

5 Fragen an Salvatore Saporito zum Thema effektive Geschäftspartnerprüfung



Salvatore Saporito ist als Business Development Manager Risk & Compliance seit 2003 bei der LexisNexis GmbH. Der Experte für Informationsdienstleistungen studierte an der Universität zu Köln Wirtschaftswissenschaften (Betriebswirtschaftslehre) mit dem Abschluss Diplom-Kaufmann.

DICO: Warum ist eine Geschäftspartnerprüfung ein wichtiges Element des Compliance-Managements?

Saporito: Aufgrund der zunehmenden internationalen Verflechtungen von Unternehmen und globalen Lieferketten kann sich heute kein Unternehmen mehr grundsätzlich von Wirtschaftskriminalität, Korruption oder Geldwäsche frei sprechen. Auch die teilweise fehlende Zugehörigkeit und Einbindung der Geschäftspartner in den organisatorischen Kontext des Unternehmens bergen das Risiko, dass diese nicht denselben ethischen Standard und Anspruch setzen wie das Unternehmen selbst. Man kann tatsächlich sagen, dass von Beziehungen mit Geschäftspartnern nicht unerhebliche Risiken ausgehen können.

Unternehmen sollten also in jedem Fall sicherstellen, dass sie wissen, mit wem sie Beziehungen eingehen. Nur so können sie finanzielle und Haftungsrisiken vermeiden und ihre Unternehmensreputation sichern. Eine solide Geschäftspartnerprüfung sollte daher elementarer Bestandteil des Maßnahmenbündels in einem Compliance-Management-Prozess sein.

DICO: Welche Grundbestandteile muss eine effektive Geschäftspartnerprüfung enthalten?

Saporito: Für eine effektive Geschäftspartnerüberprüfung sind folgende Schritte wichtig:

1. In einem ersten Schritt ist es ratsam, die Geschäftspartner zu identifizieren und in Cluster zu unterteilen. Diese Unterteilung ist sehr unternehmensindividuell und hängt von der Branche sowie regionalen Tätigkeit ab. Es ist darüber hinaus wichtig, nicht nur das Unternehmen oder die Person selbst zu prüfen, sondern gegebenenfalls auch die wirtschaftlich Berechtigten oder die Geschäftspartner der Geschäftspartner in diesem Prozess zu erfassen („Third Party Business Partner Screening“). Denn auch auf der nächsten Ebene können sich Individuen mit sehr hohem Risikopotential verbergen.

2. Im zweiten Schritt gilt es, die für das Unternehmen geltenden Risiken zu definieren. Auch hier ist es sinnvoll, unterschiedliche Risikokategorien mit entsprechenden Risikokriterien zu bilden. Dies können finanzielle Risiken sein wie zum Beispiel der Wert der Geschäftsbeziehung oder regionale wie das Ursprungsland des Geschäftspartners.

3. Außerdem macht es Sinn, das Verhältnis zwischen Risikopotential und Ressourcenaufwand einzuschätzen. Die zentrale Frage sollte sein, ob der Rechercheaufwand zum jeweiligen Risikolevel passt. Je geringer das Risikopotential eines Geschäftspartners ist, desto kleiner sollte der Ressourcenaufwand sein und vice versa.

Auf Basis dieser Kriterien kann man eine Entscheidung über die Auswahl der erforderlichen Recherchequellen treffen: von einer einfachen Internetrecherche bis hin zur Beauftragung von externen Beratern.

DICO: Welche Stakeholder sind besondere Risikogruppen in Due-Diligence-Prozessen?

Saporito: Die Einteilung in die Risikogruppen – in der Regel unterscheidet man die drei Stufen gering, mittel und hoch – hängt vielfach von der Branche, Funktion oder Region des jeweiligen Geschäftspartners ab.

Desweiteren ist eine Betrachtung des Landes, in dem sich die Akteure einer Geschäftsbeziehung bewegen, unerlässlich. Denn es ist beispielsweise oft so, dass die vielversprechendsten Investitionsmärkte mit einer viel höheren Wahrscheinlichkeit einer Bestechungs- und Korruptionskultur ausgesetzt sind. Auf die Funktionsbereiche bezogen sind traditionell eher Einkauf, Vertrieb bzw. Handelspartner für Korruption anfällig.

Die Einschätzung des Risikos hat dann auch einen Einfluss auf die Intervalle und die Häufigkeit, in denen der Geschäftspartner überprüft wird.

DICO: Wie läuft ein Prüfungsprozess in der Regel ab?

Saporito: Der Prüfungsprozess sollte einem risikobasiertem Ansatz folgen, der Workflow entsprechend aufgesetzt und durch adäquate Werkzeuge unterstützt werden.

Der Prozess beginnt in der Regel mit der Selbstauskunft des Geschäftspartners auf Basis eines Fragebogens. Je nach Risikogruppe folgt die erweiterte Überprüfung der Angaben. Das Unternehmen oder die Person sollte mit einer Reihe von Quellen abgeglichen werden:

- Firmendatenbanken, um mögliche Verflechtungen oder andere involvierte Personen zu identifizieren
- Sanktions-, Watch- und PEP-Listen, um sicherzustellen, dass das Unternehmen oder die Person nicht bereits auf einer dieser Listen steht oder, wenn das Unternehmen oder die Person dort erscheinen, den Risikoansatz anzupassen
- Pressemeldungen, um auszuschließen, dass in der Vergangenheit oder zum Zeitpunkt der Überprüfung über Ereignisse berichtet wurde, die den (potentiellen) Geschäftspartner in Verbindung mit Korruption, Geldwäsche, Betrug, Bestechung oder anderen für das Unternehmen risikobehaftete Aktivitäten in Verbindung gebracht haben

Die Ergebnisse des Prüfungsprozesses werden abschließend zu Dokumentationszwecken gespeichert.

DICO: Wie sollte ein Unternehmen damit umgehen, wenn Geschäftspartner durch Compliance-Verstöße aufgefallen sind?

Saporito: Folgen von Compliance-Verstößen durch Geschäftspartner sind oftmals stark sanktioniert. Aus Gesprächen mit unseren Kunden wissen wir, dass Geschäftspartner, die einen Compliance-Verstoß begehen, bspw. aus dem Lieferantenportfolio gestrichen werden und keine oder nur eine erschwerte Möglichkeit haben, eine neue Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen einzugehen. Eindeutige Richtlinien und stringente Reaktionen auf Regelverstöße führen dazu, das Risiko solcher Verstöße zu minimieren.

Durch regelmäßige Untersuchungen können mögliche Defizite im Compliance-Management erkannt werden. Bei jedem Verstoß ist eine gesonderte Überprüfung des Compliance-Prozesses sinnvoll:

- Ist der Prozess zur Überprüfung der Geschäftspartner in unserem Compliance-Management aktuell?
- Hilft uns der Prozess, Gefahren zu verhindern?
- Können wir den Prozess optimieren?

Der Überprüfungsprozess ist also nicht in Stein gemeißelt, sondern sollte kontinuierlich an die sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst werden.

[Lesen Sie auch die anderen Artikel zum Schwerpunktthema Geschäftspartner-Compliance.](#)