

03.05.2019 | Bank-IT | Im Fokus | Onlineartikel

Wie Banken neue Geschäftspartner besser einschätzen

Autor: Axel Schmale

Die Gesetze zur Vermeidung von Geldwäsche sowie die Regelungen zur Geschäftsanbahnung bei potenziell gesperrten Kunden werden immer strenger. Mit welcher Technik Banken neue Geschäftspartner durchleuchten, erklärt Finanz-IT-Experte Axel Schmale.



Der Einsatz passender IT erleichtert Banken die Analyse neuer Kundenbeziehungen und die Prüfung von Bestandskundendaten. © vege / Fotolia

Um zu klären, ob eine neue Geschäftsbeziehung überhaupt zulässig ist, müssen Banken investieren, vor allem in eine gute IT. Denn nur mit modernen und optimalen internen Prozessen können Geldhäuser die Daten ihrer Geschäftspartner zeitnah verbessern und auswerten. Für Finanzinstitute hat die KYC-Devise (KYC = Know Your Customer) deshalb einen besonderen Stellenwert. Denn die dritte EU-Anti-Geldwäsche-Richtlinie schreibt vor, dass Finanzinstitute bei natürlichen und juristischen Personen und ihren wirtschaftlich Berechtigten, den Beneficial Owner, relevante Informationen zusammenführen und dokumentieren müssen.

Ziel ist es, den Geschäftspartner eindeutig zu identifizieren und mit Sanktionslisten abzugleichen, um Risiken auszuschließen. Hierfür kann es notwendig sein, die vorliegenden Informationen mit externen Daten anzureichern, etwa zur Konzernzugehörigkeit oder einer Umsatzsteuer-ID. Konkret müssen schon vor der eigentlichen Geschäftsbeziehung alle Risiken ausgeschlossen werden. Dafür benötigen Banken die entsprechende Methodik und

zugehörigen Prozesse. Wird eine solche KYC-Analyse nicht sorgfältig durchgeführt, drohen dem Finanzinstitut im Betrugsfall hohe Strafzahlungen.

IT-Systeme gegen Geldwäsche einsetzen

Da die Methoden von organisierten Kriminellen immer komplexer werden, müssen Banken ihre IT-Systeme ständig anpassen. Doch Legacy-Systeme vieler Geldinstitute erschweren die Betrugsprävention und KYC-Analysen enorm. Hinzu kommt, dass Banken Informationen über ihre Geschäftspartner oft nur unzureichend vorliegen. Fehlerhafte, veraltete und unvollständige Daten liegen jahrelang in verschiedenen Systemen, sogenannten Datensilos, redundant verteilt. Das macht es schwer, die Geschäftspartner einzuschätzen.

Einheitliches Kundenprofil erstellen

Wie also können Banken die Geldwäsche-Richtlinien einhalten? Im ersten Schritt müssen sie sich eine Übersicht über alle Geschäftspartnerdatenbestände verschaffen, und zwar über die verschiedenen Online- und Offline-Kanäle als auch über alle Unternehmenssysteme hinweg. Banken sollten die Daten ihrer Geschäftspartner hinsichtlich Vollständigkeit, Richtigkeit, Aktualität und Eindeutigkeit optimieren. Ein Master-Data-Management-System (MDM) Daten hilft beispielsweise, Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen zu konsolidieren und Dubletten zu bereinigen. Es vervollständigt Lücken und aktualisiert veraltete Daten.

Alle korrekten, aktuellen und vollständigen Informationen ergeben zusammengefasst ein einheitliches, im Unternehmen zentral zur Verfügung stehendes Profil. Dieses liefert eine 360-Grad-Sicht auf jeden Geschäftspartner. Eine solche Prüfung der Geschäftspartnerdaten muss kein großes Projekt sein, sondern kann in einzelnen, überschaubaren Teilprojekten im laufenden Betrieb zu signifikanten Verbesserungen führen.

Regelmäßige Checks auch bei Bestandskunden

Steht das vereinheitlichte Geschäftspartnerprofil, müssen die jeweiligen Kontoinhaber anschließend mit Referenzdatenbanken und Sanktionslisten abgeglichen und ein Entscheidungsprozess angestoßen werden. Dieser Prozess muss jedoch nicht nur bei der Neuanlage eines Geschäftspartners erfolgen, sondern auch bei Bestandspartnern regelmäßig durchgeführt werden.

Und weil Banken Geschäftspartner oft mit mehreren Listen abgleichen müssen, erhöht dies die Komplexität zusätzlich. So spielen auch hier IT-Prozesse eine große Rolle. Denn Systeme müssen in der Lage sein, Bestandsdaten regelmäßig, am besten automatisiert, zu überprüfen und Auffälligkeiten aufzuzeigen. So können Banken geeignete Maßnahmen zur Risikobehhebung frühzeitig ergreifen und Geldbußen verhindern.

KYC-Überprüfung als Compliance-Instrument

Finanzinstitute sollten daher in ihrem eigenen Interesse kontinuierliche KYC-Überprüfungen als festen Teil ihres Compliance-Managements etablieren und gleichzeitig eine hohe Qualität ihrer Geschäftspartnerdaten sicherstellen. Um dies zu erreichen, muss meist jedoch eine für das Institut individuelle Lösung, mitunter auch in Zusammenarbeit mit Experten, gefunden werden.
