

NEUE GLOBALE STUDIE

**Perpetual
KYC: Die
Transformation
von Risiko und
Compliance**



Über die Studie

KONTEXT UND ZIELSTELLUNGEN

Know Your Customer (KYC) ist traditionell ein manueller, zeitaufwändiger Prozess für Unternehmen sowie ein technisch herausfordernder Vorgang.

Diese Erfordernisse haben zur Entstehung des „kontinuierlichen KYC („perpetual KYC“ – pKYC) geführt. Dieses Konzept umfasst die Durchführung eines kontinuierlichen KYC-Prozesses, der auf spezifischen Anlässen basiert und sich die Vorteile von Daten-Inputs in Echtzeit zunutze macht.

Da sich Perpetual KYC noch nicht in der Breite durchgesetzt hat, wollten wir den Bekanntheitsgrad des Begriffs und das Interesse an diesem Ansatz für Risikomanagement und Compliance untersuchen.

Zur Vornahme dieser Analyse wollten wir Antworten auf diese Fragen:

- Wie wird KYC heutzutage in den unterschiedlichen Unternehmenstypen durchgeführt und was ändert sich dabei gerade?
- Wie wird KYC in der Branche im weiteren Sinne und durch die hochrangigen Führungskräfte wahrgenommen und welche Entwicklungen lassen sich hinsichtlich dieser Haltungen beobachten?
- Mit welchen zentralen Herausforderungen sehen sich die Implementierenden von KYC heutzutage konfrontiert und wo sehen sie den größten Veränderungsbedarf?



METHODE

Wir haben mit dem Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Context Consulting als einem unabhängigen, externen Partner bei Design und Durchführung der Studie zusammengearbeitet.

Diese Untersuchung beruht auf 60 ausführlichen Interviews mit 58 Firmen in 9 Ländern und aus drei Sektoren:

- **Traditionelles Finanzwesen:** einschließlich Bankwesen, Anlageverwaltung und Vermögensverwaltung
- **Fintech:** einschließlich Zahlungsverkehr, Devisen, Geldüberweisungen und Handel mit Kryptowährungen
- **Unternehmens- und Fachdienstleistungen:** einschließlich Branchenführer, Anwalts- und Wirtschaftsprüfungskanzleien sowie Immobilienfirmen

Die befragten Personen waren vorwiegend hochrangige Compliance-Spezialisten, wengleich wir auch Führungskräfte aus anderen Bereichen befragten, um eine weitere Perspektive zu erfassen.

Die Studie hatte einen globalen Umfang, und die Interviews erfolgten in drei Regionen und Märkten:

- Nordamerika (Kanada und USA),
- Europa (Österreich, Frankreich, Deutschland und Vereinigtes Königreich),
- Asien-Pazifik (Australien, Malaysia und Singapur).

Unsere Erläuterungen umfassen die folgenden Themen:

- Wie Unternehmen heutzutage mit KYC umgehen
- Haltungen und Sichtweisen in Bezug auf KYC
- Die wichtigsten Compliance-Probleme
- Kontinuierliches KYC: Was versteht man darunter und welche Nutzeffekte sind damit verbunden?



ABSCHNITTE/REGION	Europa	Nordamerika	APAC	INSGESAMT
Traditionelles Finanzwesen	12	5	8	25
Fintech	6	2	4	12
Unternehmens- und Fachdienstleistungen	12	7	2	21
INSGESAMT	30	14	14	58

Hintergrund

Vor der ausführlichen Untersuchung von Haltungen zu KYC wollten wir den weiteren Kontext, in dem Compliance stattfindet, und das Wesen der übergeordneten Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert ist, verstehen. Hier zeigte sich ein vielfältiges Bild mit unterschiedlichen, für jedes Marktsegment typischen Themen.

TRADITIONELLES FINANZWESEN

Viele traditionelle Finanzfirmen sehen sich gezwungen, ihre Wettbewerbsfähigkeit durch digitale Transformation zu erhöhen. Dieser Druck hat sich durch das Aufkommen agiler neuer Marktteilnehmer verstärkt, und alle Augen richten sich auf die Optionen, mit denen sich Bindung und Gewinnung von Kunden verbessern lassen.

Die Compliance-Teams bemühen sich, dieses Wachstum zu fördern, sehen sich dabei aber mit zahlreichen Problemen konfrontiert, die verhindern, dass sie hier optimale Ergebnisse erzielen. Es besteht ein Spannungsverhältnis zwischen diesem Anspruch und der Realität unzeitgemäßer Altsysteme sowie die Herausforderung, entsprechende Fachkräfte zu finden und an das Unternehmen zu binden.



Zu den wichtigsten Herausforderungen gehört die schnelle Bearbeitung. Kunden erwarten, dass sie möglichst rasch in den Genuss dieses Status gelangen und ein Geschäftskonto erhalten. Wir werden dabei durch veraltete Systeme behindert.



Der Fachkräftemangel ist in den letzten Jahren immer offensichtlicher geworden. Das betrifft insbesondere den Technologiebereich – also Softwareentwickler, Tester, Businessanalysten.

Wir erleben personelle Engpässe, da die Big-Tech-Unternehmen – wie auch Wettbewerber – in den Fintech-Bereich vordringen und wir häufig Mitarbeiter an diese Giganten verlieren, mit denen wir größtenteils nicht Schritt halten können.



FINTECH

Wenngleich die meisten Fintech-Firmen digital fortgeschritten bzw. häufig „digital nativ“ sind, stellt sie nichtsdestotrotz das Streben nach raschem Wachstum ebenfalls vor Herausforderungen, während ihnen zugleich der Vorteil eines langfristig gewachsenen Kundenstamms fehlt, auf den sich andere Unternehmen stützen können. Ein Faktor, der in unseren Untersuchungen deutlich wurde, ist die Tatsache, dass Fintech-Firmen zudem unter Fachkräftemangel leiden, da sie hier mit einer großen Bandbreite von Unternehmen im Wettbewerb stehen, zu denen auch die „Big-Tech“-Akteure gehören, die ebenfalls in diesen Sektor vordringen.

UNTERNEHMENS- UND FACHDIENSTLEISTUNGEN

Die schiere Vielfalt der Unternehmen in den Segmenten Unternehmens- und Fachdienstleistungen erschwert eine Generalisierung ihrer Erfahrungen, doch zeichnen sich dabei mehrere Themen ab. Zu den wichtigsten gehören die für die Konjunktur nachteiligen Gegenwinde im Zuge der Erholung von den Folgen der Covid-Pandemie und aufgrund des Ukrainekriegs, wie auch sich intensivierende wirtschaftliche Zwänge.

Das Lieferkettenrisiko ist aufgrund der globalen Instabilität größer als jemals zuvor und verschärft sich zusätzlich für die Firmen mit den international besonders diversen Lieferketten.

Aus der Compliance-Perspektive erzeugt das zusätzlichen Druck auf die KYC-Prozesse, die verifizieren sollen, dass Firmen nicht mit sanktionierten Unternehmen und natürlichen Personen Geschäfte tätigen. Weiter erschwert wird dies durch undurchsichtige Eigentums- und Besitzstrukturen.

“
Letztlich dreht sich alles um das Lieferkettenmanagement. Die Logistikaufgabe ist problematisch. Covid verursachte große Probleme für die meisten Lieferkettenmodelle, insbesondere in Hinblick auf Arbeitskräfte und das Auffinden von Personen, die bereit sind, Lkws und Züge zu lenken und den Warentransport zu organisieren.
”

ABSCHNITT DREI

KYC heute

WAS BEDEUTEN ALL DIE NAMEN?

Wir möchten kurz erläutern, welche Begriffe zur Beschreibung des KYC-Prozesses verwendet werden – sowohl für ein allgemeines Verständnis als auch um zu verdeutlichen, wie Kunden diesen Handlungsbereich wahrnehmen.

Es gibt verschiedene Perspektiven auf die Rolle von KYC in der Compliance-Hierarchie innerhalb der unterschiedlichen Sektoren und Disziplinen. KYC wird häufig synonym mit anderen Begriffen und Akronymen verwendet – und andere mit KYC assoziierte Begriffe können subtile Unterschiede und alternative Bedeutungen aufweisen.

Zumeist wird KYC als Teil der Due Diligence gegenüber Kunden (Customer Due Diligence – CDD) betrachtet, die wiederum in die Kategorie „Compliance“ fällt.

“

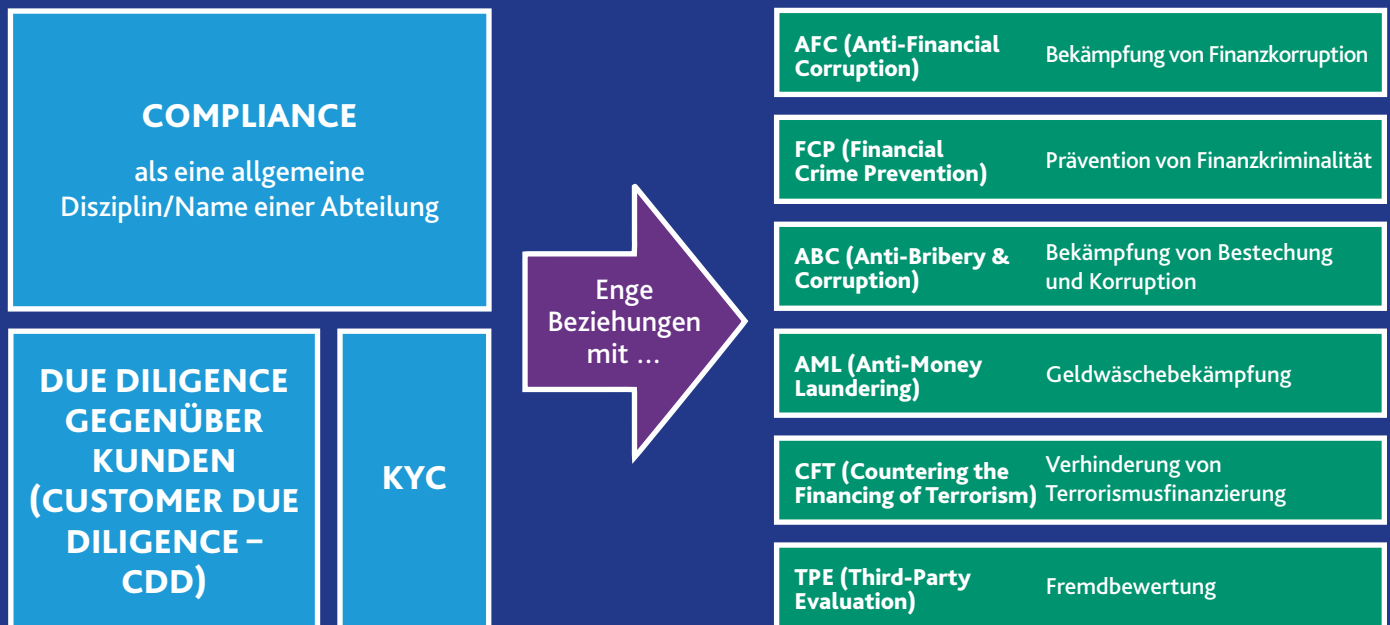
Viele verwenden die Begriffe KYC und CDD als Synonyme. Es ist in der Tat ein und dasselbe.

Wir praktizieren selbstverständlich KYC, bezeichnen das jedoch in der Regel als Third-Party-Risikomanagement statt als KYC.

Ich denke, dass KYC mehr eine für Finanzinstitute spezifische Sache ist.
”

Eine Vielzahl an dreibuchstabigen Akronymen wird in der Compliance-Welt verwendet. Dabei bezieht sich jedes auf einen anderen Risikotyp, wie etwa: AML (Anti-Money Laundering – Geldwäschebekämpfung), ABC (Anti-Bribery and Corruption – Bekämpfung von Bestechung und Korruption), AFC (Anti-Financial Corruption – Bekämpfung von Finanzkorruption), FCP (Financial Crime Prevention – Prävention von Finanzkriminalität) und CFT (Countering the Financing of Terrorism – Verhinderung von Terrorismusfinanzierung) sowie TPE (Third-Party Evaluation – Fremdbewertung), um nur einige zu nennen.

Dieser Überfluss an Bezeichnungen erschwert es für Compliance-Verantwortliche zusätzlich, Kollegen und Stakeholdern begreifbar zu machen, was genau mit KYC in der nachfolgend beschriebenen Form gemeint und was dafür erforderlich ist.



SPEZIFISCHE LÖSUNGEN FÜR SPEZIFISCHE BEDÜRFNISSE

Was die Dinge weiter verkompliziert ist die Flut an Begriffen, die mit „KY“ beginnen: angefangen bei den einigermaßen bekannten KYB (Know Your Business – Überprüfung der eigenen Geschäfte) und KYS (Know Your Supplier – Überprüfung der Unternehmenslieferanten) bis hin zu den weniger verbreiteten KYA (Know Your Agent – Überprüfung der durch das Unternehmen bevollmächtigen Vertreter), KYV (Know Your Vendor – Überprüfung der Auftragnehmer des Unternehmens) und sogar KYCP (Know Your Counterparty – Überprüfung des Geschäftspartners/der Gegenpartei des Unternehmens).

Diese Vielfalt in den Begrifflichkeiten unterstreicht die Tatsache, dass jedes Segment und zuweilen jedes Unternehmen spezifische Erfordernisse in Bezug auf Risikomanagement und Compliance aufweisen, die entsprechend spezifische Lösungen verlangen. Das bedeutet, dass es keinen allgemeingültigen Ansatz geben kann.

KYC: EINE PERSPEKTIVE ÜBER DAS ONBOARDING HINAUS ENTWICKELN

Wenngleich „Know Your Customer“ oder KYC weithin Anwendung findet und als fester Begriff verstanden wird, schreibt ihm nicht jeder die gleiche Bedeutung zu, was auf die fluide Natur von KYC hindeutet.

Wir haben festgestellt, dass sich in der Branche zunehmend die Auffassung durchsetzt, dass KYC nicht nur ein Onboarding-Thema, sondern stattdessen für die gesamte Dauer des Lebenszyklusmanagements relevant ist. Dies hängt in einem großen Maß von dem Risikoprofil der Gegenpartei ab. Je höher hier das Risiko, umso größer der Wunsch, mit den sich ändernden Risikoprofilen stets Schritt halten zu können.

Dieser Trend hin zu einem Lebenszyklusansatz hat Implikationen für die Arbeitslast der Compliance-Teams und setzt jene unter noch größeren Druck, Lösungen und Datenquellen finden zu müssen, die diesem Ansatz gerecht werden.

So verwenden die meisten Unternehmen zwar einem Mix aus zeitpunktbasierendem und vorfalls- oder anlassbezogenem Screening für die permanente Risikoüberwachung. Doch bedarf der aktuelle Ansatz angesichts des Wunsches nach einer Feineinstellung ihrer Risikokriterien sowie nach Vermeidung von Fehlmeldungen sowie nach regelmäßiger Aktualisierung von Datenquellen der weiteren Verbesserung.

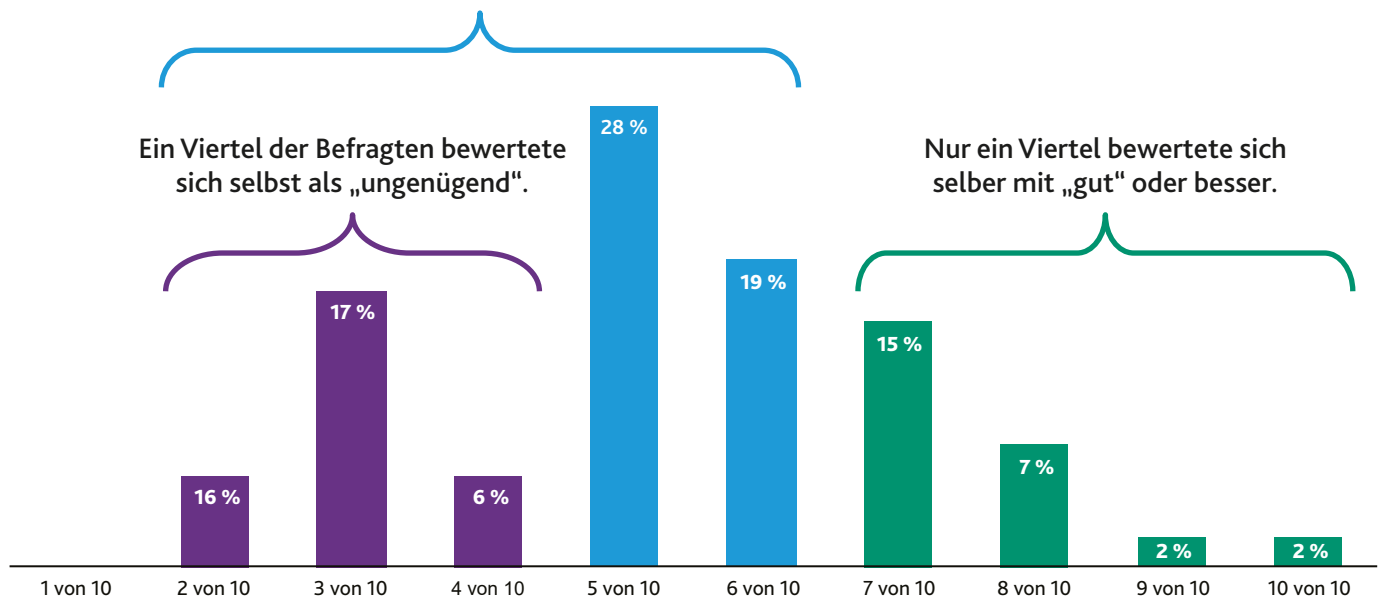
FIRMEN BEFINDEN SICH IN UNTERSCHIEDLICHEN PHASEN IHRES WEGS HIN ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION.

Wir baten hochrangige Führungskräfte, den KYC-Reifegrad anhand einer zehnstufigen Skala zu bewerten, wobei 1 manuell und papierbasiert und 10 automatisiert und digital bedeutet.

Dieses Diagramm zeigt, wie unsere Befragten sich selbst in Hinblick auf die Umsetzung der KYC-Digitalisierung bewerteten.

REIFEGRAD DER KYC-TRANSFORMATION

Dreiviertel stufen sich als „ungenügend“ oder „mittelmäßig“ ein.



Hier besteht auf jeden Fall Verbesserungsbedarf: Dreiviertel der befragten Firmen bewerteten ihren KYC-Reifegrad als „ungenügend“ oder „mittelmäßig“.

Zu den 28 % der Befragten, die sich die Note „ungenügend“ (4 von 10 oder niedriger) gaben, gehörten viele traditionelle Banken und Firmen für Fachdienstleistungen.

Diese Firmen sind angesichts vorwiegend manueller Prozesse und übermäßigen bürokratischen Aufwands frustriert und besitzen in der Regel Altsysteme, die nicht integriert sind. Darüber hinaus sind diese Firmen eher zögerlich in Bezug auf die Überzeugung, dass eine Verbesserung von KYC ihre Probleme lösen kann.

“

Wir verfügen über Tools, die beim Screening von Investoren helfen, aber der gesamte Prozess hinter CDD und KYC ist praktisch manuell und umfasst eine Menge an Hin und Her mit dem Investor-Relations-Team.

”

“

Unser KYC ist technisch weit fortgeschritten, aber wir müssen immer viel manuell erledigen. Es ist nicht vollautomatisiert und das wird auch nie möglich sein, aber es ist auch kein zu 100 % manueller Prozess.

”



Im mittleren Reifegrad (Rating von 5-6 von 10) gibt es viele große und komplexe Institutionen, die umfangreiche KYC-Investitionen getätigt haben, aber angesichts der gegenwärtig bei ihnen bestehenden Situation frustriert sind.

Häufig haben diese Firmen „halbautomatisierte“ KYC-Prozesse erreicht, kämpfen jedoch mit Schwierigkeiten auf dem Weg zu höherer Automatisierung aufgrund von IT-Beschränkungen sowie der Komplexität der Produkte und Märkte, auf denen sie agieren. Angesichts der getätigten umfangreichen Investitionen sorgen sie sich nun um die Kosten bzw. die Möglichkeit, auf das nächsthöhere Niveau zu gelangen.

Und schließlich bewertete sich jedes vierte der befragten Unternehmen als dem höheren Reifegrad zugehörig (Rating mit mindestens 7 von 10). Hier fanden sich in der Regel jüngere, agilere Unternehmen, bei denen es sich zumeist um solche aus der Fintech-Sparte handelte.

Ein Hauptunterscheidungsmerkmal dieser führenden Unternehmen besteht in der integrierten IT, die insbesondere KYC mit den Kundenbeziehungsmanagementsystemen verbindet. Es gibt zudem Unterschiede in der Einstellung und die starke Überzeugung, dass KYC das Unternehmen in der Differenzierung unterstützt.

Jedoch betonen Führungskräfte in diesen auf einer höheren Entwicklungsstufe stehenden Unternehmen, dass ihr Ziel die Balance zwischen Automatisierung und menschlichem Handeln ist.

“

In den letzten Jahren haben wir zahlreiche Änderungen vorgenommen und kommen der Automatisierung des gesamten Onboarding-Prozesses beständig näher.

”



ABSCHNITT VIER

Haltungen, Wahrnehmung und Herausforderungen im Kontext von KYC/pKYC

WIE SICHTBAR IST KYC IN DEN VORSTANDSETAGEN?

Ein Kernziel der Studie bestand in der Untersuchung der Frage, wie KYC durch die Unternehmensvorstände und die hochrangigen Führungsteams wahrgenommen wird. Wir begannen mit der Untersuchung des Problembewusstseins innerhalb der Unternehmensführung in Bezug auf KYC.

Als Konsens ergab sich, dass dieses Thema in den meisten Firmen Sichtbarkeit hat, obgleich Umfang und Natur dieser Sichtbarkeit stark variieren. Wir gelangten zu dem Schluss, dass das Maß an Aufmerksamkeit, das KYC gezollt wird, in direktem Zusammenhang mit der Mentalität oder Kultur in den Unternehmen, mit dem Reifegrad der digitalen Modernisierung – d. h. dem Automatisierungsniveau – sowie mit direkten Erfahrungen in Hinblick auf Geldbußen oder sonstige Strafen steht.

In Unternehmen mit starker Kundenorientierung wird KYC als integraler Bestandteil der allgemeinen Kundenbetreuung verstanden, während für andere der Umfang an für das KYC-Management erforderlichen Investitionen sicherstellt, dass das Thema auf dem Radar der Unternehmensführung ist.

In einer kleinen Zahl von Unternehmen hatten die Compliance-Verantwortlichen das Gefühl, beständig darum kämpfen zu müssen, dass die Unternehmensführung das Thema zur Kenntnis nimmt. Unter solchen Bedingungen ist KYC für die Führungskräfte sichtbar, wird aber eher als Störung

oder als etwas wahrgenommen, was im Gegensatz zu den wirtschaftlichen Zielen steht oder einfach weniger Priorität hat.

KYC: GUTE KOSTEN ODER SCHLECHTE KOSTEN?

Wir fragten als Nächstes, ob KYC eher als „sinnvolle Kosten“ – d. h. solche, die ein positives ROI erbringen – oder als „schlechte Kosten“, durch die das Geld in einem regulatorischen Abgrund verschwindet, wahrgenommen werden.

Es gibt immer noch viele Vorstandsetagen, in denen KYC als ein „notwendiges Übel“ verstanden wird: als eine Sache, die aufgrund gesetzlicher Zwänge getan werden muss und die zu Mehrkosten statt zur Wertschöpfung führt. Ein allgemeines Merkmal der Firmen, in denen diese Sichtweise vorherrscht, ist die Schwierigkeit, effiziente KYC-Abläufe zu betreiben und Informationen von Kunden einzuholen sowie die erhobenen Daten sinnvoll auszuwerten.

Jedoch trafen wir auf eine ermutigend hohe Zahl an hochrangigen Führungskräften, die KYC als sinnvolle Kosten sehen, welche der Wertschöpfung dienen. In diesen Unternehmen hörten wir am ehesten von Nutzeffekten, wie etwa durch effektives KYC verbesserte Kundenbeziehungen, und von der Tatsache, dass ein leistungsfähiges KYC die Integrität des Geschäftsbetriebs und den Schutz der Unternehmensreputation gewährleistet.

VERFOLGEN SIE EINE DEFENSIVE ODER OFFENSIVE STRATEGIE?

Zweifellos gibt sehr unterschiedliche Haltungen zu KYC, und diese Kluft wird spürbar, wenn man mit den Firmen spricht. Eine Möglichkeit, dies zu charakterisieren, besteht in der Unterteilung in einen offensiven und einen defensiven KYC-Ansatz.

Der defensive Ansatz ist immer noch vorherrschend und steht im Einklang mit den traditionellen Ansichten zur Compliance. Solche Unternehmen verstehen KYC hauptsächlich als eine Übung zur Risikovermeidung und richten ihr Augenmerk vor allem auf die Compliance- und Reputationsmanagementaspekte von KYC.

Im Kontrast dazu ermittelten wir für eine Minderheit von Unternehmen einen offensiv ausgerichteten Ansatz. Dort betrachtet man KYC als eine Möglichkeit zur Entwicklung von Beziehungen mit den Kunden. In der Regel gibt es in diesen Unternehmen einen hochrangigen Fürsprecher – außerhalb der Compliance-Abteilung –, der sich für die Förderung und Entwicklung einer Kultur einsetzt, die auf Kundenfokussierung und -nähe abzielt.



KYC ist fest im allgemeinen Bewusstsein verwurzelt, wobei alle von der Wichtigkeit überzeugt sind, es von Anfang an richtig zu machen. Es wird als ein Mehrwert für das sachgerechte Onboarding von Kunden betrachtet, sodass sie zufrieden und wir sicher sind.



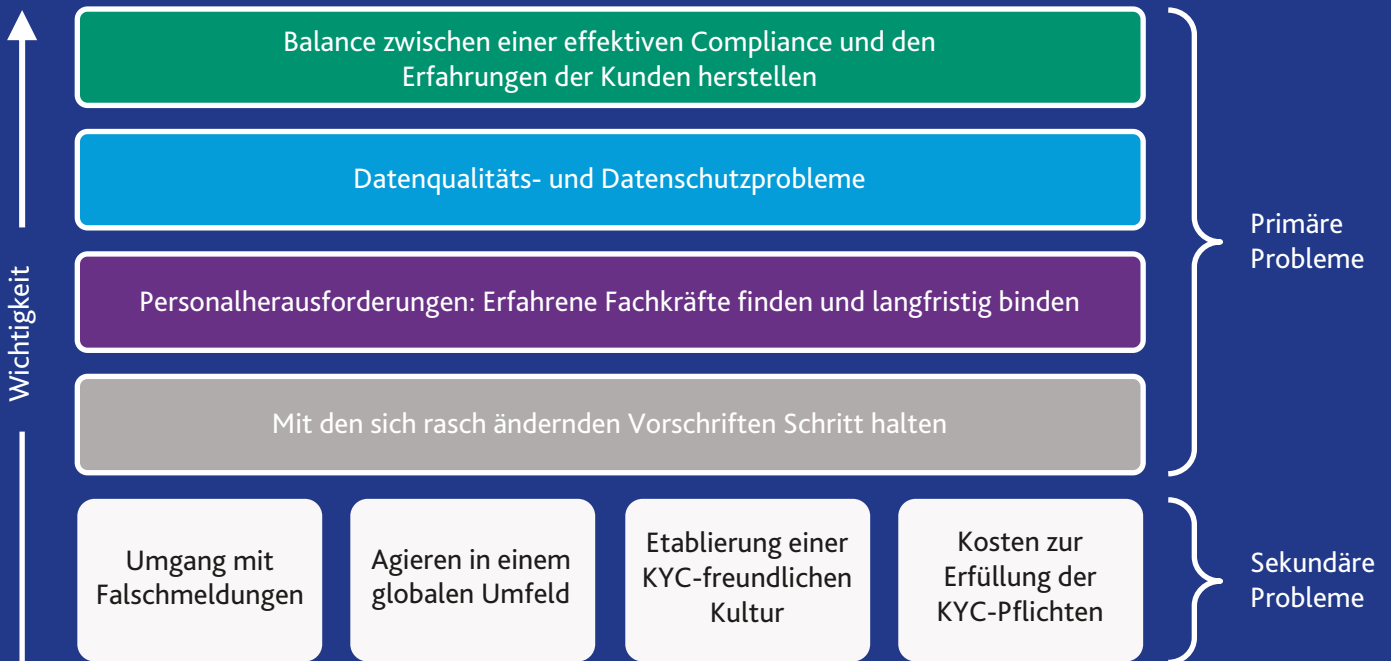
Es ist für unsere Geschäftsführung – insbesondere angesichts unserer Tätigkeit in bestimmten Ländern – von entscheidender Bedeutung, die bestehenden Geschäftslizenzen beizubehalten. Und wir wollen auch keine schlechte Presse. Wir hoffen zudem auf die Reduzierung von Kosten mithilfe der Automatisierung.



DAS ERREICHEN VON KYC-EXZELLENZ IST NICHT LEICHT UND GEHT MIT VIELEN HERAUSFORDERUNGEN EINHER.

Ein Kernziel dieser Studie lag in der Untersuchung der spezifischen KYC-Probleme, mit denen sich Compliance-Verantwortliche konfrontiert sehen.

Wir konnten das Feedback in acht Hauptthemen, unterteilt in vier primäre und vier sekundäre Probleme, aufgliedern.



ES IST DAHER UNABDINGBAR, EINE BALANCE ZWISCHEN EINER EFFEKTIVEN COMPLIANCE UND DER PERSPEKTIVE UND DEN ERFAHRUNGEN DER KUNDEN ZU FINDEN.

Die wichtigste Herausforderung in Hinblick auf die Quantität und Natur der Kommentare besteht im Management der Perspektive und den Erfahrungen der Kunden im Zusammenhang mit KYC.

Viele Organisationen scheitern daran, diese richtige Balance zwischen Compliance-Effektivität sowie Perspektive und Erfahrungen der Kunden herzustellen.

Der KYC-Prozess kann sich übergriffig anfühlen, auf Kunden eine deutlich abschreckende Wirkung haben, die möglicherweise unwillig sind, die Informationen beizutragen, oder schlicht nicht wissen, was sie genau machen sollen.

Eine weitere wichtige Sorge betrifft das Fehlen der ganzheitlichen Perspektive auf den Kunden. Im traditionellen Finanzwesen bedeutet der Mangel an integrierten Systemen, dass Informationen fragmentiert werden, was zu wiederholten und unnötigen Nachfragen führt, die die Kunden verärgern und die Kosten in die Höhe treiben.

Das kann unter den Mitarbeitern mit Kundenkontakten zudem das Gefühl erwecken, dass, wenn die Compliance übertrieben mühselig ist, Kunden in die Arme von Wettbewerbern getrieben werden, und es so zu Spannungen zwischen den Vertriebs- und Compliance-Teams kommt.



KYC geht stets mit einer großen Menge an negativem Feedback einher. Kunden äußern Dinge wie „andere Banken verlangen das nicht von mir“ oder „Ich will euch mein Geld anvertrauen, aber ihr scheint es nicht zu wollen“.



DATENQUALITÄT UND DATENSCHUTZ VERURSACHEN UNTERNEHMEN ERHEBLICHE PROBLEME.

Eine weithin thematisierte Herausforderung besteht in der Qualität der in den KYC-Prozess eingespeisten Daten. Es bestehen viele Vorbehalte in Hinblick auf das Quellenmaterial für KYC.

Diese Bedenken betreffen die Richtigkeit der durch den Kunden vorgelegten Informationen, die Fähigkeit zur digitalen Validierung von Identitäten, die Häufigkeit, mit der handelsübliche Datenbanken aktualisiert werden, die Schwierigkeiten in Hinblick auf die Identifizierung tatsächlicher wirtschaftlicher Eigentümer (ultimate business owners, UBO) sowie die für die Integration von Daten und deren Umwandlung in Analyseergebnisse erforderlichen Anstrengungen.

Zusammen mit der Datenqualität ist es der Datenschutz, der viele Compliance-Teams unter Druck setzt. Einerseits ist es unerlässlich, dass diese so viel wie möglich über die Kunden erfahren. Andererseits setzt der Besitz solcher Daten die Firma den Risiken aus, die mit dem Missbrauch von Daten einhergehen.



Die Datenqualität ist ein gewaltiges Problem. Wir haben mehrere verschiedene Systeme, in die die gleichen Informationen mehrfach eingegeben werden müssen, was das Risiko von falsch eingegebenen Daten mit sich bringt. Wir wollen das nicht so machen müssen. Wir wollen eine 360°-Perspektive auf den Kunden.



WIE TRIFFT MAN SCHNELL BEWEGLICHE ZIELE: DER WETTLAUF, UM MIT DEN REGULATORISCHEN ÄNDERUNGEN SCHRITT ZU HALTEN.

Die Aufgabe, mit den KYC-relevanten Veränderungen Schritt zu halten, führt zu weiteren Belastungen für die Compliance-Teams beispielsweise durch sich ständig wandelnde gesetzliche Vorschriften oder die Notwendigkeit, in Bezug auf Änderungen in den Beobachtungslisten stets auf dem neuesten Stand zu sein.

Die Folgen des Ukrainekriegs haben das einmal mehr verdeutlicht. So ist die Zahl der sanktionierten natürlichen Personen und Organisationen enorm gestiegen und für Firmen hat sich der Druck weiter erhöht, ohne Zeitverlust nachweisen zu können, dass sie in gutem Glauben handeln.

Weitere Aufgaben für die bereits überlasteten Teams ergeben sich aus der Geschwindigkeit, mit der sich gesetzliche Vorschriften ändern, und aus weiteren Faktoren. Zu nennen wäre die Notwendigkeit, die oft sehr nuancierten Änderungen von Gesetzen und Vorschriften richtig zu verstehen und umzusetzen. Auch müssen die sich daraus ergebenden Herausforderungen in Hinblick auf die Bindung von Mitarbeitern mit Kundenkontakten, die Information der Kunden und die Aktualisierung interner Systeme gemeistert werden



Die sich konstant ändernden Gesetzes- und Regulierungsvorschriften sind belastend. Wir müssen alle sechs Wochen eine Aktualisierung zu den Richtlinien herausbringen.

Die Auslegung von Vorschriften ändert sich ständig, sodass die Teams dauernd erneut geschult werden müssen. Das System muss ebenfalls gemäß den Änderungen neu ausgerichtet werden. Manchmal muss der Vertrieb wochenlang die Formulare manuell ausfüllen, bis das System endlich wieder auf dem neuesten Stand ist.



DIE GEWINNUNG UND BINDUNG VON QUALIFIZIERTEN FACHKRÄFTEN GESTALTEN SICH ZUNEHMEND SCHWIERIGER.

Eine weitere Herausforderung, die sich in den letzten Jahren deutlich verschärft hat, ist die Personalfrage, die mehrere miteinander verbundene Themen umschließt.

Viele Organisationen verzeichnen hohe Fluktuationsraten, nicht zuletzt bedingt durch die Covid-19-Pandemie und den für zahlreiche Compliance-Stellen typischen Mangel an Arbeitszufriedenheit. Das hat die Notwendigkeit, neue Mitarbeiter zu finden und einzustellen, verstärkt. Jedoch sind angesichts des starken Wettbewerbs um eine beschränkte Zahl an qualifizierten Fachkräften die Kosten dramatisch gestiegen.

Das hat zur Anhebung der Compliance-Budgets geführt und macht es schwierig, wenn nicht sogar unmöglich, adäquate Teams aufzubauen und zu unterhalten. Und sobald Mitarbeiter eingestellt worden sind, bedarf es mehr Zeit und zusätzlicher Kosten, um sie zu schulen. Solche Probleme betreffen insbesondere kleinere Akteure.



Die Einstellung des erforderlichen Personals ist für uns kein Problem, die Bindung von Fachkräften hingegen schon. Einige Unternehmen bieten sehr hohe Gehälter für einen Jahresvertrag zur Automatisierung eines Prozesses und damit können wir nicht mithalten.



ABER AUCH VERMEINTLICH SEKUNDÄRE HERAUSFORDERUNGEN BEREITEN VIELEN KYC-VERANTWORTLICHEN KOPFSCHMERZEN.

Über die beschriebenen vier primären Probleme hinaus identifizierten wir vier Dinge, die zwar von weniger dringlicher Natur sind, dabei jedoch zusätzliche Schwierigkeiten für viele KYC-Teams verursachen.

Erstens, die Unmöglichkeit zur Feinregulierung von Systemen, mit der sich erreichen ließe, dass nur relevante Veränderungen in den Risikoprofilen von Kunden Warnungen auslösen würden, führt zu zahlreichen Alarmen.

Die Bearbeitung falschpositiver Warnungen verschlingt erhebliche Ressourcen und birgt das Risiko, die Kunden zu verärgern, wodurch zugleich interne Bedenken über die Auswirkungen von KYC auf die Kunden und deren Erfahrungen verschärft werden.

Für Unternehmen, die versuchen, einen stärker auf Anlässe bezogenen KYC-Ansatz zu implementieren, kann das zu erheblichen Problemen führen und die Befürchtungen im Zusammenhang mit der Umstellung auf einen stärker automatisierten Ansatz vergrößern.

Zweitens agieren viele der befragten Unternehmen in einem globalen Umfeld und das verschärft die Compliance-Probleme, mit denen sie konfrontiert sind. Der Umgang mit mehreren verschiedenen regulatorischen Rahmenwerken und die Notwendigkeit, KYC-Richtlinien grenzüberschreitend sowie für die unterschiedlichen Tochtergesellschaften harmonisieren zu müssen, erschweren diese Aufgabe zusätzlich.

Selbst relativ gewöhnliche Probleme, wie etwa die eindeutige Identifizierung von Kundennamen in verschiedenen Schriftzeichen und Alphabeten kann eine Herausforderung für die Datenqualität darstellen, das am häufigsten in der Asien-Pazifik-Region benannt wurde. Von ernsterer Natur ist die Tatsache, dass es weiterhin Regionen auf der Welt gibt, in denen die Einholung sachlich richtiger Daten fast unmöglich ist.

Drittens wurde die Etablierung einer „KYC-freundlichen Kultur“ als Problem benannt. Uns berichteten zahlreiche Compliance-Verantwortliche in Führungspositionen von ihrem Frust in Hinblick auf die interne Wahrnehmung, dass sie eine Art Polizeibehörde wären, die mit den allgemeinen wirtschaftlichen Zielen auf Kriegsfuß stünde. Das kann dazu führen, dass Compliance-Teams erst spät in den Vertriebsprozess eingebunden und so in ihren Möglichkeiten, wirtschaftliche Anstrengungen zu unterstützen, beschränkt werden.

Sie stehen häufig unter dem Zwang, im Unternehmen allgemein den Wert von Compliance beweisen zu müssen, und würden daher gern, wie es ein Interviewpartner beschrieb, eine „360 Grad umfassende Compliance-Kultur“ schaffen, in der alle Abteilungen auf dieses Ziel hinarbeiten.

Und schließlich können die Kosten zur Erfüllung der KYC-Pflichten erheblich sein. Es wird weithin davon ausgegangen, dass die Kosten für KYC-Compliance auch weiterhin steigen werden, und das kann zu Barrieren in Bezug auf die Bereitschaft der Vorstände zu weiteren Investitionen in KYC-Lösungen führen oder solche Vorbehalte vergrößern. Entscheidend ist, dass die Compliance-Teams in der Lage sind, die Nutzeffekte von KYC-Lösungen glaubhaft zu quantifizieren.



WELCHE EINE SACHE MÖCHTEN SIE VERBESSERN?

Wir haben die Befragten gebeten, für welchen einen Aspekt der KYC sie den dringendsten Verbesserungsbedarf sehen. Diese Frage verdeutlichte die Unterschiede zwischen den Firmen in Bezug auf die bestehenden Ambitionen, die sich vor allem auf den bei ihnen vorhandenen Reifegrad zurückführen lassen.

Unternehmen, die sich selbst in Hinblick auf den KYC-Reifegrad schlechter bewerteten, fokussierten sich auf relativ simple Verbesserungen, die ihren Automatisierungsgrad erhöhen und die Notwendigkeit an manuellem Input reduzieren würden.

Zu den wichtigsten Wünschen gehörten:

- Automatisierung individueller KYC-Workflows,
- Beschleunigung des Kunden-Onboardings,
- Reduzierung der Fehlerquoten,
- Reduzierung des bürokratischen Aufwands,
- Einführung einer digitalen Kunden-ID-Verifizierung.

Im Gegensatz dazu hatten Firmen, die sich als weiter fortgeschritten in Bezug auf ihren KYC-Ansatz einstufen, in der Tendenz subtilere und nuancierte Ziele. Das ist Ausdruck der Tatsache, dass sie bereits über eine funktionierende Automatisierung verfügen und nun danach streben, ihre Methoden weiter zu verfeinern.

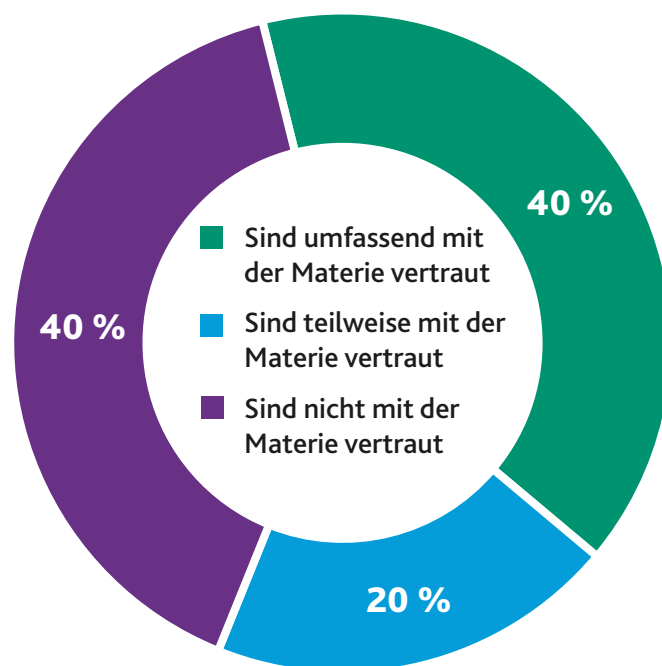
Die durch diese Kunden zitierten wichtigsten Verbesserungen betrafen unter anderem das Erreichen eines Zustands, indem nur noch auf eine einzige Datenquelle zurückgegriffen werden muss, eine umfassende länderübergreifende Standardisierung, qualitativ und näher an der Echtzeit liegende Daten, die effektivere Integration von Kryptowährungen und die Etablierung einer Compliance-Kultur.

ABSCHNITT FÜNF

Reaktionen auf das pKYC-Konzept

An dieser Stelle möchten wir unser Augenmerk auf das Konzept des Perpetual KYC bzw. pKYC (perpetual Know Your Customer – pKYC) richten. Für die Messung von Bekanntheit und Verständnisgrad in Hinblick auf dieses Konzept haben wir die Interviewpartner gefragt, ob ihnen der Begriff pKYC bekannt wäre und, falls ja, ob sie diesen für uns definieren könnten.

WISSEN ZU PKYC



Gegenwärtig ist das allgemeine Verständnis zu Perpetual KYC (pKYC) allenfalls lückenhaft. So gaben nur vier von zehn Befragten an, dass sie das Konzept vollständig verstehen. Die übrigen sechzig Prozent kannten das Konzept entweder überhaupt nicht oder erklärten, dass sie es nur zum Teil verstünden.

Fünf Attribute tauchten durchgängig in den durch die Befragten formulierten Definitionen für pKYC als Unterscheidungsmerkmale zum traditionellen KYC auf:

- Permanent
- Kontinuierlich
- Anlassbezogen
- Echtzeit
- Automatisiert

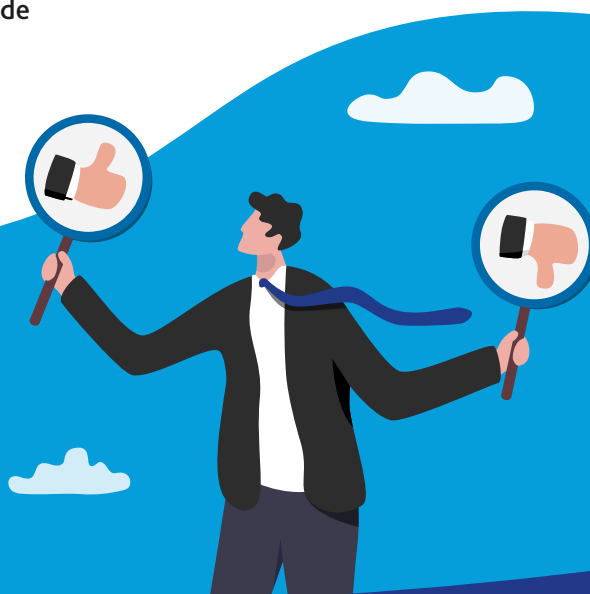
Für ein einheitliches Verständnis legten wir dann den Interviewten diese Definition zu pKYC vor:

- Der Prozess des Perpetual KYC beseitigt das Problem, dass ein mit einer natürlichen Person oder einem Unternehmenskunden assoziiertes Risiko im Rahmen einer Momentaufnahme gefunden werden muss.
- Traditionell führen Organisationen KYC-Überprüfungen beim Onboarding durch und klassifizieren die Kunden in Risikokategorien – hoch, mittel und gering.
- Anschließend werden Kundendaten in der Regel periodisch aktualisiert, gefolgt auf einen ein-, drei- oder fünfjährigen Zyklus.
- Perpetual KYC ist hingegen die Praxis der Vorhaltung sachlich richtiger Kundendaten durch in Echtzeit erfolgenden Aktualisierungen, die auf Veränderungen im Verhalten der Kunden oder der Umstände basieren.

Die meisten Reaktionen zu pKYC, wie durch uns definiert, waren positiv. Einigen erscheint das im Vergleich zu ihrem augenblicklichen Stand wie Lichtjahre entfernt, andere sehen es als eine eher inkrementelle Verbesserung, die nichtsdestotrotz ein Fortschritt bedeutet.

Zu den wichtigsten Vorteilen, die genannt wurden, gehören, dass pKYC ein ganzheitliches End-to-End-System verspricht, das das Potential bietet, alle Informationen an einer Stelle zu bündeln. Für viele ist entscheidend, dass es dank eines konsistenten bzw. permanenten Ansatzes für das Kundenmonitoring die Nachteile eines zeitpunktbasierten Ansatzes vermeidet. Andere verweisen auf die Verbesserung in der Effizienz dank größerer Automatisierung sowie des geringeren Personalaufwands und noch andere wiederum schätzen die fast in Echtzeit erfolgende Aktualisierung von Informationen.

“
Wenn Sie Hochrisikokunden nur einmal jährlich überprüfen, können sich zwischendurch bedingt durch eine politische Krise oder vergleichbare Situationen viele Dinge ändern. Eine Person kann plötzlich zu einer PEP werden oder es kann zu unerwünschten Vorfällen kommen. Die Risikoeinstufungen können sich ständig verändern. Der Rückgriff auf einen Zeitrahmen statt auf einen Risikoansatz weist Schwächen auf.
”





Unser Problem ist, dass wir bedingt durch Unternehmensübernahmen in der Vergangenheit sehr viele fragmentierte Systeme haben. Die dortige Eingabe neuer Daten ist ein Alptraum. Vieles davon hängt davon ab, ob dem eine einheitliche IT-Plattform zugrunde liegt.



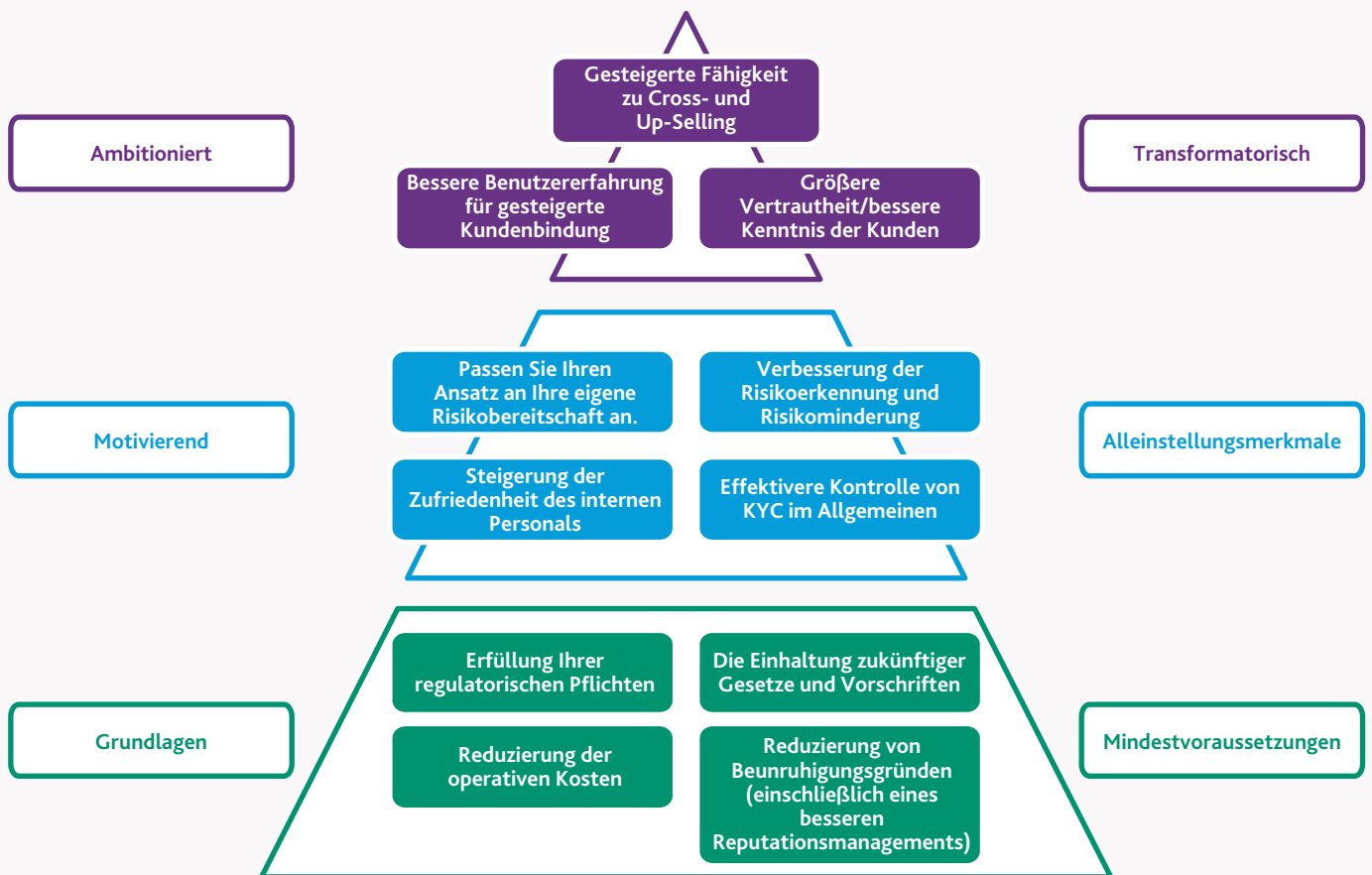
Allerdings ist nicht jeder davon überzeugt. Einige halten pKYC für unrealistisch und geben dafür drei Gründe an: dass die Qualität der Daten fragwürdig sei, dass Altsysteme das beschriebene Hochladen von Echtzeitdatenaktualisierungen verhindern würden und dass potenziell zu viele Fehlmeldungen erfolgen würden, mit denen sich interne Teams dann befassen müssten.

Einige der Teilnehmer mit besserem Rating fragten sich, wie sich pKYC von den Verfahren unterscheidet, die sie bereits praktizieren, während Unternehmen mit schlechterem Kenntnisstand dazu neigten, das Konzept als übertrieben im Verhältnis zu ihren Bedürfnissen einzuschätzen.

Das trifft insbesondere auf Firmen zu, die auf Unternehmens- und Fachdienstleistungen spezialisiert sind, da die Zahl ihrer Beziehungen oft kleiner im Volumen und weniger transaktional sind.

In der Wahrnehmung scheint pKYC Vorteile zu bieten, deren Wirkung zwischen marginalen Gewinnen bis hin zu solchen von transformierender Natur variiert.

Wir haben die Befragten gebeten, die Vorteile eines Perpetual-KYC-Ansatzes zu beschreiben. Diese wurden dann zu 11 Themen zusammengefasst, die sich entlang der Linien der Maslowschen Bedürfnispyramide gruppieren lassen.



1 Vier grundsätzliche Nutzeffekte sind äußerst wichtig, werden aber als die Mindestvoraussetzungen für jedes neue KYC-System erachtet. Auch wenn sie wichtig sind, werden sie als gegeben vorausgesetzt.

Nach Ansicht der Befragten gehört zu diesen grundsätzlichen Nutzeffekten, dass pKYC ihnen die Erfüllung der regulatorischen Pflichten erleichtert und dabei mit zukünftigen Standards bereits in der Phase ihrer Entstehung Schritt halten kann.

Der erhöhte Automatisierungsgrad verspricht, die Betriebskosten zu senken, während das System zugleich mehr Sicherheit bietet und ein besseres Reputationsmanagement mit sich bringt.

2 Vier weitere Nutzeffekte können als Motivatoren verstanden werden, die im Vergleich zu den heutigen Systemen die Wertschöpfung erleichtern.

Der auf Dauerhaftigkeit abzielende Ansatz kann helfen, Risikoerkennung und Risikominimierung zu verbessern, und gleichzeitig eine effektivere Kontrolle von KYC insgesamt ermöglichen.

Maßgeblich ist, dass Unternehmen ihren Ansatz so anpassen können, dass er genau zu ihrer Risikobereitschaft, passt. Des Weiteren könnte das zu höherer Zufriedenheit unter dem von allen Seiten unter Druck stehenden Compliance-Zuständigen führen.

3 Die drei abschließenden Nutzeffekte haben das Potential zur signifikanten Differenzierung des pKYC-Ansatzes. Wenn sich diese erreichen lassen, werden sie als potenziell transformatorisch und als etwas betrachtet, dass KYC von einer in ihrem Wesen defensiven Maßnahme in einen Ansatz mit stärker offensivem und umsatzgenerierendem Charakter umgestalten kann. Das alles sind kundenspezifische Faktoren.

- Erstens: Der Perpetual-KYC-Ansatz verspricht ein besseres Benutzererlebnis, das dazu beitragen kann, die Kundenbindung zu erhöhen und den Wunsch nach einer besseren Compliance-Effektivität zu erfüllen, ohne das Kundenerlebnis zu beeinträchtigen.
- Zweitens: Der neue Ansatz verspricht bessere Analysedaten zu den Kunden und bietet eine klare und permanente Sicht auf den Kunden statt sporadischer Momentaufnahmen.
- Drittens: Diese Nutzeffekte können miteinander kombiniert das Potential für Cross- und Up-Selling von Produkten und Dienstleistungen im Kontext der Kundenbedürfnisse steigern.



BARRIEREN MÜSSEN ABGEBAUT WERDEN, UM PKYC ZU ERREICHEN

Selbstverständlich erfordert das Erreichen der pKYC-Nutzeffekte erhebliche Veränderungen, und wir wollten die Barrieren verstehen, die nach Ansicht der Compliance-Verantwortlichen überwunden werden müssen.

Einige Barrieren betreffen das System an sich. Es besteht Skepsis unter denjenigen, die schlicht und einfach noch überzeugt werden müssen. Eine Hauptsorge betrifft die Datenqualität, ohne die kein pKYC-System effektiv funktionieren kann.



Es steht die Sorge im Raum, dass Regulierungsbehörden ein System dieses Typs akzeptieren müssten. Es gibt zudem Widerstand gegen einen übertrieben automatisierten Ansatz, bei dem die Verantwortlichen nicht länger die Logik, die dem Modell zugrunde liegt, verstehen, sodass in der Konsequenz die Unternehmen ihr eigenes System nicht mehr verstehen.

Wie wir mehrfach betont haben, muss die Intervention durch Menschen als übergeordnetes Prinzip in KYC stets möglich sein.

Andere Barrieren sind eher interner Natur. Wie bei jedem anderen Technologiegroßprojekt kann das Change-Management voller Fallstricke sein und viele der Befragten berichteten aus erster Hand von ihren Erfahrungen mit der Implementierung von Compliance-Systemen.

Es besteht zudem die Frage, wie viel eine pKYC-Lösung in der Implementierung kosten würde. Damit verbunden ist die Herausforderung, die Nutzeffekte von pKYC in hinreichend überzeugender Weise so zu kommunizieren, dass der Vorstand bereit ist, die Investition zu bewilligen.

Während hochrangige Compliance-Verantwortliche die Nutzeffekte eines dauerhaften Ansatzes im Wesentlichen verstehen und für sinnvoll halten, glauben viele, dass sie Hilfe zusammen mit glaubwürdigen Zahlen zur Kapitalrendite brauchen, um diese Überzeugungsarbeit intern erfolgreich leisten zu können.

Trotz dieser praktischen Bedenken bedeuten die potenziellen Nutzeffekte von pKYC, dass ein weitverbreitetes Interesse besteht, etwaige Barrieren zu überwinden, und die Compliance-Verantwortlichen hoffen auf Anbieter, die entsprechende Lösungen vorlegen.

ABSCHNITT SECHS

Wichtigste Erkenntnisse



UNGEACHTET DES JEWEILIGEN SEKTORS STEHEN COMPLIANCE-TEAMS UNTER WACHSENDEM LEISTUNGSDRUCK UND SEHEN SICH MIT HINDERNISSEN KONFRONTIERT.

Sektorübergreifend erlegen globale Instabilität und wirtschaftliche Turbulenzen den Compliance-Abteilungen eine wachsende Bürde auf.

Im traditionellen Finanzwesen ist es ein unabdingbares Gebot, die digitale Transformation zu beschleunigen, damit man die Wettbewerbsfähigkeit insbesondere gegenüber agilen neuen Marktakteuren verbessern kann. Jedoch werden viele Unternehmen dabei durch veraltete Systeme und den Mangel an qualifizierten Fachkräften behindert.

Hingegen sind Fintech-Firmen zwar in Bezug auf die Digitalisierung bestens ausgestattet, doch stehen sie unter dem Druck, schnell wachsen bzw. sich im Angesicht eines harten Wettbewerbs und regulatorischer Beschränkungen neue Märkte erschließen zu müssen, und auch sie kämpfen mit Schwierigkeiten, wenn es darum geht, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen.

Firmen, die Unternehmens- und Fachdienstleistungen anbieten, kämpfen hingegen mit dem konjunkturellen Abschwung und sind noch dabei, mit den Folgen von Covid-19 sowie dem Ukrainekrieg fertig zu werden. Das Lieferkettenrisiko ist dabei ein Aspekt, der den Compliance-Teams in Unternehmen besondere Bauchschmerzen bereitet.

AUTOMATISIERUNG IST UNERLÄSSLICH, JEDOCH IST JEDER AUF SEINEM WEG DER DIGITALEN TRANSFORMATION.

Es besteht eine Spannung zwischen KYC-Effektivität und -Effizienz – zwischen Dinge gut zu erledigen und Dinge kostengünstig zu erledigen –, was bedeutet, dass die Automatisierung unverzichtbar ist.

Den Unternehmen wird zunehmend bewusst, dass die digitale Transformation ein permanenter Prozess ist. Es ist ein Prozess der Optimierung und Verfeinerung, der Beobachtung und dann der weiteren Optimierung und Verfeinerung.

Hier besteht noch ein erheblicher Verbesserungsbedarf. Dreiviertel der befragten Firmen bewerteten ihren KYC-Reifegrad als „ungenügend“ oder „mittelmäßig“.

Firmen mit niedrigem Reifegrad müssen noch zu viel per Papier erledigen und schieben die Schuld häufig auf veraltete IT oder Widerstand vonseiten des Managements.

Weiter fortgeschrittene Unternehmen sind dabei, auf Automatisierung umzusteigen, betonen aber die Beschränkungen dieser Systeme und die Notwendigkeit der Analyse von Menschenhand.

VORSTANDSMITGLIEDER VERSTEHEN MIT GRÖßERER WAHRSCHEINLICHKEIT DEN WERT VON INVESTITIONEN IN KYC, OHNE DASS DIES IN ALLEN FÄLLEN ZUTRIFFT

KYC wird durch eine ermutigend hohe Anzahl von Firmen als ein sinnvoller Kostenpunkt wahrgenommen, der das Potential zur Erwirtschaftung einer Kapitalrendite (ROI) besitzt, was Teil eines positiven Trends ist.

Die Verschärfung der regulatorischen Vorschriften, wachsende Risiken und der Wunsch, wettbewerbsfähig zu sein, bestärkt viele Unternehmensvorstände darin, eine aufgeschlossene Haltung gegenüber KYC-Investitionen einzunehmen. Das ist nicht überall der Fall und für viele Compliance-Teams ist es kein Leichtes, die Notwendigkeit von KYC-Investitionen überzeugend zu vermitteln – trotz der Tatsache, dass die gegenwärtigen KYC-Verfahren die Unternehmen oft vor Schwierigkeiten stellen.

Personalschwund und Nachwuchsmangel, Datenqualitäts- und Datenschutzprobleme sowie Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Kundenbetreuung gehören zu den wichtigsten Problemen, die Compliance-Teams anstreben zu überwinden.

ES BESTEHT AUF DEM MARKT AUFKLÄRUNGSBEDARF ZU PKYC, ABER ES GIBT AUCH EIN PROBLEMBEWUSSTSEIN, DASS TRANSFORMATORISCH SEIN KANN

Angesichts der Tatsache, dass nur vier von zehn Unternehmen glauben, dass sie den Begriff „kontinuierliches KYC“ in vollem Maße verstehen, besteht offensichtlich ein weiterer Aufklärungsbedarf innerhalb des Marktes.

Diejenigen, die pKYC verstehen, benennen diese fünf Attribute am häufigsten: permanent (ongoing), kontinuierlich (continuous), anlassbezogen (trigger-based), Echtzeit (real-time) und automatisiert (automated).

Die Nutzeffekte des dargestellten pKYC-Ansatzes lassen sich in grundsätzliche, motivierende und transformatorische Faktoren gliedern, die KYC in eine „offensive“ Maßnahme verwandeln können.

Die durch pKYC gebotenen Möglichkeiten zur Nutzung der Kundendaten für Analysezwecke, für eine verbesserte Kundenbetreuung und zur Förderung von Cross- bzw. Up-Selling sind potenziell transformativ.



Zusammenfassung

KOMMENTAR VON KEITH BERRY, GENERAL MANAGER, MOODY'S ANALYTICS KYC



Die KYC-Prozesse sind aus der Notwendigkeit erwachsen, Dritte einzubeziehen und Compliance-Prozesse in einer Weise zu steuern, die die Aufsichtsbehörden zufrieden stellt. Im Laufe der Zeit führte das zur Herausbildung des Anspruchs, mithilfe von KYC einen Wettbewerbsvorteil zu erreichen, bessere Compliance-Abläufe zu schaffen und die mit einer Gegenpartei assoziierten Risiken zu jedem Zeitpunkt einer Geschäftsbeziehung aufzudecken.

Der Reifegrad der zu regulatorischen Zwecken eingesetzten Technologie- und Datenlösungen, die zur Unterstützung von Unternehmen für die Erreichung ihrer KYC-Ziele zur Verfügung stehen, hat eine schnelle Entwicklung genommen. Jedoch geht dies, wie die vorliegende KYC-Studie zeigt, mit einem permanenten internen Ringen – sowohl finanzieller als auch kultureller Natur – für Unternehmen in allen Sektoren einher, was bedeutet, dass sie sich in sehr unterschiedlichen Phasen auf ihrem Weg zur digitalen Transformation von KYC bzw. zu der damit möglichen Wertschöpfung befinden.

Automatisierung und intelligente Lösungen bedeuten dabei den Weg nach vorn, denn es liegt in der Natur von Risiken, sich in Form und Wesen zu verändern. KYC-Überprüfungen beim Onboarding und KYC-Prozesse, die konzipiert wurden, um Aufsichtsbehörden zufriedenzustellen, sind nicht länger ausreichend. Organisationen müssen sich KYC als einen dauerhaften Prozess vorstellen.

Die Risikobewertung ist ein kontinuierlicher Prozess. Wie einer der Befragten richtig bemerkte, können sich manche Faktoren praktisch über Nacht ändern, insbesondere, wenn es um Personen oder Organisationen geht, die politisch exponiert sind oder Sanktionen unterliegen. Die Aufgabe des Perpetual KYC kann ohne eine Bündelung von Verantwortlichen, Prozessen und Technologie nur ineffizient ausgeführt werden bzw. wäre so unmöglich. Die Studie verdeutlicht klar, dass der Abruf und die Verifizierung von Daten zu langsam und die Bereitstellung von Ressourcen für die Unterhaltung der erforderlichen Teams zu aufwändig wären und die Anpassung an geänderte Gesetze und Vorschriften oder

politische Entwicklung angesichts des heutigen globalen Marktes eine faktische Lähmung bedeuten würde.

Die Studie zeigt, dass Unternehmen die Risiken, denen sie ausgesetzt sind, möglichst in Echtzeit verstehen wollen, da das ein „transformatorischer“ Faktor für die Optimierung von Effizienz und somit ein Wettbewerbsvorteil sein könnte.

Das ist das neue Ziel für diejenigen unter uns, die im KYC-Bereich arbeiten: Die Risiken zu verstehen, sodass Entscheidungen auf fundierter Grundlage erfolgen können. Auf diese Weise transformieren wir Risiko und Compliance.

Risiken zu verstehen, bedeutet nicht, einen einheitlichen Ansatz zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften zu entwickeln. Es bedeutet, die spezifischen und nuancierten Risiken zu verstehen, mit denen jedes einzelne Unternehmen in seinem Sektor und auf seinen globalen Schauplätzen konfrontiert wird. Es bedeutet, eine 360°-Perspektive auf die Daten und das Treffen von Entscheidungen, die für ein Unternehmen und dessen Kunden richtig sind.

Wie eine Firma das Zusammenspiel aus Daten, Risikoanalyse und Technologie als Schlüsselkomponenten eines KYC-Prozesses für die Erstellung einer stets aktuellen Abbildung der Risikosituation fast in Echtzeit einsetzt, sollte von ihrer Risikobereitschaft, ihrer Vision zu den Compliance-Verfahren und ihrer Betriebsstruktur abhängen. Diese Aspekte müssen durch die Entwicklung und Artikulierung von Lösungen für das Perpetual KYC unterstützt werden – eine Notwendigkeit, die auch im Rahmen dieser Studie mehr als deutlich gezeigt wird.

Ich möchte mich persönlich bei allen Befragten bedanken, die sich trotz ihrer vollen Terminkalender die Zeit genommen haben, ihre Einblicke in die Welt von KYC und Risikomanagement zu teilen. Die so gewonnenen Erkenntnisse helfen uns bei Moody's Analytics schon jetzt, Risiko- und Compliance-Lösungen zu transformieren.

Ich möchte auch dem Team von Context Consulting für seinen Einsatz für einen erfolgreichen Abschluss dieses gemeinsamen Projekts mit Moody's Analytics KYC danken.



MOODY'S

ANALYTICS

SPRECHEN SIE MIT UNS

Kontakt- informationen

NORD-, MITTEL- UND SÜDAMERIKA

+1.212.553.1653

clientservices@moodys.com

EMEA

+44.20.7772.5454

clientservices.emea@moodys.com

ASIEN (ohne Japan)

+852.3551.3077

clientservices.asia@moodys.com

JAPAN

+81.3.5408.4100

clientservices.japan@moodys.com

