschaft gebraucht werden, in gewohnter Qualität und Schnelligkeit zur Verfügung stellen. Die SCHUFA hat mit neuen Lösungen auch einen Beitrag geleistet, die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise zu bewältigen.

Dr. Michael Freytag, der nach zehn Jahren als Vorstandsvorsitzender der SCHUFA in den Ruhestand geht, blickt auf die Entwicklung der SCHUFA in dieser Zeit zurück. Über künftige Herausforderungen, Ziele und Perspektiven des Unternehmens spricht die neue Vorstandsvorsitzende Tanja Birkholz in einem Interview. Und wir stellen Ihnen das neue Führungsteam der SCHUFA in Kurzporträts vor.

Des Weiteren lernen Sie im diesjährigen Unternehmensbericht der SCHUFA ein zukunftsweisendes Joint Venture kennen. Wir führen Sie an Orte, an denen der Wandel zum Erlebnis wird, nehmen Sie mit auf eine Zukunftsreise mit einem Futurologen, zeigen Ihnen, wie wir junge Menschen spielerisch auf die moderne Finanzwelt vorbereiten, und wir richten den Blick auf einige „Querdenker“ im Unternehmen.

Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre!

HERAUSGEBER

SCHUFA Holding AG
Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

Verantwortlich:
Dr. Kai-Friedrich Donau,
Teamleiter CSR

Redaktion:
Heike Turi

www.SCHUFA.de

**KONZEPT, DESIGN
UND UMSETZUNG**

3st kommunikation
GmbH, Mainz

TEXT

Robert Habi,
Christina Schneider, 3st
kommunikation GmbH,
Heike Turi

FOTOGRAFIE

Bertram Bernwart: S. 43
Cornelia Saalfrank:
S. 5, 38
Franziska Krug S. 13
Gettyimages: Titel,
Rücktitel
Helliwood media, Peter
Seifert: S. 24, 25, 26, 27
Hendrik Haase: S. 23
Michael Zellmer: S. 5,
35, 36
Privat: S. 33
Real: S.10
Roncalli: S. 4, 6
Städel Museum: S. 8
SCHUFA: S. 2, 5, 13, 17,
29, 30, 31, 39, 45
Shutterstock: S. 4, 20,
22, 32, 34, 35, 36, 37
SoKa Bau/Detlef Gott-
wald: S. 37
Torsten Zimmermann:
S. 4, 5, 12, 14, 17, 29,
30, 34, 37, 43, 44
Wolfgang v. Brauchitsch:
S. 18

DRUCK

Werbedruck Petzold
GmbH,
64293 Darmstadt

Stand: 1. Juni 2020



Viele weitere Informationen
und Geschichten rund um die
SCHUFA finden Sie unter www.schufa-wegbereiter.de

6

ORTE DES WANDELS

Hier wird deutlich, wie sich für uns
gewohnte Umgebungen durch Techno-
logie weiterentwickeln.



14

BLICK
NACH VORN

Die neue Vorstandsvorsitzende Tanja Birkholz
im Interview und eine Vorstellung des
SCHUFA-Führungsteams



12

IN HAMBURG SAGT
MAN TSCHÜSS

Nach über 10 Jahren als Vorstandsvor-
sitzender geht Dr. Michael Freytag in den
Ruhestand – und blickt zurück auf seine Zeit
bei der SCHUFA.

20

ZUKUNFT GESTALTEN

Futurologe Max Thinius erklärt, wie Zukunft
eigentlich funktioniert und warum wir
manchmal unnötig Panik haben.





24 WÜRFELN MIT LERNEFFEKT

Die SCHUFA hat ein Brettspiel entwickelt, um Finanzwissen einfach verständlich zu vermitteln.



28 AUF DER SPUR DES GELDES

ClariLab ist das neue Joint Venture der SCHUFA und bietet Lösungen, um die Anforderungen des neuen Geldwäschegesetzes zu erfüllen.



32 ERFOLGREICH QUERGEDACHT

SCHUFA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter erzählen, wie sie sich beruflich neu erfunden haben.



38 DIE KUNST DER INSPIRATION

Als Wegbegleiterin betreut Kuratorin Cornelia Saalfrank die Kunstsammlung der SCHUFA und erklärt, wie diese den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Inspiration liefert.

40 VERANTWORTUNG BEI DER SCHUFA

Die SCHUFA engagiert sich aus Tradition – und mit Strategie. Das zeigen unsere zahlreichen Beispiele aus der Praxis.

46 DIE FAKTEN

Im Überblick die wichtigsten Kennzahlen zur wirtschaftlichen Entwicklung der SCHUFA.

ORTE DES WANDELS

Die Veränderung durch moderne Technologien hat viele Gesichter. Besonders beeindruckend zeigt sich das an Orten, die uns vor einigen Jahren noch ganz analog faszinierten und heute auf neue Weise überraschen.

FOTOGRAFIE_ RONCALLI, STÄDEL MUSEUM, REAL



Tierfreie Manege

Ein ohrenbetäubendes Dröhnen, kunstvoll balancierende Elefanten und Pferde, die durch die Manege jagen. So kennen es Erwachsene und Kinder seit 40 Jahren vom Zirkus Roncalli. Und so ist es heute noch – mit einem entscheidenden Unterschied: Die Dickhäuter und alle anderen Tiere sind 3D-Hologramme. Elf spezielle Laserbeamer mit insgesamt mehr als 3.000 Prozessoren erzeugen fotorealistische Abbilder auf einem halbdurchsichtigen, speziell beschichteten Gazestoff. Vor etwa drei Jahren entschied sich der Zirkus für die konsequent tierfreundliche Variante, seit 2019 sind weltweit alle Roncalli-Manegen tierfrei. Hauptdarsteller aus Fleisch und Blut wie etwa die berühmten Clowns kann man weiterhin bestaunen. Auf die Frage, woher die Weiterentwicklung kommt, lautet die Antwort seitens Roncalli ganz klar: „Zirkus muss auch nach vorne denken. Er darf nicht nur Nostalgie sein.“

Zirkus Roncalli, Köln

Foto: Roncalli



Erweiterte Museumswelt

Einmal auf Zeitreise gehen – die Digitalisierung macht's möglich. Das Frankfurter Städel hat eine App entwickelt, die seine Besucher ins 19. Jahrhundert versetzt und auf Entdeckungstour durchs Museum schickt, vor Ort oder von zu Hause aus. Mit der Virtual-Reality-Brille auf dem Kopf findet man sich im Jahr 1878 wieder – dem Eröffnungsjahr des Städels. Alles scheint real: der Prachtbau aus Sandstein im Stil der Neorenaissance, der imposante Aufgang über die Doppeltreppe. Allein mit den Augen navigiert sich der Besucher durch die üppigen Räume und hört dabei sogar das Holz unter seinen virtuellen Füßen knarzen. Schnell fällt auf, wie dicht und symmetrisch Werke früher beieinanderhingen, so dass die Wände selbst zum Kunstwerk wurden. Und genau darum geht es: Es soll nicht das Heute kopiert, sondern eine vergangene Epoche wiedererlebbar gemacht werden. So sorgt die 3D-Rekonstruktion unter anderem dafür, dass mehr junge Leute ins Museum gehen.

Zeitreise. Das Städel Museum im 19. Jahrhundert

Foto: Städel Museum



Automatisierter Supermarkt

Ein Tante-Emma-Laden – das hieß: um die Ecke gehen und auf kleinstem Raum alles besorgen, was man mal eben brauchte. Heute kauft man nicht mehr bei Tante Emma, sondern bei ihren digital gut aufgestellten Nachfahren. „Emmas Enkel“ heißt ein Konzept für Mini-Supermärkte, das Nostalgie und Technik verknüpft. Betreiber ist der Lebensmittelhändler Real, die Technik stammt vom Start-up Smark. Kunden können im ersten Laden dieser Art am Stuttgarter Rosenbergsplatz rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr shoppen – vor Ort an Terminals oder von unterwegs per App. Der Einkauf wird automatisiert zusammengestellt, kann bargeldlos bezahlt und direkt mitgenommen oder später abgeholt werden. In Zeiten von Corona ein besonders hilfreiches Konzept, das aber so oder so am Puls der Zeit gedacht ist. Gerald Schönbacher, CEO von Real.digital, sagt dazu: „Mit Emmas Enkel reagieren wir gleich auf mehrere Trends im Einzelhandel. Die Menschen möchten frische, nachhaltige Lebensmittel von lokalen Lieferanten kaufen, und das zu jeder Zeit und in ihrer Nähe. Emmas Enkel bietet den Kunden genau das.“

Emmas Enkel, Stuttgart

Foto: Real



Deine Überzeugung
DEINE
AUSWAHL

BESTELL-TERMINAL



1

ABHOL-TERMINAL

2



IN HAMBURG SAGT MAN TSCHÜSS

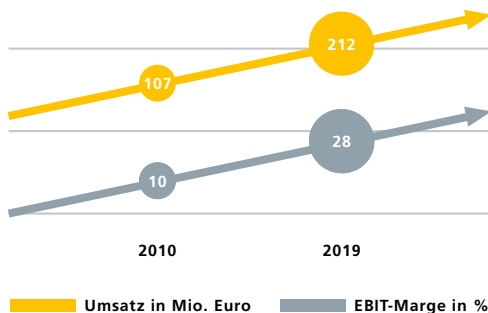
Nach 10 Jahren als Vorstandsvorsitzender der SCHUFA geht Dr. Michael Freytag am 30. Juni 2020 in den Ruhestand und kehrt in die Heimatstadt Hamburg zurück. Unter seiner Führung hat sich der Umsatz verdoppelt und die EBIT-Marge nahezu verdreifacht.

FOTOGRAFIE_ TORSTEN ZIMMERMANN, FRANZISKA KRUG, SCHUFA

_ Herr Dr. Freytag, wenn Sie auf Ihre Zeit bei der SCHUFA zurückblicken, wie fällt Ihr Fazit aus?

DR. MICHAEL FREYTAG_ Mir war immer besonders wichtig, wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung und digitaler Zukunftsausrichtung zu verbinden. Die SCHUFA hat ihre Geschäftsfelder Bonität, Betrugsprävention und Know Your Customer konsequent weiterentwickelt und an den besonderen Anforderungen einer digitalisierten Wirtschaft orientiert. Die starken Wachstumsraten der innovativen Produkte im Unternehmens- und Privatkundengeschäft bestätigen den richtigen Kurs.

Entwicklung Umsatz und EBIT-Marge der SCHUFA Holding AG



Quelle: SCHUFA Holding AG





Eröffnung einer Veranstaltung für Unternehmenskunden, mit Jugendlichen in der WirtschaftsWerkstatt, vor Ort beim Kunden und bei einer Pressekonferenz.

_ Woran denken Sie besonders gern zurück?

DR. MICHAEL FREYTAG_ Den höchsten Stellenwert haben für mich die persönlichen Begegnungen mit Kolleginnen wie Kollegen und unseren Geschäftspartnern. Ihnen allen verdankt die SCHUFA ihren Erfolg. Gern erinnere ich mich auch an die Kundenveranstaltungen und Branchentreffs, die wertvolle Foren des Informationsaustausches waren. Zum Fokus unseres gesellschaftlichen Engagements hat sich die digitale SCHUFA-WirtschaftsWerkstatt entwickelt, mit der wir inzwischen 9 Millionen junge Menschen online erreicht haben, um ihre Finanzkompetenz zu stärken.

Ein besonderes Highlight war das 90-jährige SCHUFA-Jubiläum mit dem hochkarätigen Kundenkongress in Berlin und der stimmungsvollen Mitarbeiterfeier im Kloster Eberbach.

_ Was wünschen Sie der SCHUFA für die Zukunft?

DR. MICHAEL FREYTAG_ Der Claim der SCHUFA bringt es auf den Punkt: „Wir schaffen Vertrauen“. Das galt 1927 im Gründungsjahr des Unternehmens und ist in der heutigen digitalen Welt aktueller denn je. Die Weichen für eine gute Zukunft sind gestellt. Tanja Birkholz als neue Vorstandsvorsitzende wird dem Unternehmen mit ihrer profunden Erfahrung und Dynamik neue Impulse geben. Mein ausdrücklicher Dank gilt allen Kunden, Mitarbeitern und Aktionären für ihr Vertrauen und die große Unterstützung 2010-2020. Das letzte Geschäftsjahr war das erfolgreichste in der Geschichte der SCHUFA. Ich bin überzeugt, dies war nur der Anfang – das Beste kommt noch!

WEGBEREITER...
Blick nach vorn



BLICK NACH VORN

Tanja Birkholz hat den Vorstandsvorsitz der SCHUFA Holding AG übernommen.
Im Interview erklärt sie, wo sie Chancen, aber auch Herausforderungen sieht und welche
Entwicklungsschritte notwendig sind.

FOTOGRAFIE_ TORSTEN ZIMMERMANN

_ Sie übernehmen ein Unternehmen mit fast hundertjähriger Geschichte – in welche Richtung soll sich die SCHUFA in Zukunft entwickeln?

TANJA BIRKHOLZ_ „Wir schaffen Vertrauen“ wird auch künftig die Mission der SCHUFA sein – sowohl zwischen Unternehmen als auch zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Es wird darauf ankommen, noch besser die Bedürfnisse unserer Kunden zu verstehen und als Intermediär Lösungen zu bieten. Dies beinhaltet auch ein Verständnis, welche Chancen sich aus der Vernetzung der Vertragspartner untereinander ergeben: beispielsweise zukunftssträchtige Möglichkeiten der Zusammenarbeit verschiedenster Branchen im Rahmen neuer Plattformen, zum Nutzen unserer Vertragspartner und Verbraucher. Ich freue mich auf die spannende Aufgabe, ein Unternehmen mit fast 100-jähriger Erfolgsgeschichte weiterzuentwickeln – sozusagen auf ein „Next Level SCHUFA“ zu heben. Ich bin fest davon überzeugt, dass in der SCHUFA noch viel Potenzial für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft steckt.

_ Wo sehen Sie die Stärken und das größte Potenzial der SCHUFA?

TANJA BIRKHOLZ_ Kern der SCHUFA ist es, Transparenz und Vernetzung zwischen Banken, Händlern und Verbrauchern herzustellen. Dies ist Grundlage für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen und Wachstum. Jeder möchte wesentliche Eckdaten über eine ihm unbekannt Person oder einen neuen Geschäftspartner haben, bevor er eine persönliche beziehungsweise finanzielle Verpflichtung eingeht. Der einzigartige Datenschatz der SCHUFA aus einem Netzwerk von über 10.000 Vertragspartnern ermöglicht dies – in Bruchteilen einer Sekunde. Mit unseren Lösungen helfen wir, die gesamte Wertschöpfungskette einer Kundenbeziehung abzudecken: von der Identifizierung über die Betrugsprävention, die Bonitätsprüfung bis hin zur Prüfung der Einhaltung regulatorischer Pflichten. Modulare und voll-digitale Lösungen gewinnen bei den Unternehmen immer mehr an Relevanz. Es braucht einen Partner, der diese Aspekte täglich begleiten kann – und kaum ein Unternehmen in Deutschland versteht

Regulierung über die Branchen hinweg so gut wie wir.

_ Eine Finanzbranche im Wandel, Digitalisierung, neue Marktakteure – wie wird die SCHUFA diesen Herausforderungen begegnen?

TANJA BIRKHOLZ_ Wir haben die besten Voraussetzungen, um unsere Kunden dabei zu unterstützen, marktführende digitale Geschäftsprozesse zu etablieren. Unsere Lösungen müssen sich schnell, einfach und flexibel – ganz nach den jeweiligen Kundenbedürfnissen – nahtlos miteinander verknüpfen lassen und integrierbar sein. Das bedeutet aber nicht, dass wir alle Aspekte, die erforderlich sind, selbst entwickeln müssen. Wir wollen für eine offene Architektur stehen: Der Kunde bekommt die besten am Markt verfügbaren Lösungen. Hierfür ist die Zusammenarbeit in unserem Netzwerk von Vertragspartnern und Kunden ein großes Asset. Unsere aktuellen Erfolge im B2B-Geschäft verdeutlichen dies: Wir verknüpfen – im Markt einzigartig – umfangreiche externe Datenquellen mit den Daten unserer Personen-Datenbank. Mit sehr leistungsstarken, hochperformanten Systemen validieren wir vollautomatisiert die Qualität und nutzen unsere besondere analytische Kompetenz, um – wo sinnvoll – zusätzliche Informationen abzuleiten.

In diesen Zeiten wird viel von der Plattform-Ökonomie gesprochen. Die SCHUFA kann als neutraler Intermediär verschiedenste Branchen verknüpfen und diese zu für Verbraucher und Unternehmen relevanten Lebenswelten verbinden. Dass die SCHUFA das kann, hat sie in den vergangenen Jahren immer wieder erfolgreich bewiesen. Dabei hat sie – im Unterschied gerade zu neuen Marktakteuren – ein ausgeprägtes und anerkanntes Bewusstsein für die Sensibilität der von ihr verwalteten Daten. Dazu bieten wir Technologiekompetenz – von der System-Architektur über die Prozesse bis hin zu neuen Verfahren der Künstlichen Intelligenz und des Machine Learnings.



»Wir schaffen Vertrauen in der digitalen Welt und ermöglichen Wachstum – Grundlage ist unser einzigartiger Datenschatz.«

TANJA BIRKHOLZ, VORSTANDSVORSITZENDE SCHUFA HOLDING AG

_ Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz wird kontrovers diskutiert. Wie ist hier die Haltung der SCHUFA?

TANJA BIRKHOLZ_ Die Verwendung von Verfahren aus der KI spielt für uns seit langem eine wichtige Rolle, beispielsweise im Bereich der Betrugsprävention. Auch die Anwendung im Bonitätsscoring zeigt, dass sich durch Machine Learning die Anzahl der korrekten positiven Einschätzungen der Zahlungsfähigkeit erhöht. Wichtig ist uns, dass bei der Anwendung von KI die Fairness der Systeme sichergestellt ist und es zu keiner systematischen Voreingenommenheit kommt. Daher beteiligen wir uns auch an entsprechenden Forschungsprojekten, bspw. dem EU-Forschungsprogramm NoBIAS – Artificial Intelligence without Bias.

_ Ihr Einstieg bei der SCHUFA fiel mit der Corona-Krise zusammen. Welche Auswirkungen hat diese auf die Entwicklung der SCHUFA gehabt?

TANJA BIRKHOLZ_ Mir war es wichtig, als SCHUFA in diesen Zeiten Verantwortung zu übernehmen und Verbrauchern und Unter-

nehmen zu helfen: In einer beeindruckenden Teamleistung haben wir in nur zwei Wochen bereits bestehende Lösungen zu einer einzigartigen digitalen Antragsstrecke verknüpft, um unseren Beitrag für die schnelle und betrugssichere Auszahlung von Corona-Hilfen zu leisten. Die SCHUFA bietet die komplette Prozesskette von der Verifikation des Antragstellers, beispielsweise über einen Abgleich der Steuernummern, über Analysen des Liquiditätsbedarfs bis hin zu der Auslösung der Auszahlung. So konnten wir mit der SCHUFA-B2B-Förderkreditauskunft Banken und Sparkassen ermöglichen, die Anträge zu den KfW-Schnellkrediten digital und vollautomatisch zu validieren und zugleich mögliche Betrugsfälle zu vermeiden. Ein Erfolgsfaktor war die schnelle Einbindung in die individuellen Prozesse des Kunden. Über einen Link konnten wir über 700 Banken und 12.000 Nutzer auf die Plattform nehmen – und dies mit bewährter hoher System- und Prozessstabilität. Wir haben hierzu ein tolles Kundenfeedback erhalten. Es macht einfach Freude, die Kunden – gerade in dieser schwierigen Situation – von unserer Qualität und Geschwindigkeit überzeugen zu können.

_ Also ist die SCHUFA insgesamt für die Zukunft gut aufgestellt?

TANJA BIRKHOLZ_ Entscheidend wird sein, die sich verändernden Markt- und Kundenanforderungen proaktiv und nicht reaktiv aufzunehmen und Lösungen zu entwickeln, die den Kunden relevanten Nutzen bieten. Dazu gehört auch, qualitätsbewusst und doch schnell und pragmatisch zu agieren. In Zeiten von Unsicherheit heißt dies häufig, neue, ungewohnte Wege zu beschreiten. Hierbei ist die Aufmerksamkeit, aber auch die Handlungsbereitschaft der gesamten Organisation gefordert. Dies ist sicher einer der positiven Aspekte aus der Zeit der Corona-Pandemie: die Kraft gelebter Diversität bei konsequenter gemeinschaftlicher Ergebnisorientierung. Auch das wollen wir in die Zukunft überführen. Es gibt viele Felder, in denen sich die SCHUFA positionieren kann, um die Traditionsmarke im Sinne eines „Next Level SCHUFA“ erfolgreich weiterzuentwickeln.

FÜHRUNGSTEAM

Der SCHUFA Vorstand geht ab Juli 2020 neu formiert in die Zukunft.
Wir stellen die Vorstandsmitglieder und ihre Kompetenzbereiche vor.

FOTOGRAFIE_ WOLFGANG V. BRAUCHITSCH



DR. OLE SCHRÖDER

Ole Schröder, Dr. jur., ist seit Januar 2020 Mitglied des Vorstandes. In seiner Laufbahn war er acht Jahre als Rechtsanwalt tätig. Von 2002 bis 2017 war Ole Schröder Mitglied im Deutschen Bundestag sowie von 2009 an acht Jahre lang Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium des Innern mit den Verantwortungsschwerpunkten Informationstechnologie, Digitalisierung und Datenschutz. Zuletzt beriet er Kunden unter anderem bei der KPMG und lehrte als Gastdozent an der Frankfurt School of Finance.

In Sachen Datenschutz fährt er eine klare Linie: „Moderne Technologien in Verbindung mit höchsten Standards bei Datenschutz und Datensicherheit sind der große Wettbewerbsvorteil der SCHUFA.“

TANJA BIRKHOLZ

Tanja Birkholz ist seit Januar 2020 Mitglied des Vorstandes der SCHUFA Holding AG, seit Mitte des Jahres hat sie den Vorstandsvorsitz inne. Vor ihrer Zeit bei der SCHUFA war sie von 2007 bis 2016 Bereichsvorstand bei der Commerzbank AG für Finance Architecture, Risk Management und Investor Relations. Anschließend wechselte Tanja Birkholz als Partnerin zur internationalen Unternehmensberatung Oliver Wyman und war dort Mitglied des europäischen Führungsteams „Finance & Risk Practice“. Ihr Blick auf die Zukunft der SCHUFA: „Unser Unternehmen ist aktiver Gestalter und Katalysator digitaler Veränderungsprozesse in der Finanzbranche.“



PETER VILLA

Peter Villa gehört seit neun Jahren zum Vorstandsteam. Zudem ist er unter anderem Mitglied des Boards of Directors der Business Information Industry Association und des European Credit Research Institute. Er war Geschäftsführer verschiedener Unternehmen, zuletzt leitete er als CEO Bisnode/Dun & Bradstreet in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Seit Juni 2019 ist er Vizepräsident der Association of Consumer Credit Information Suppliers in Brüssel. Vor allem die neuen Technologien und die damit verbundenen Möglichkeiten für innovative Lösungen, auch in Zusammenarbeit mit Start-ups und anderen Partnern, liegen Peter Villa am Herzen: „Je komplexer und schneller die Welt wird, umso wichtiger werden zuverlässige Partnerschaften und Kooperationen.“

HOLGER SEVERITT

Seit 2009 ist Holger Severitt Mitglied im Vorstandsteam. Vor seiner Zeit bei der SCHUFA war er als CFO bei der National Westminster Bank AG, danach als Leiter Controlling bei der SchmidtBank tätig. Im Jahr 2006 übernahm er die Leitung der Archon Capital Bank GmbH, einer Tochtergesellschaft von Goldman Sachs. Neben seinen Hauptaufgaben im Vorstand der SCHUFA legt Holger Severitt vor allem Wert auf die richtige Unternehmenskultur als Schlüssel zum Erfolg für die SCHUFA: „Gerade die Vielfalt und Verschiedenheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trägt dazu bei, eine Bandbreite an Lösungsansätzen zu diskutieren und umzusetzen.“

„DIE ZUKUNFT KOMMT NICHT. WIR GESTALTEN SIE!“

Neues fasziniert, Neues weckt Ängste. Futurologe Max Thinius erklärt, wie Zukunft funktioniert, warum wir manchmal Panik haben, aber nicht haben müssen, und wer unsere Zukunft eigentlich gestaltet. Und er zeigt, dass die digitale Revolution uns doch nicht überrollen wird, sondern prospektive Chancen für uns alle darin liegen.

TEXT_ MAX THINIUS, FOTOGRAFIE_ HENDRIK HAASE, SHUTTERSTOCK



Die Zukunft ist positiv. Warum? Weil wir Menschen nie versuchen würden, sie negativ zu entwickeln. Zu dieser Wahrheit gehört aber auch die Erkenntnis, dass Zukunft selten gradlinig verläuft. Es gibt Einschnitte, zum Teil drastische. Die sich plötzlich ausbreitende Corona-Pandemie ist ein solch drastisches Ereignis.

Wir machen dann, wie in den meisten Krisen, einen einfachen Fehler: Wenn wir uns unser Leben als großes weißes Blatt vorstellen, dann konzentrieren wir uns auf den einen schwarzen Punkt in der Mitte, das Corona-Problem. Dabei können wir an Corona nichts ändern. Wir können uns informieren, schützen, aber nichts ändern! Ändern können wir allerdings die ganzen weißen Punkte drum herum. Und das sind viele. Damit können wir in jedem Moment unseres Lebens die Zukunft neu gestalten. So lernen wir dann zum Beispiel den Einsatz von Video-Telefonie für private oder berufliche Treffen, entwickeln neue digitale Vertriebswege und Geschäftsmodelle. Wenn wir das richtig angehen, kann so eine Krise ein echter Booster sein, um unsere Zukunft zu entwickeln.

Neues erzeugt Unsicherheit

Eine neue Technologie führt naturgemäß zu Umbrüchen in Wirtschaft, Gesellschaft und vor allem spürbar in unserem Alltag. Selten funktioniert eine neue Technologie von Anfang an perfekt. Sie steckt noch in den Kinderschuhen und zeigt ihre Tücken. Dazu kommt unsere Unkenntnis. Beides in Kombination schürt „falsche Ängste“ wie: Roboter nehmen uns die Arbeit weg, wir verlieren die Kontrolle über wichtige Entscheidungen, meine Daten sind nicht sicher und werden missbraucht. Die Folge: Widerstand gegen das Neue macht sich breit.

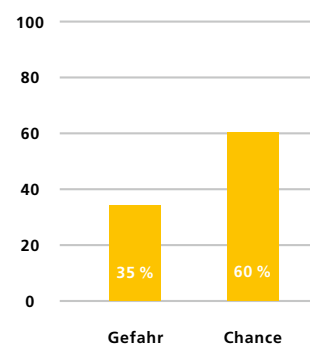
Die wenigsten Menschen können erklären, was ein Algorithmus ist. Dennoch hegen sie eine starke Abneigung dagegen: viel zu technisch, unmenschlich und vor allem unsicher. Die Angst vor Algorithmen wie auch der Digitalisierung allgemein ist verständlich, sie wird der neuen Technologie an sich aber nicht gerecht. Als Autos eingeführt wurden,

passierten zunächst viele Unfälle. Aber nur, weil weder der Fahrer noch der Passant genau wussten, wie damit umzugehen ist. Erst mit Verkehrsregeln wurde die neue Technologie sicher. Und genau das fehlt auf vielen Ebenen: ein Regelwerk für digitale Technologien, das auf digitale (und nicht industrielle) Möglichkeiten und Strukturen ausgelegt ist. Und so sind Algorithmen auch nicht per se gefährlich. Im Gegenteil. Algorithmen können unser Leben verbessern und tun das auch schon: Navigationssysteme, Spracherkennung, Ampelschaltungen, Herzschrittmacher, das Erkennen von Krankheiten, die Suche nach dem optimalen Hotel. Es wäre nur eben besser, wenn wir das dazu passende Regelwerk schon auf digitale Strukturen ausgelegt hätten. Aber das kriegen wir in den nächsten Jahren hin. Eine Krise wie Corona beschleunigt einen solchen Prozess übrigens ungemein.

Futurologie macht die Zukunft sichtbar

Woher also rührt die Angst vor der Zukunft? Der Grund ist, dass den Menschen oft die Ideen und Ziele fehlen. Sie sehen nicht, was möglich ist. Genau hier setzt die Futurologie an. Die Aufgabe eines Futurologen besteht darin, den Menschen die Zukunft sichtbar zu machen. Wir tun das, indem wir Studien, Daten und wissenschaftliche Arbeiten zusammentragen und daraus Szenarien entwickeln. Die wichtigste Erkenntnis ist: Die Zukunft kommt nicht. Wir gestalten sie!

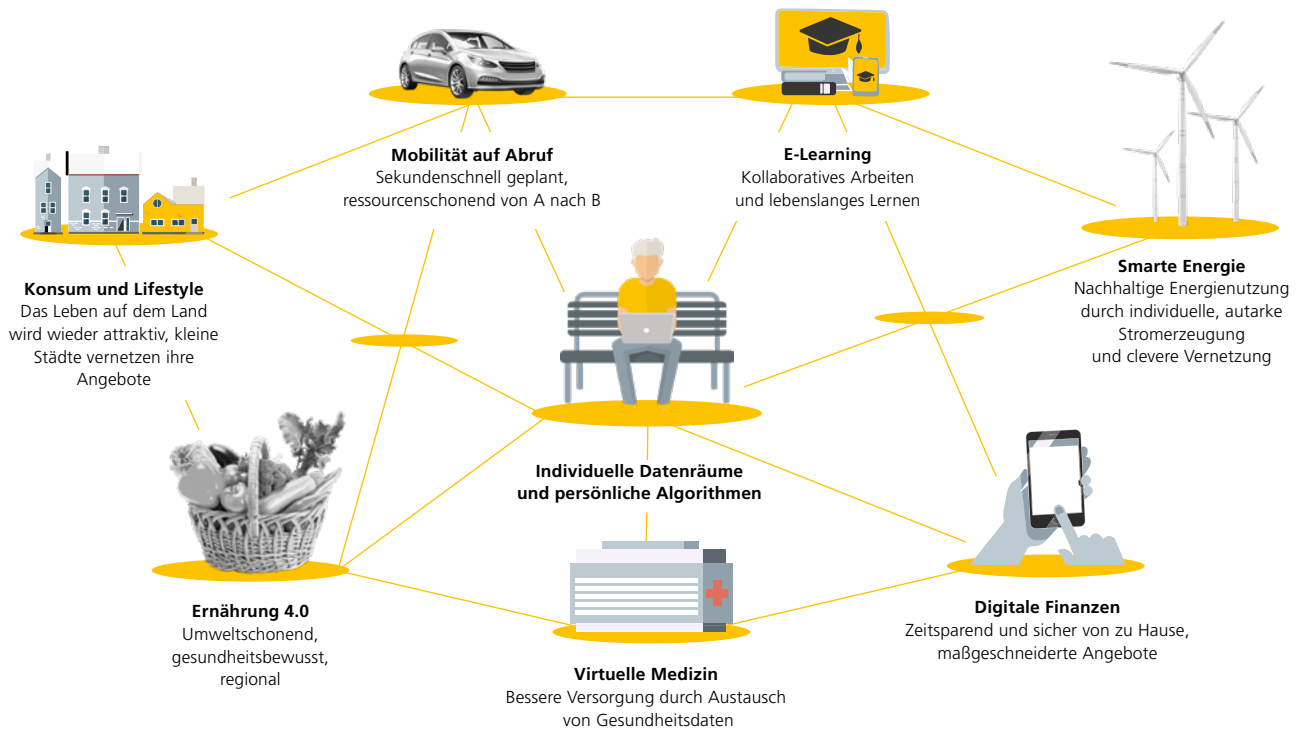
Sehen Sie ganz allgemein Künstliche Intelligenz eher als Chance oder eher als Gefahr?



Quelle: repräsentative Umfrage unter 1.007 Bundesbürgern ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom (November 2018)

MEHRWERT FÜRS LEBEN

NACH MAX THINIUS LIEGEN DIE CHANCEN DER DIGITALGESELLSCHAFT IN DER KLUGEN VERNETZUNG



In einer digitalen Welt werden die Kleinen groß

In einer digitalen Welt steht auch den Kleinen die Welt offen. Das Brauhaus „Mikkeller“ aus Dänemark macht es vor. Früher brauchte man, um gutes Bier zu brauen, eine große und millionenteure industrielle Brauanlage. Heute reicht ein „Set“ für 350€, inklusive Kessel, Software und der ersten Zutaten, und das Bier wird,

»Die Zukunft ist positiv.«

MAX THINIUS, FUTUROLOGE

da durch Algorithmen gesteuert, bereits im ersten Versuch besser. „Mikkeller“ hat deshalb gesagt: „Verkaufen wir doch einfach das Bier, das unsere Nachbarn zu Hause brauen. Da haben wir zudem eine größere Auswahl.“ Nach einem ersten Brauhaus folgten zwei weitere. Alle verkaufen unterschiedliche Biere. Jetzt ist das Ziel, 120 Brauhäuser in Europa

zu eröffnen. In 45 Länder wird bereits geliefert. Und das Schöne daran ist, dass von diesem Erfolg nicht nur eine große Brauerei profitiert, sondern die jeweils vor Ort ansässigen kleinen und mittleren Betriebe. Und das nur, weil man hier auf die digitalen Möglichkeiten gesetzt hat – statt zu versuchen, eine neue große Brauerei zu gründen.

Es braucht ein neues Mindset

Technologisch betrachtet ist der Schritt in die Zukunft kein großer. Aber das Mindset in unseren Köpfen muss sich wandeln. In der Agrargesellschaft hätte man zwei Pferde vors Auto gespannt und sich gewundert, wieso die Karre nicht schneller fährt. Es brauchte also erst das industrielle Denken, um die Vorteile eines Autos nutzen zu können. Nun heißt es, sich von industriellem Denken zu lösen und sich in eine digitale Welt zu begeben. In einer industriellen Welt gibt es wenige Große, die über Produktionsstandorte und Datenzentralen

verfügen. Digitale Technologien hingegen fördern den Demokratisierungsprozess und sorgen für mehr Gleichberechtigung. In Zukunft hat jeder Einzelne Zugriff auf seine Daten. Er stellt sie bei Bedarf und nur begrenzt einem Dienstleister zur Verfügung. Clevere Unternehmen bieten Firmenkunden und Verbrauchern sichere Datenräume an und wenn gewünscht darüber hinaus Dienstleistungen, wie zum Beispiel die maßgeschneiderte Finanzplanung zur Lebensgestaltung oder eine perfekte Liquiditätsberechnung für Unternehmen auf Basis der zur Verfügung gestellten Parameter. Sicherheit, Schutz der Daten und Vertrauen auf Gegenseitigkeit bestimmen, wem wir unsere Daten anvertrauen.

Keine Angst vor der Zukunft

In einer digitalen Welt braucht es andere Kompetenzen als in einer industriellen. Die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen zählt sicherlich zu den Kernkompetenzen in der Digitalisierung. Bislang basiert unser Bildungssystem auf einem Schul- und Studienabschluss. Darauf werden wir uns in einer digitalen Welt nicht ausruhen können. Damit wir die Möglichkeiten, die sich auftun, auch optimal nutzen, müssen wir uns fortbilden. Die Millennials und jüngere Generationen machen es uns vor.

Niemand braucht Angst zu haben. Denn auch wenn Elon Musk bereits am Hyperloop, einer Art Rohrpost für Menschen, arbeitet oder wir in Zukunft Videokonferenzen mit Hologrammen, also einer 3D-Projektion unserer Gesprächspartner, führen werden – das alles geschieht nicht von heute auf morgen. Eine Technologie entwickelt sich nur so weit, wie sie vom Menschen gewollt ist und eine Gesellschaft es zulässt. Und wenn der Strom ausfällt? Dann haben wir im industriellen System Chaos. In einer digitalen Welt gibt es keinen Stromausfall. Denn jeder von uns produziert über ein eigenes Solarpanel seinen Strom und kann sich im Falle des Falles über sein Netzwerk behelfen. Und so kommen in einer digitalen Welt alte Werte wieder zum Tragen: einer für alle, alle für einen.

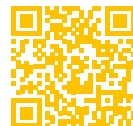


Max Thinius

ist Bestsellerautor, Moderator und Futurologe. Futurologen entwerfen Modelle und Szenarien für die Zukunft. Sie lösen sich dazu von rein wissenschaftlichen Vorhersagen, mit denen man Trends nur statistisch fortschreiben kann. Futurologen denken abstrakter und beziehen diverse Parameter mit ein. Thinius forscht und arbeitet zu Themen wie Digitalisierung, gesellschaftliche Entwicklung, Handel, Politik und Bildung. Sein Appell: Damit wir die neuen Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen können, müssen wir anders denken lernen.

Die Zukunft des Geldes

Gibt es im Jahr 2050 nur noch Kryptowährungen? In einem Video für unsere Bildungsinitiative WirtschaftsWerkstatt erklärt Max Thinius, welche Chancen und Risiken der Umgang mit digitalem Geld hat.



Hier finden Sie weitere Informationen:
www.wirtschaftswerkstatt.de

WÜRFELN MIT LERNEFFEKT

Der richtige Umgang mit den eigenen Finanzen ist für Jugendliche oft nicht leicht. Mit dem eigens entwickelten „W² Finanz-ABC“ liefert die SCHUFA einen spielerischen Ansatz, der das Thema einfach zugänglich macht – nicht nur für Menschen mit Förderbedarf.

FOTOGRAFIE_ HELLWOOD MEDIA AND EDUCATION, PETER SEIFERT



„**D**ein Mobilfunkanbieter ruft an und bietet dir eine schnellere Datenverbindung an. Du sagst ja, ohne zu prüfen, ob du das zahlen kannst. Setze eine Runde aus!“ Was auf einer Spielkarte höchstens ärgerlich ist, kann im wahren Leben eines jungen Menschen finanziell schwere Folgen haben. Und genau darum geht es den Verantwortlichen und den Spielteilnehmern, die im November 2019 beim Bildungswerk der hessischen Wirtschaft (BWHW) in Wiesbaden gemeinsam am Tisch sitzen, darunter auch Ingmar Jung, Bundestagsabgeordneter und Mitglied im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz. Es ist der Auftakt der SCHUFA-Roadshow zum neuen, eigens entwickelten Brettspiel „W² Finanz-ABC“.

Gewappnet für den Alltag

Vier bis sechs Personen können mitspielen. Voraussetzung für alle sind Basiskenntnisse in Deutsch. Gespielt wird immer mit einem Moderator, das heißt mit einem Pädagogen beziehungsweise Mitarbeiter der jeweiligen gemeinnützigen Organisation oder Bildungseinrichtung, die das Spiel kostenlos bei der SCHUFA bestellt hat. Themenfelder, die bearbeitet werden, sind: Arbeit, Wohnung, Handy

»Die Jugendlichen haben auf ganz spielerischem Weg Wissen vermittelt bekommen. Das wäre mit einem Vortrag sicherlich wesentlich schwieriger gewesen.«

INGMAR JUNG, BUNDESTAGSABGEORDNETER

und Konto. Dabei geht es vor allem auch um Stolperfallen, die bei Mietwohnungen, Mobilfunkverträgen oder der Kontoführung im Alltag lauern. Generell lässt sich das „W² Finanz-ABC“ in zwei Schwierigkeitsgraden spielen. Durch viele Gesprächssituationen und die Tatsache, dass es anfangs selbst zusammengebaut und gestaltet werden muss, fördert es auch sprachliche und soziale Kompetenzen. „Wir haben es bewusst nur auf Deutsch entwi-

ckelt, denn es thematisiert Begriffe, Zahlungsmethoden und -modalitäten, die es in vielen anderen Ländern gar nicht gibt. So können wir mit dem Spiel zusätzlich den Wortschatz und das Leseverstehen fördern“, erklärt Serena Holm, Bereichsleiterin Corporate Affairs & Regulatory Management bei der SCHUFA. Ihr Team betreut alle Aktivitäten der Bildungsinitiativen W² WirtschaftsWerkstatt und „SCHUFA macht Schule“.

Die Roadshow, die auch die Öffentlichkeit auf das Thema Finanzbildung besonders sensibler Zielgruppen aufmerksam machen will, sucht den direkten Kontakt zu Jugendlichen. Sie hat nicht nur im Bildungswerk in Wiesbaden, sondern auch in der Einrichtung des BWHW in Bensheim Halt gemacht, weitere Termine mit Bildungseinrichtungen und sozialen Organisationen in ganz Deutschland folgen.



Bundestagsabgeordneter Ingmar Jung überzeugt sich mit einer Teilnehmerin und SCHUFA-Bereichsleiterin Serena Holm vom W² Finanz-ABC.

Digitaler heißt nicht aufgeklärter. Dass in der jungen Zielgruppe Nachholbedarf in Sachen Finanzbildung und Verbraucherschutz besteht, beweist ein Blick auf die Ergebnisse des aktuellen W² Jugend-Finanzmonitor der SCHUFA, einer repräsentativen Studie zum Finanzverhalten von Jugendlichen: Lediglich sieben Prozent der Menschen zwischen 16 und 25 Jahren schätzen demnach ihre Finanzkompetenz als „gut“ oder „sehr gut“ ein. Auch in Zeiten

von Apps und Co. brauchen Jugendliche mehr praktisches Finanzwissen – und das erst recht, wenn sie neu nach Deutschland gekommen sind und sich sprachlich, gesellschaftlich und beruflich integrieren wollen. „Hinzu kommt, dass Finanzen oft ein Tabu-Thema sind, vor allem wenn es um finanzielle Schwierigkeiten geht“, sagt Serena Holm.

Bildung mal anders

Aber wie kam die SCHUFA auf die Idee – und warum überhaupt ein Spiel? „In den letzten Jahren haben uns vermehrt gemeinnützige Organisationen angesprochen. Sie suchten nach Materialien, die Finanz-Grundkenntnisse vermitteln. Zum Beispiel für Menschen, die nach Deutschland flüchten mussten oder wegen einer Sprachbarriere schwer an Finanzwissen kommen“, sagt Serena Holm und ergänzt: „Wir wollten eine etwas andere Herangehensweise an das Thema wählen, die sich von klassischen Bildungsangeboten unterscheidet. Da war die Idee für ein Spiel naheliegend. Und was uns anfangs gar nicht bewusst war: Brettspiele gelten als etwas typisch Deutsches, so vermitteln wir auch ein Stück Alltagskultur.“ Mittlerweile können Interessierte das Spiel bestellen, das sich vor allem an nichtschulische Bildungseinrichtungen und soziale Beratungsstellen richtet.

Ihre Finanzkompetenz als „gut“ oder „sehr gut“ schätzen nur ...

7%

der Jugendlichen ein. Dies ist das Ergebnis des W² Jugend-Finanzmonitors 2019, einer Umfrage unter Jugendlichen zum Finanzverhalten.

Quelle: SCHUFA / forsa

Input aus erster Hand

Entwickelt wurde das Spiel gemeinsam mit der Berliner Projektagentur Helliwood media & education, die auch die Bildungsinitiativen der SCHUFA unterstützt. In der Erprobungsphase arbeitete die SCHUFA eng mit dem Bildungswerk der hessischen Wirtschaft zusammen. Darüber hinaus gab es einen intensiven Austausch mit der Schuldnerberatung des Sozialdienstes katholischer Männer e. V. in Köln und dem Freiwilligen-Zentrum in Wiesbaden. Dort wurde das Spiel in frühem Stadium mehrfach



Spielen sorgt für Austausch: So fällt es allen Teilnehmern leichter, über ihre Finanzkompetenz zu sprechen.

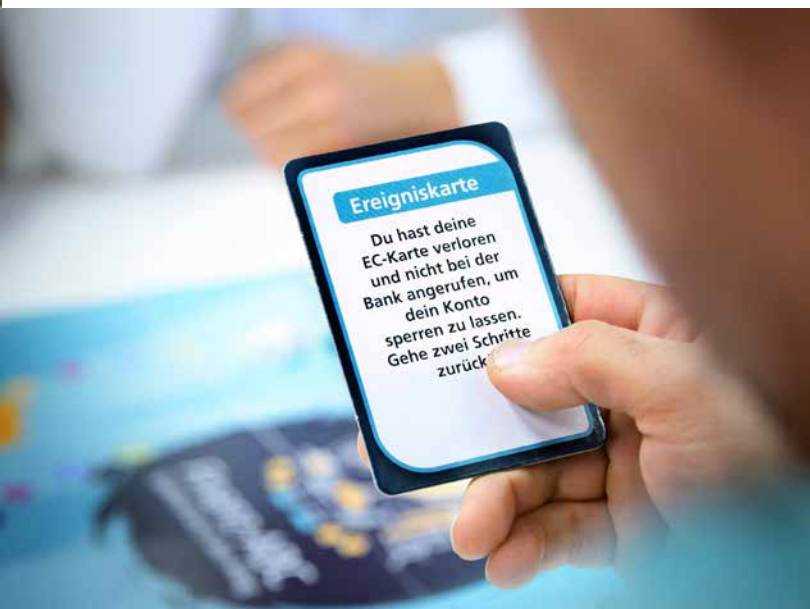
getestet. So konnte die SCHUFA Begriffe definieren, die realitätsnah und den Jugendlichen am wichtigsten waren. Während der Entwicklung wurden weitere Punkte kontrovers diskutiert. „Zum Beispiel, ob man Mitspieler rauswerfen darf“, erklärt Holm. In der finalen Version ist es optional. Damit wird das Spiel verschiedenen Spieler-Typen gerecht – auch jenen, die durch starken Wettbewerb motiviert werden. Interessanterweise entscheiden sich die meisten für die kooperative Spielvariante ohne Rauswerfen.

Ein Thema, das alle angeht

Rund 500 Spiele hat die SCHUFA in einer ersten Auflage produzieren lassen. Über 300 wurden innerhalb eines halben Jahres

bestellt – von Bildungseinrichtungen, sozialen Beratungsstellen und teils auch von Schulen in ganz Deutschland. Alisa Klein, pädagogische Mitarbeiterin beim Bildungswerk der hessischen Wirtschaft, nutzt das Spiel mit den Jugendlichen, die sie betreut, regelmäßig: „Die Detailfragen sind das große Plus am Spiel, denn wir haben hier keinen speziellen Finanzunterricht.“ Die Kombination aus Wissen und Unterhaltung hat einen positiven Zusatzeffekt: „Es macht viel Spaß, wir lachen viel dabei und es hilft, dass die Angst vor den großen Bergen an Bürokratie bei den Jugendlichen verschwindet“, sagt sie.

Manche Jugendliche hätten sogar schon gefragt, ob sie das Spiel auch zu Hause mit ihren Familien spielen dürfen. Auch Serena Holm freut sich über das positive Feedback: „Das Spiel bestätigt, dass auch in digitalen Zeiten analoges Spielen nach wie vor beliebt ist.“ Und noch etwas freut sie ganz besonders: „Das W² Finanz-ABC hat eine deutlich größere Zielgruppe, als wir anfangs erwartet hatten. Es bietet einen Nutzwert für alle Menschen, die Finanzbildung brauchen – nicht nur mit Migrationshintergrund. Der anderthalbjährige Spielentwicklungsprozess hat sich definitiv gelohnt.“



Wie im alltäglichen Leben: Bei der Spielentwicklung wurde großer Wert darauf gelegt, reale Szenarien abzubilden.

W² – WirtschaftsWerkstatt

Hinter dem Kürzel W² steht die Bildungsinitiative der SCHUFA, die Jugendliche und junge Erwachsene darin unterstützt, einen kompetenten Umgang mit Finanzen im Alltag zu erlernen. Ein umfangreiches Angebot, vor allem online und über Social-Media-Plattformen, gibt nicht nur umfangreiche Informationen rund um Wirtschafts- und Finanzthemen, sondern bietet auch interaktive Übungen und Aktionen. Finanzthemen werden so greifbar gemacht und Schlüsselkompetenzen gefördert.



*Der W² Jugend-Finanzmonitor

Im Auftrag der WirtschaftsWerkstatt führt das Meinungsforschungsinstitut forsa regelmäßig eine Umfrage unter mehr als 1.000 Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 16 und 25 Jahren sowie Eltern zwischen 40 und 55 Jahren durch.

Quelle: SCHUFA / forsa



Sie haben Interesse am „W² Finanz-ABC“ und möchten das Spiel kostenlos bestellen? Über diesen Link gelangen Sie zum Online-Bestellformular.
www.wirtschaftswerkstatt.de

AUF DER SPUR DES GELDES

Seit Anfang des Jahres ist in Deutschland eine Neufassung der EU-Geldwäscherichtlinie in Kraft. Eine Vielzahl an Bestimmungen müssen von Unternehmen beachtet werden – nicht nur in der Finanzbranche, sondern bei zahlreichen Handelsgeschäften. ClariLab, das neue Joint Venture der SCHUFA und des Start-ups fino, bietet verpflichteten Unternehmen Lösungen, die regulatorischen Anforderungen zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung direkt und einfach umzusetzen.

FOTOGRAFIE_ SCHUFA

1 00 Milliarden Euro jährlich – darauf beläuft sich allein in Deutschland das Geldwäschevolumen laut einer Analyse des Bundesfinanzministeriums. Ein Betrag, der Wirtschaft und Gesellschaft einen deutlichen Schaden zufügt. Geldwäsche ist kein Kavaliersdelikt. Kriminelle bringen ihre Gelder aus Straftaten wie zum Beispiel Drogen- und Waffenhandel in den legalen Geldkreislauf, so dass nicht mehr nachvollziehbar ist, woher das Kapital kommt.

Die Anfang des Jahres in Kraft getretene Neufassung des Geldwäschegesetzes (GwG) verschärft die Verpflichtungen für Unternehmen, neue Geschäftspartner genau zu prüfen und bei Verdacht der Aufsichtsbehörde des jeweiligen Bundeslandes zu melden. „Denn betrügerische Absichten und Cyber-Kriminalität nehmen seit Jahren zu“, stellen Tobias Eiss von der fino create GmbH und Tobias Weber von der SCHUFA Holding AG fest. Beide werden künftig die Geschäftsführung der ClariLab GmbH & Co. KG bilden. „Die zeitlichen Intervalle, in denen der Gesetzgeber die regulatorischen Anforderungen anpasst und erhöht, werden immer kürzer“, erklären beide. So handelt es sich bei der aktuellen GwG-Novelle bereits um die fünfte Fassung seit 1993.

Weltweite Geldwäscheprävention

In einer globalisierten und digitalen Welt macht Geldwäsche nicht an Ländergrenzen halt. Die Financial Action Task Force (FATF) ist das wichtigste internationale Gremium zur Bekämpfung und Verhinderung von Geldwäsche. Die FATF setzt Standards. Und obwohl die Standards als nicht unmittelbar bindendes Recht keine unmittelbare Wirkung entfalten, haben sie bislang mehr als 170 Länder für sich als verbindlich und bindend anerkannt – darunter auch Deutschland in Form der EU-Geldwäscherichtlinie und des deutschen Geldwäschegesetzes. 2020 wird ein spannendes Jahr: Die FATF prüft die Umsetzung der EU-Richtlinie in Deutschland und nimmt dabei besonders die Aufsichtsbehörden unter die Lupe.

Für Unternehmen ist der KYC-Prozess extrem kosten- und zeitintensiv

Die Umsetzung des Geldwäschegesetzes stellt daher immer mehr Unternehmen vor große Herausforderungen. Die Prüfung der Geschäftspartner – auch KYC-Prozess (KYC = Know Your Customer) genannt – ist ein recht aufwendiges Verfahren: Es gilt, zahlreiche Richtlinien auf nationaler wie auf europäischer Ebene zu berücksichtigen. Dazu müssen Unterlagen gesondert angefordert werden, die gegebenen-

falls nicht maschinenlesbar sind. Bislang war ein automatisierter KYC-Prozess daher für viele Unternehmen kaum darstellbar. „Nicht selten sind über ein Dutzend Mitarbeiter in einer Bank allein mit der Überprüfung von Kunden und Geschäftspartnern beschäftigt. Und KYC ist eine Pflicht, sie bringt der Bank kein Geld ein“, so die Erfahrungen von Tobias Eiss.

Die ClariLab GmbH & Co. KG mit Sitz in Frankfurt am Main ist ein Joint Venture, das im April 2020 von der SCHUFA Holding AG und dem Fin-Tech-Unternehmen fino run GmbH aus Kassel gegründet wurde. In ihr sollen zukünftig die Aktivitäten rund um KYC-Dienstleistungen gebündelt werden. Mit der Gründung von ClariLab baut die SCHUFA das strategische Geschäftsfeld Compliance sowie

stellen und in Sekundenschnelle eine KYC-Akte zu erhalten. Darin enthalten sind alle relevanten Unternehmensinformationen, die es zur Risikobeurteilung eines Geschäftspartners braucht. „Ohne KYCnow kann der Prüfprozess bis zu acht Wochen dauern“, erklärt Tobias Weber – das ist für einen Geschäftsabschluss nicht unbedingt förderlich.

Eine Lösung als Baukastenprinzip

ClariLab macht seinem Namen alle Ehre: Es entwickelt in einem dynamischen Umfeld die Produkte, die es für klare und saubere Geschäftsbeziehungen braucht. Insbesondere Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute, aber auch Groß- und Einzelhändler, Immobilienmakler und Auktionshäuser sind im Sinne des neuen Geldwäschegesetzes zur Prüfung



Tobias Eiss (fino) und Tobias Weber (SCHUFA) sind die Geschäftsführer von ClariLab.

ihre B2B-Aktivitäten konsequent weiter aus und hat sich mit fino einen ausgewiesenen Experten für digitale Prozesse ins Boot geholt. Denn beide, die SCHUFA und fino, sehen in diesem Themenfeld großes Potenzial, das nun mit der neuen Gesellschaft ClariLab gemeinsam gehoben werden soll. Beide Unternehmen haben bereits 2018 die Lösung KYCnow entwickelt, die jetzt in das Joint Venture überführt wird. Die Plattform ermöglicht Kunden, direkt eine Anfrage an die Datenbank der SCHUFA zu

verpflichtet. Bei Banken und Finanzdienstleistern gibt die Bundesfinanzaufsicht (BaFin) vor, wie die Regularien anzuwenden sind. Aber: „Die Überprüfung ist von Branche zu Branche unterschiedlich und macht den KYC-Prozess so unglaublich komplex“, erklärt Tobias Weber. Ein weiterer Vorteil ist daher der modulare Aufbau von KYCnow. Die nach dem Geldwäschegesetz verpflichteten Branchen können individuell einzelne Bausteine oder das Gesamtpaket nutzen. Für die

Immobilienwirtschaft wird bereits ein neues Feature pilotiert: Mit einer App kann direkt am Verkaufsort über ein mobiles Endgerät wie ein Tablet oder Smartphone die Risikoprüfung des Käufers durchgeführt werden.

Banken unterstützen, anstatt sie zu challengen

„Unser Geschäftsmodell basiert darauf, unsere Kunden zu unterstützen, ihr Business besser zu machen. Wir lassen den Finanzdienstleistern ihre Kunden, wir challengen sie nicht“, erklärt Tobias Eiss von fino. Dieses Modell ergänzt sich mit dem Ansatz der SCHUFA: „Wir wollen Unternehmen befähigen, rechtskonform zu agieren“, so Tobias Weber. fino ist von der BaFin lizenziert, ein zusätzlicher Pluspunkt für künftige Kunden und Partner. Die Erlaubnis berechtigt etwa dazu, Bezahlvorgänge direkt auszulösen und Kontoinformationsdienste bereitzustellen.

»Unsere intelligenten Apps und Tools befähigen Unternehmen, die gesetzlichen Anforderungen zeit- und kostensparend zu erfüllen.«

TOBIAS WEBER, SCHUFA HOLDING AG

Unzählige Male wurde die KYCnow-Lösung bereits vor Kunden präsentiert. Tobias Weber und Tobias Eiss überraschen ihre Ansprechpartner jedes Mal: „So etwas hätten wir der SCHUFA gar nicht zugetraut“, bekommen sie zu hören. Das Feedback ist eindeutig: Die Kunden sind begeistert von der Möglichkeit, Aufwand und Kosten des KYC-Prozesses zu minimieren und den Schwerpunkt der eigenen Arbeit wieder auf die Gewinnmaximierung legen zu können. Die Geschwindigkeit, mit der fino auf die Anforderungen des Marktes reagiert, und die Qualität der Daten, die von der SCHUFA zur Verfügung gestellt werden.



ClariLab ist das neue Joint Venture der SCHUFA und des Fin-Techs fino.

Wenn zwei sich zusammentun, kann Großes entstehen

Die SCHUFA und fino hatten von Anfang an ein gemeinsames Verständnis, wie sich innovative KYC-Lösungen umsetzen lassen. Zur DNA beider Unternehmen zählt, sich mit anderen auszutauschen, um Ideen gemeinsam voranzutreiben und für Kunden und Geschäftspartner bestmögliche Lösungen zu entwickeln. fino als etabliertes Fin-Tech bringt neben der ausgeprägten Entwicklungskompetenz und Vernetzung in der Finanzwelt die Möglichkeit ein, einen BaFin-regulierten Betrieb über die fino run GmbH abzubilden, die SCHUFA verfügt über eine im B2B-Bereich einmalige Datenbank. Der Gedanke lag nahe, daraus gemeinsam mehr zu machen. Tobias Weber berichtet: „Ein Highlight war sicherlich, als wir uns gemeinsam mit fino an einem Wochenende auf einem Bauernhof für ein Offsite getroffen haben. Wir konnten unser Know-how zusammenbringen und das Projekt vorantreiben.“ Tobias Eiss ergänzt: „Die Hands-on-Mentalität hat uns überzeugt, das Thema mit der SCHUFA gemeinsam voranzutreiben. So etwas findet man selten bei großen Unternehmen.“ Über die bestehende Lösung hinaus wollen SCHUFA und fino mit ClariLab weitere Leistungen für ein technologisch ausgereiftes und effizientes regulatorisches Management entwickeln.

GELDWÄSCHEGESETZ 2020

EINFLUSS GEHT WEIT ÜBER DIE FINANZBRANCHE HINAUS

Das neue Geldwäschegesetz (GwG) 2020 nimmt nahezu alle Branchen in die Pflicht, strengere Auflagen zur Vermeidung von Geldwäsche zu erfüllen. Damit erweitert sich der Kreis der betroffenen Unternehmen weit über den Finanzsektor hinaus. Die Verpflichteten müssen den zuständigen Behörden jederzeit nachweisen können, dass sie die Bestimmungen nach dem GwG erfüllen.



ERFOLGREICH QUERGEDACHT

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erzählen, wie sie sich beruflich neu erfunden haben. Durch ihren Wechsel zur SCHUFA bringen sie Impulse aus völlig unterschiedlichen Branchen ein.

FOTOGRAFIE_ PRIVAT, SCHUFA, MICHAEL ZELLMER, SOKA-BAU, DETLEF GOTTWALD





ANDREAS PESCH

Abteilungsleiter Operations und Service-Management

Wer über Monate mit 200 Menschen auf einem Schiff und damit auf engstem Raum zur See gefahren ist, der weiß, was es heißt, eine Mannschaft zu sein, Vertrauen zu haben und Rücksicht zu nehmen. In seinen fünf Jahren als **Schiffstaucher** bei der Marine hat Andreas Pesch gelernt, in kritischen Situationen Ruhe zu bewahren. Eine Fähigkeit, die ihm nach seiner Marinezeit als Führungskraft bei verschiedenen Unternehmen, ob im Start-up oder in der Wirtschaftsprüfung, sehr half. Am SCHUFA-Standort Berlin führt er seit November 2018 die Abteilung Operations und Service Management mit 60 Mitarbeitern. Gemeinsam mit ihnen sorgt er dafür, dass bei tausenden Anfragen pro Tag Zeitvorgaben für Änderungen und Auskünfte gegenüber Kunden eingehalten werden. Das funktioniert für Pesch am besten, weil „ich mich als Teil des Teams und nie als Kopf sehe“.



MELITO VAN DER ENDE

Principal Digital Transformation
& New Business

Menschen für große Ziele begeistern und sie zu neuen Produktideen führen: für Melito van der Ende ein Traumjob. Spätestens seit er 2015 ein **Start-up** für einen Energieversorger aufbaute, das innerhalb von neun Monaten eine Smart-Home-Lösung entwickelte. „Damals haben mir Methoden wie das Design Thinking die Augen in Sachen Kundenzentrierung geöffnet – auch weil ich viel Kontakt zu internationalen Gründern hatte.“ Dieses Mindset nützt heute ihm und seinen Kollegen. Bei der SCHUFA bringt van der Ende als interner Berater die richtigen Leute zusammen, um etwa Produkte für den Zahlungsverkehr von Energieversorgern oder Fin-Techs zu entwickeln. Was ihn im Vergleich zu seinem früheren Job immer noch beeindruckt: „Ich hätte nie gedacht, für wie viele Branchen ich hier an digitalen Lösungen arbeiten kann.“



KATHARINA GERLOF

Sachbearbeiterin Telefonberatung
im SCHUFA Privatkunden ServiceCenter

Ab und zu macht Katharina Gerlof ihren Kolleginnen und Kollegen noch eine Freude mit ihrer Backkunst. Doch seit Juni 2019 hat die gelernte **Konditormeisterin** in der Telefonberatung im SCHUFA Privatkunden ServiceCenter in Köln andere Aufgaben. Ihr Arbeitsleben hat sich dadurch inhaltlich und zeitlich entscheidend gewandelt. Denn so groß ihre Liebe zum Handwerk ist, so anstrengend war für sie das Arbeitspensum in der Backstube – vor allem zu Uhrzeiten, zu denen andere schlafen. Heute ist sie glücklich in der Kundenberatung, wo sie Verbraucher zu Themen wie zum Beispiel Speicherfristen, Fraud Prevention und Score berät. Oder sie hört genau zu und erklärt die Funktion der SCHUFA. Was ihr im Jobvergleich auffällt: „Die enorme Individualität im Kundenkontakt hatte ich hier so nicht erwartet.“



FRAUKE REMMERT

Sachbearbeiterin Anmerkungsmanagement

Frauke Remmert hat mit dem Wechsel zur SCHUFA die Werkbank gegen den Schreibtisch eingetauscht: „Mein damaliger Chef, der Geschäftsführer eines kleinen Elektronikpartners mit Werkstatt und Außendienst, ging in Rente. Da entschloss ich mich, etwas ganz anderes zu machen.“ Die Reparatur vom Kaffeevollautomaten bis zum Smartphone oder die Service-Technik für das Kabelfernsehen ließ sie damit hinter sich. Seit Mai 2019 arbeitet die gelernte **Radio- und Fernsehtechnikerin** als Sachbearbeiterin im Anmerkungsmanagement am Standort Hannover. Dort übernimmt sie die schriftliche Kommunikation mit Verbrauchern. Dabei hilft ihr die Erfahrung aus ihrem alten Job, Kundenanliegen schnell zu analysieren, dem richtigen Bearbeitungsprozess zuzuführen und den SCHUFA-Datenbestand zu prüfen. Denn Frauke Remmert hat quasi immer den richtigen Schaltplan im Kopf.

PAUL MICHAEL HÜCKEL

Referent für CSR und Kommunikation

Schon im Unterricht hat Paul Michael Hückel, ausgebildeter **Gymnasiallehrer für Englisch und Geographie**, wann immer möglich, den Schwerpunkt auf das Thema Nachhaltigkeit gelegt: „Doch das war mir nicht genug. Ich wollte mich noch intensiver mit Nachhaltigkeitsthemen beschäftigen.“ Nach seinem Referendariat entschied er sich deshalb, in die freie Wirtschaft zu wechseln, und absolvierte berufsbegleitend den MBA in Sustainability Management. Als Referent für CSR und Kommunikation profitiert er heute von seinem didaktischen Wissen, mit dem er Komplexes einfach vermitteln kann. Denn neben CSR-Berichterstattung und Nachhaltigkeitskonzepten betreut er auch die Bildungsinitiative „SCHUFA macht Schule“ und entwickelt Unterrichtsmaterialien zum Umgang mit Geld.



DIE KUNST DER INSPIRATION

Wer kreativen Input sucht, findet ihn im SCHUFA-Hauptsitz in Wiesbaden schnell. Denn die unternehmenseigene Kunstsammlung FARBRAUMWELTEN bereichert die Gänge und Räume in vielerlei Hinsicht. Kuratorin Cornelia Saalfrank hat das Konzept entworfen, das wie das Unternehmen selbst immer wieder neue, vielseitige Aspekte entwickelt und dennoch den zentralen roten Faden behält.

FOTOGRAFIE_ PRIVAT, LUMENPHOTO, SCHUFA

Die SCHUFA war beim Einzug in ihr neues Gebäude sehr offen für Ideen zur Integration moderner Kunst. Eine tolle Ausgangssituation für die FARBRAUMWELTEN, in denen es um Farbe, Form, Licht und Raum geht. Mit Dynamik und Transparenz greifen die Kunstwerke auch bewusst die Unternehmenswerte auf. Dazu haben wir in Ateliers und Ausstellungen, auf Messen oder mithilfe von Wettbewerben nach innovativen Köpfen und künstlerischen Herangehensweisen gesucht.

Kunst im Unternehmen hat aus meiner Sicht einen besonderen Stellenwert. Gut integriert kann sie den Arbeitsalltag um eine visuell anspruchsvolle Dimension erweitern. Wir wollen damit bekannte Denk- und Sehgewohnheiten aufbrechen. Das heißt, Mitarbeiter und Besucher werden mit ästhetischen Herausforderungen konfrontiert, die nur schwer zu ignorieren sind. Etwa durch die Intensität der Farben oder die Effekte dynamischer Lichtkunst. So kommen Leute ins Gespräch, mit sich selbst oder anderen. Das inspiriert und kann neue Horizonte öffnen. Das Schöne an den FARBRAUMWELTEN ist auch, dass es kein vergleichbares Sammlungskonzept bei anderen Unternehmen gibt.

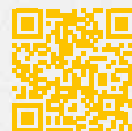


**CORNELIA SAALFRANK,
KURATORIN FARBRAUMWELTEN,**

ist Kunstberaterin und Vermittlerin zwischen bildender Kunst und Wirtschaft. Sie ist seit 1997 Geschäftsführerin der von ihr gegründeten Kunstagentur Cornelia Saalfrank in Wiesbaden. Neben vielen weiteren Unternehmensprojekten betreut sie seit 2006 als Kuratorin die SCHUFA-Kunstsammlung FARBRAUMWELTEN.

Aktuell sind im Haus 20 verschiedene Künstlerinnen und Künstler zu sehen. Ihre Werke stehen im Dialog mit der modernen Architektur des Gebäudes – und natürlich auch mit den Menschen, die bei der SCHUFA arbeiten. So vielfältig wie sie sind auch die eingesetzten Techniken: Malerei aus der Spraydose, Skulpturen, Installationen, Fotografie, Lichtkunst und viele konzeptuelle Ansätze.

Inspirierend ist für mich persönlich, dass Mitarbeiter – oft mit der ganzen Familie – Führungen gerne nutzen, etwa im Rahmen der jährlichen Aktion Kunstprivat! Viele sind inzwischen richtig stolz auf die hochkarätige Kunst im Haus. Und ich hoffe, es werden noch mehr. Auch, weil sich die Sammlung, ganz wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der SCHUFA, weiterentwickelt. Unter dem Stichwort „JUNGE FARBRAUMWELTEN“ sammeln wir Werke von Nachwuchskünstlern, die in ihre Arbeiten auch digitale Technologien integrieren.



Für mehr Infos zur Kunstsammlung scannen Sie den QR-Code oder gehen auf www.schufa.de/kunstsammlung.jsp



NICHOLAS BODDE

Ein Vertreter der aktuellen konkret-konstruktiven Kunst, dessen Streifenbilder für eine Emotionalisierung der Geometrie stehen.

Ohne Titel, Mischtechnik auf Dibond-Aluminiumplatte, 1 : 2,33

VERANTWORTUNG BEI DER SCHUFA

Als mittelständisches Unternehmen mit besonderer volkswirtschaftlicher Bedeutung sind wir fest in der deutschen Wirtschaft und Gesellschaft verankert. Es gehört zu unserem Selbstverständnis, im Sinne einer Corporate Responsibility (CR) Verantwortung sowohl für unsere Dienstleistungen als auch für die Auswirkungen unseres Handelns in der Gesellschaft zu übernehmen.

Unser Verantwortungsverständnis wird in **fünf Handlungsfeldern** sichtbar und lebendig. Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns: Für sie entwickeln und liefern wir prozess- und nutzenoptimierte Produkte und gehen sorgsam mit den uns anvertrauten Daten um. In der digitalen Gesellschaft stehen wir für einen verantwortungsvollen Umgang mit Technologien und setzen uns dafür ein, Chancen der Digitalisierung zu nutzen und gleichzeitig Risiken zu minimieren. Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wir ein zuverlässiger und attraktiver Arbeitgeber und legen besonderen Wert auf eine kooperative Unternehmenskultur sowie familienbewusste Personalpolitik. Die Umwelt wollen wir durch unser Handeln möglichst wenig belasten und gestalten unsere Geschäftstätigkeit daher ressourcenschonend. In das Gemeinwesen bringen wir uns sowohl bundesweit als auch regional aktiv ein und engagieren uns vor allem im Bereich der Finanzbildung.



Scannen Sie den QR-Code für weitere
Informationen zu unseren Handlungsfeldern

GEMEINWESEN

9,1

MILLIONEN

Jugendliche und junge Erwachsene haben wir seit 2013 mit unserer Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt“ erreicht.

DIGITALE GESELLSCHAFT

113

TAUSEND

Anfragen gehen täglich in unserem SCHUFA-FraudPool ein.

MITARBEITER

4,1

PROZENT

betrug die Fluktuationsrate unter unseren Beschäftigten.

KUNDEN & PRODUKTE

97

PROZENT

der telefonischen Anfragen, die uns 2019 erreichten, konnten wir sofort beantworten.

UMWELT & EINKAUF

598

TAUSEND

Blatt Papier haben wir 2019 im internen Verbrauch eingespart.

Für jedes unserer Handlungsfelder haben wir klare Ziele definiert, mit denen wir Erfolg messbar machen und Aktivitäten steuern. Mit einer unternehmensübergreifenden Arbeitsgruppe sowie der Einbindung eines Verbraucherbeirates und des unabhängigen SCHUFA Ombudsmannes haben wir zentrale Strukturen, um die Transparenz unseres Handelns und unserer Kommunikation zu gewährleisten. Dazu gehört auch der Dialog mit relevanten Anspruchsgruppen, insbesondere der Politik und Verbrauchergremien. Ihre Interessen wollen wir in unsere CR-Strategie integrieren und damit unseren Anspruch erfüllen, Vertrauen zu schaffen.

Ausgezeichnete Nachhaltigkeit: Die SCHUFA setzt Maßstäbe in der Finanzbranche

Unser gesellschaftliches Engagement und unsere CR-Maßnahmen wurden bereits mehrfach ausgezeichnet: Zum Beispiel erreichten wir 2019 mit einem Bestwert von 100 Punkten den Spitzenplatz und das Qualitätsurteil „ökologisch, ökonomisch und sozial wertvoll“ unter „Deutschlands wertvollsten Unternehmen“. Somit setzen wir den Maßstab für andere Unternehmen innerhalb des Finanzsektors.



KUNDEN & PRODUKTE

Eine hohe Kundenzufriedenheit ist für uns ein wichtiger Gradmesser erfolgreicher Geschäftstätigkeit. Dabei haben die Sicherheit und der sensible Umgang mit den uns anvertrauten Daten sowie deren fortlaufende Qualitätsverbesserung höchste Priorität. Die Datenverarbeitung erfolgt gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO). Zudem wird die Funktionsfähigkeit unserer Compliance-Prozesse zur Einhaltung der unternehmensrelevanten Gesetze und Regeln nicht nur alle drei Jahre durch die TÜV Rheinland Cert GmbH geprüft und entsprechend zertifiziert, sondern wir schulen auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig zu gesetzes- und richtlinienkonformem Verhalten.

SCHUFA im Dialog

Als einzige Auskunftei in Deutschland hat die SCHUFA ein Ombudsmannverfahren für Verbraucher eingerichtet. Um die Interessen aller Anspruchsgruppen bei unserer Tätigkeit zu berücksichtigen und auf diese Weise Transparenz zu schaffen, suchen wir den Dialog auf verschiedenen Ebenen:

Der **SCHUFA Ombudsmann** Prof. Dr. Hans-Jürgen Papier, ehemaliger Präsident des Bundesverfassungsgerichts, ist ein externer Vermittler zwischen der SCHUFA und Verbrauchern, der strittige Vorgänge neutral und unbürokratisch prüft.

Der **SCHUFA-Verbraucherbeirat** setzt sich aus Wissenschaftlern, Journalisten, Politikern, Schuldnerberatern und Wirtschaftsvertretern zusammen. Als beratendes Gremium erörtert er verbraucherrelevante Themen.

Unsere **Kundenbeiräte** diskutieren aktuelle Fragestellungen zur Unternehmensstrategie und zur Geschäftsentwicklung. Die branchenübergreifend besetzten Beiräte liefern zudem wertvolle Impulse aus der Welt der Wirtschaft.



Beim SCHUFA-Jahresforum zum Thema „Künstliche Intelligenz“ inspirierte der Bestseller-Autor Frank Schätzing rund 100 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Verbänden.

DIGITALE GESELLSCHAFT

Mit der digitalen Transformation entstehen neue technologische Möglichkeiten und Geschäftsmodelle, die die SCHUFA zum Wohl ihrer Kunden und Stakeholder nutzen kann. Doch die Digitalisierung birgt auch Risiken wie Datenmissbrauch, denen die SCHUFA mit starkem Know-how und innovativen Produkten rund um Identitätsschutz und Betrugsprävention begegnet. Damit leistet die SCHUFA einen Beitrag, um Unternehmen und Privatpersonen vor Betrug und seinen Folgen zu schützen. Unsere zentrale Position in einer zunehmend digitalen Kredit- und Konsumwirtschaft geht mit einer großen Verantwortung einher. Im Sinne einer Corporate Digital Responsibility (CDR) haben wir Prinzipien formuliert, nach denen wir handeln und auf deren Grundlage wir einen Beitrag zur digitalen Debatte leisten.



Auf Podiumsdiskussionen tauschten sich Expertinnen und Experten zum gezielten Einsatz von KI/Machine Learning zur Betrugsprävention aus.

Verlässlichkeit und Überprüfbarkeit:

Die von uns eingesetzten Verfahren sind verlässlich und werden durch unsere Expertinnen und Experten permanent überprüft.

Transparenz und Nachvollziehbarkeit:

Wir lassen unsere Verfahren regelmäßig wissenschaftlich überprüfen und legen sie gegenüber den Aufsichtsbehörden offen. Verbrauchern gegenüber machen wir unser Handeln nachvollziehbar und klären sie über die allgemeinen Grundlagen des Scorings auf.

Teilhabe und Befähigung:

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, möglichst vielen Menschen eine Teilhabe am Wirtschaftsleben zu ermöglichen und eigenverantwortliches Handeln zu fördern. Dabei wollen wir unerlaubte Diskriminierung vermeiden und verwenden zur Prognose der Rückzahlungswahrscheinlichkeit kreditrelevante Informationen.

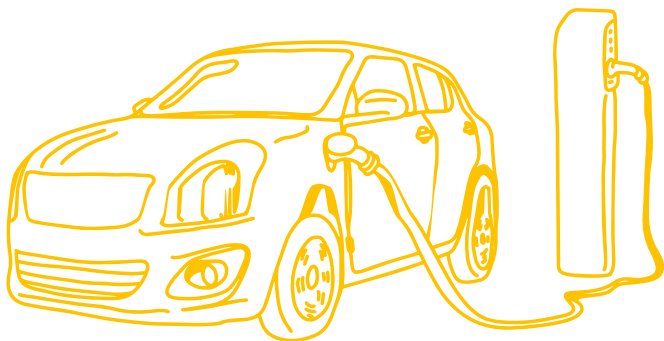
UMWELT & EINKAUF

Es ist Anspruch der SCHUFA, auch für die ökologischen Auswirkungen unseres Geschäftsbetriebs Verantwortung zu übernehmen und diese fortlaufend zu reduzieren. Bereits 2005 haben wir ein Umweltmanagementsystem etabliert, das wir anhand eines konkreten Kennzahlenmanagements steuern und kontinuierlich ausbauen. Dabei unterstützt und regelmäßig ausgezeichnet werden wir vom Kooperationsprojekt ÖKOPROFIT der Stadt Wiesbaden. Wir senken somit nicht nur unsere Umweltbelastungen, sondern auch Betriebskosten. So konnten wir seit 2005 33.926 m³ Frischwasser durch unsere Brauchwasseranlage einsparen und mit unserer Solaranlage 3.387 kWh Strom in das Wiesbadener Stromnetz einspeisen. Bereits seit 2015 nutzen wir an fast allen Standorten 100 Prozent Ökostrom und haben 2019 den Austausch unserer Beleuchtung durch energieeffiziente LED-Glühbirnen weiter vorangetrieben.

Ökostrom kommt auch bei den Dienstreisen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Deutschen Bahn zum Einsatz. Zugleich steht unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Anspruch auf einen Dienstwagen eine große Auswahl an Elektro-, Gas- und Hybridfahrzeugen zur Auswahl. 2019 konnten wir somit unseren CO₂-Ausstoß durch unsere Dienstreisen und Firmenfahrzeuge um 16 Prozent senken. Außerdem haben wir sowohl in unserer Wiesbadener Tiefgarage als auch auf den Außenparkplätzen jeweils zwei E-Ladesäulen installiert.

Ein weiterer wichtiger Hebel zur Ressourcenschonung liegt in der Verwendung von nachhaltigem Papier sowie in der Sensibilisierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für einen verantwortungsvollen Umgang mit Papier. Unseren internen Geschäftsbetrieb haben wir bereits zu 100 Prozent auf Papier mit dem Umweltlabel „Blauer Engel“ umgestellt und sämtliche Drucker und Kopierer auf beidseitigen Druck voreingestellt. Dadurch konnten wir unseren internen Papierverbrauch 2019 um 28 Prozent senken.

Außerdem setzen wir beim Einkauf von Dienstleistungen und Waren wie Büromaterialien und Werbemitteln auf nachhaltig produzierte Artikel und prüfen verstärkt deren Sozial- und Umweltstandards.



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Anspruch auf einen Dienstwagen haben, können unter anderem zwischen Elektro-, Gas- und Hybridfahrzeugen auswählen.



Unser prämiertes betriebliches Gesundheitsmanagement fördert die Leistungsfähigkeit und das Wohlbefinden unserer Beschäftigten.

MITARBEITER

Den Anspruch, ein verantwortungsbewusster und sicherer Partner zu sein, haben wir auch als Arbeitgeber: 90 Prozent der Verträge, die wir mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern abschließen, sind unbefristet. Die durchschnittlich mehr als zehn Jahre währende Unternehmenszugehörigkeit sowie eine geringe Mitarbeiterfluktuation von 4,1 Prozent belegen, dass die SCHUFA ein attraktiver Arbeitgeber ist. Mit ihrem Wissen, ihrem Einsatz und ihren Ideen bilden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Fundament unseres Unternehmenserfolgs.

Mit einer Betriebsvereinbarung zur Mobilarbeit haben wir 2019 unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit eröffnet, ihren Aufgaben flexibel, selbstbestimmt und ortsungebunden nachzugehen. 27 Prozent unserer Beschäftigten nutzten 2019 die Möglichkeit, ihre Aufgaben in Teilzeit wahrzunehmen. Außerdem unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, Beruf und Familie bestmöglich in Einklang zu bringen. Dafür wurden wir 2014 im Rahmen des „audit berufundfamilie“ als familienbewusstes Unternehmen zertifiziert und 2017 sowie 2020 rezertifiziert. So bieten wir in Wiesbaden zehn Krippenplätze in Kooperation mit einer Kindertagesstätte und an allen Standorten Eltern-Kind-Büros an.

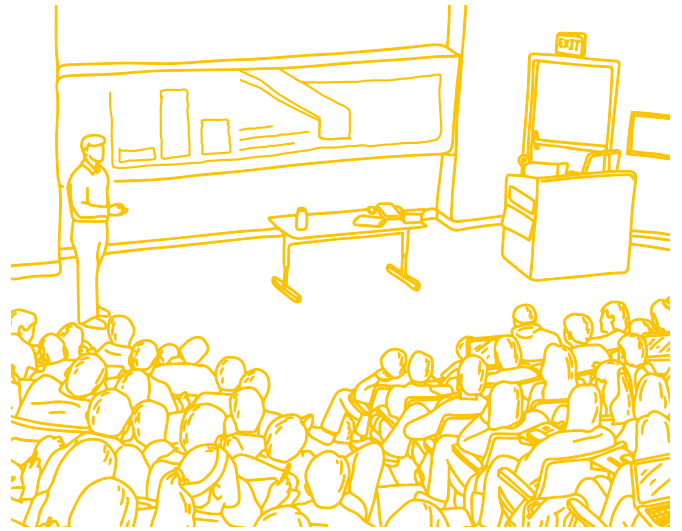
GEMEINWESEN

Mit gesellschaftlichem Engagement Verantwortung zu übernehmen bedeutet für uns dort aktiv zu sein, wo wir mit unserer Expertise am meisten bewirken können – etwa bei der Finanzbildung für junge Menschen. Seit 2013 haben wir mit der „W² WirtschaftsWerkstatt“ mehr als 9,1 Millionen Jugendliche und junge Erwachsene im Web und in den sozialen Medien erreicht. Darüber hinaus wurden im Rahmen von „SCHUFA macht Schule“ rund 25.000 kostenlose Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte und Schulen zur Verfügung gestellt.

Für die interessierte Öffentlichkeit bereiten wir Fakten und Trends zur privaten Kreditaufnahme, zum Konsumverhalten und zur Finanzkultur im SCHUFA Kredit-Kompass auf. Auf der Website www.scoring-wissen.de erläutern wir Wissenswertes rund um Scoring-Verfahren.

Die SCHUFA engagiert sich mit 27 weiteren Unternehmen im CSR Regio.Net Wiesbaden. Die Unternehmen setzen sich gemeinsam dafür ein, gesellschaftliche Aspekte systematischer in alle Bereiche der Unternehmenstätigkeit zu

integrieren. Mit diesem Engagement für ihre Beschäftigten, die Umwelt und das Gemeinwesen stehen die Unternehmen des CSR Regio.Net Wiesbaden ein für eine verantwortlichere Unternehmensführung in der Region.



Ausgezeichnete Bildung: Die SCHUFA-Bildungsinitiativen erhielten 2019 erneut das Comenius-EduMedia-Siegel für digitale Bildungsmedien und den FOXAWARD für besonders gelungene Kommunikationsprojekte.

Hierzu zählt unter anderem die Initiative WiesPaten. Kinder und Jugendliche, vor allem mit Migrationshintergrund, erhalten speziellen Förderunterricht – ergänzt durch gemeinsame Aktivitäten der Kinder mit „WiesPaten“ im Partnerunternehmen.

Der ehrenamtliche Einsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ein wichtiger Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements der SCHUFA: 2019 fanden an fünf Standorten so genannte Corporate Volunteering-Tage statt, an denen sich insgesamt 58 Freiwillige beteiligten und 464 Stunden gemeinnützige Arbeit leisteten.

Darüber hinaus fördern wir mit unserem „Corporate Volunteering Award“ gemeinnützige Projekte, für die sich unsere Beschäftigten in ihrer Freizeit einsetzen. 2019 wurden von einer Jury sechs Projekte ausgesucht, die mit jeweils 1.000 Euro gefördert werden.



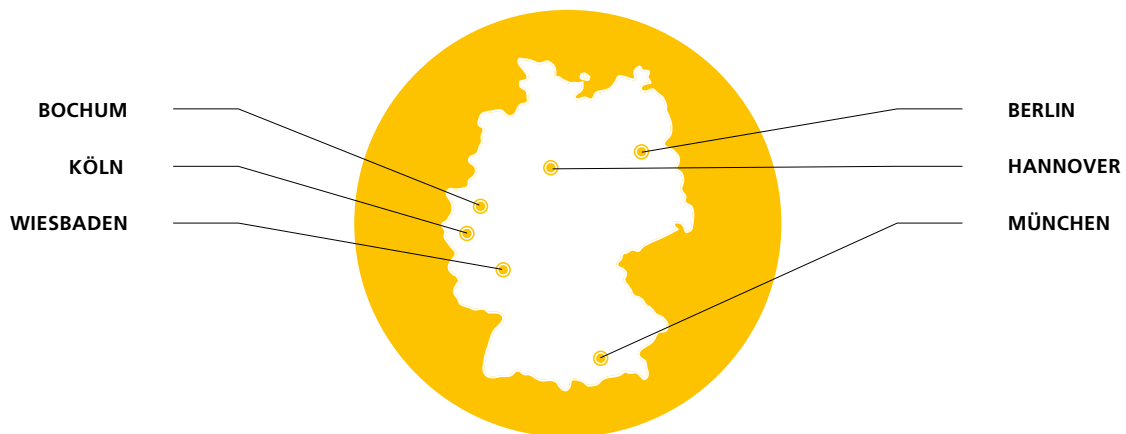
Mit dem „Corporate Volunteering Award“ fördern wir das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

UNTERNEHMENSSTRUKTUR 2019

ANTEILSEIGNER



STANDORTE



6 STANDORTE
hat die SCHUFA: in Berlin, München,
Hannover, Bochum, Köln, Wiesbaden (Zentrale);
dazu ein Büro in Hamburg.

UNTERNEHMENSKENNZAHLEN 2019*

GESCHÄFTSZAHLEN



MILLIONEN EURO JAHRESÜBERSCHUSS
hat die SCHUFA erwirtschaftet.

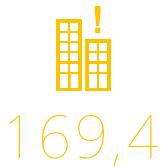
212,2

MILLIONEN EURO UMSATZ
hat die SCHUFA erzielt.



MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER
hat die SCHUFA an ihren sechs Standorten.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN



MILLIONEN AUSKÜNFTE
und Nachmeldungen hat die SCHUFA an Unternehmenskunden übermittelt.

2,7

MILLIONEN AUSKÜNFTE
hat die SCHUFA an Verbraucher ausgegeben.



AUSKÜNFTE
bearbeitet die SCHUFA durchschnittlich pro Tag.

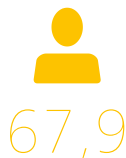
10.000

UNTERNEHMENSKUNDEN
hat die SCHUFA.

DATENBESTAND

1

MILLIARDE INFORMATIONEN zu Personen und Unternehmen hat die SCHUFA gespeichert.



MILLIONEN ist die Anzahl natürlicher Personen, zu denen die SCHUFA über Daten verfügt.

6

MILLIONEN ist die Anzahl der Unternehmen, zu denen die SCHUFA über Daten verfügt.

* Zahlen gerundet.



schufa

Wir schaffen Vertrauen