



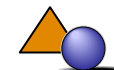
Einführung der Relevanz von Fraud Management und Ausgestaltung des Fraud Management Prozesses

Dr. Guido Kemper
proMetis Consulting GmbH

Jahresfachkonferenz 2006
Fraud Management und Wirtschaftsethik
Köln, März 2006



- 1. Einführung**
2. Fraud Kategorien
3. Fraud Management – Etablierung im Unternehmen
4. Fraud Management Prozess – Vorschlag eines Referenzprozesses



- 64 % der Unternehmen sind nach eigenen Angaben in den letzten drei Jahren Opfer von wirtschaftskrimineller Handlungen geworden.
Es sind Einzelschäden von bis zu 85 Mio. Euro berichtet worden.
- 70% betrachten Wirtschaftskriminalität als ernsthaftes Problem und 82% erwarten, dass das Ausmaß wirtschaftskrimineller Handlungen in nächster Zeit steigen wird.
Jedoch verbinden damit nur 32% auch ein erhöhtes Risiko.
- 67% der Unternehmen halten die gewählten Präventionsmaßnahmen zur Vermeidung von Wirtschaftskriminalität für ausreichend.
Jedoch stufen nur 14% der Unternehmen, die dieser Meinung sind, die eigenen Kenntnisse wirtschaftskrimineller Handlungsmuster als gut ein.

Quelle: KPMG Umfrage 2003/04

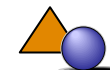


Fraud Management

Einführung - Personenkreis (Täterkreis)

- Mitarbeiter (84%)
- Täter ohne Geschäftsbeziehungen (64%)
- Management (51%)
- Kunden (42%)
- Lieferanten (42%)
- Top Management (7%)

Quelle: KPMG Umfrage 2003/04



Fraud Management

Einführung - Gefährdungspotential

Wesentliche Faktoren

- sinkende soziale Kontrolle in unserem gesellschaftlichen Umfeld
- wirtschaftliche Schwierigkeiten der Täter
- gesteigerte Konsumwünsche
- undurchsichtige Unternehmensprozesse
- unzureichende unternehmensinterne Kontroll- und Steuerinstrumente

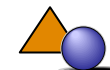
Begünstigende Faktoren (personenbezogener Art)

- Zusammenspiel Mitarbeiter und externe
- Zusammenspiel mehrerer Mitarbeiter
- mangelnde Sensibilisierung der Mitarbeiter

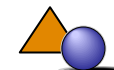
Begünstigende Faktoren (organisatorischer Art)

- unzureichende interne Kontroll- und Steuerungssysteme
- fehlende Organisationsanweisungen
- unzureichendes IT- Sicherheitskonzept
- unzureichende Umsetzung der Sicherheitsrichtlinien

Quelle: KPMG Umfrage 2003/04



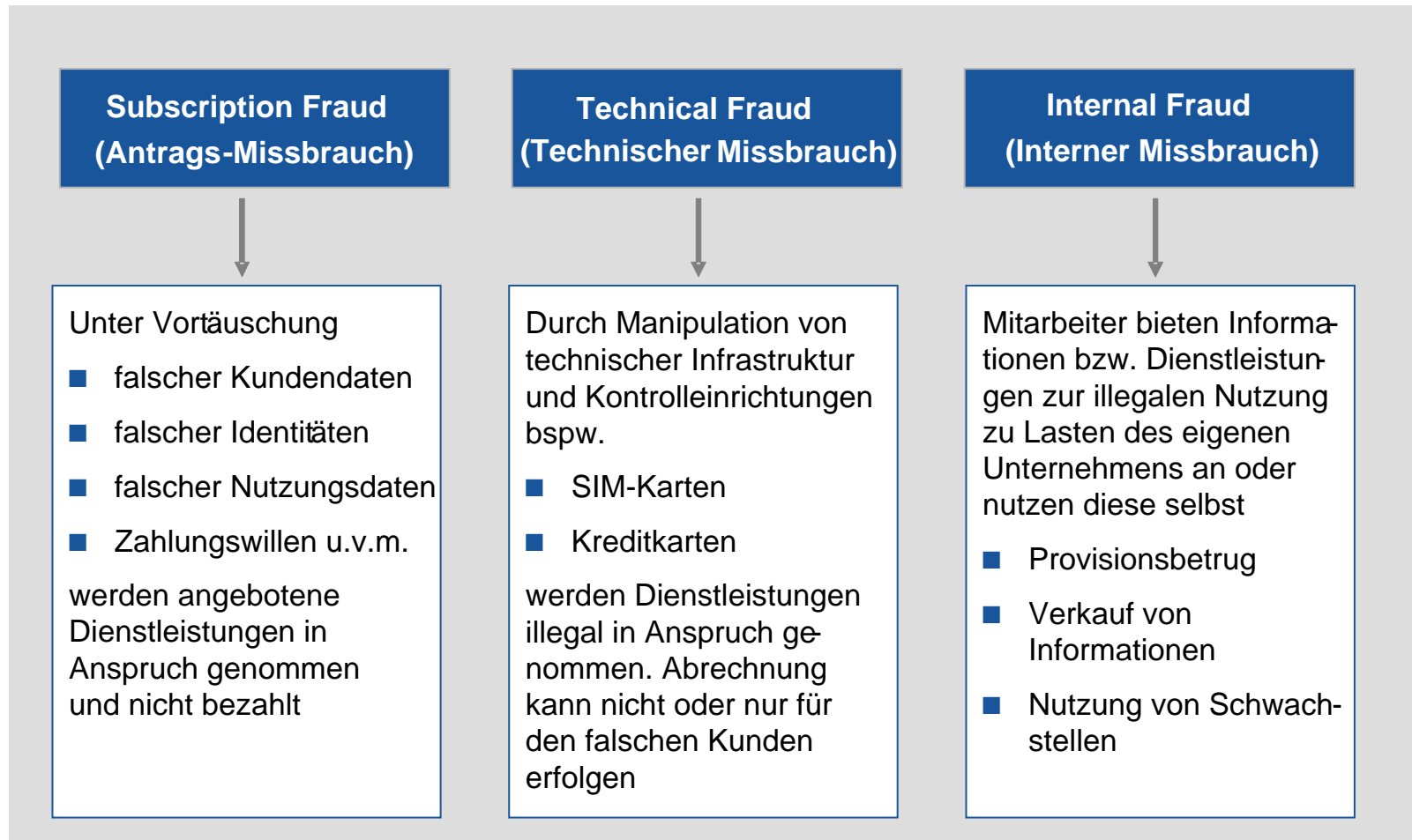
1. Einführung
2. **Fraud Kategorien**
3. Fraud Management – Etablierung im Unternehmen
4. Fraud Management Prozess – Vorschlag eines Referenzprozesses



„**Fraud** (deutsch: Betrug, Missbrauch/Manipulation) ist eine nicht legitimierte, wirtschaftsschädigende Nutzung der unternehmenseigenen Leistungspotentiale.“

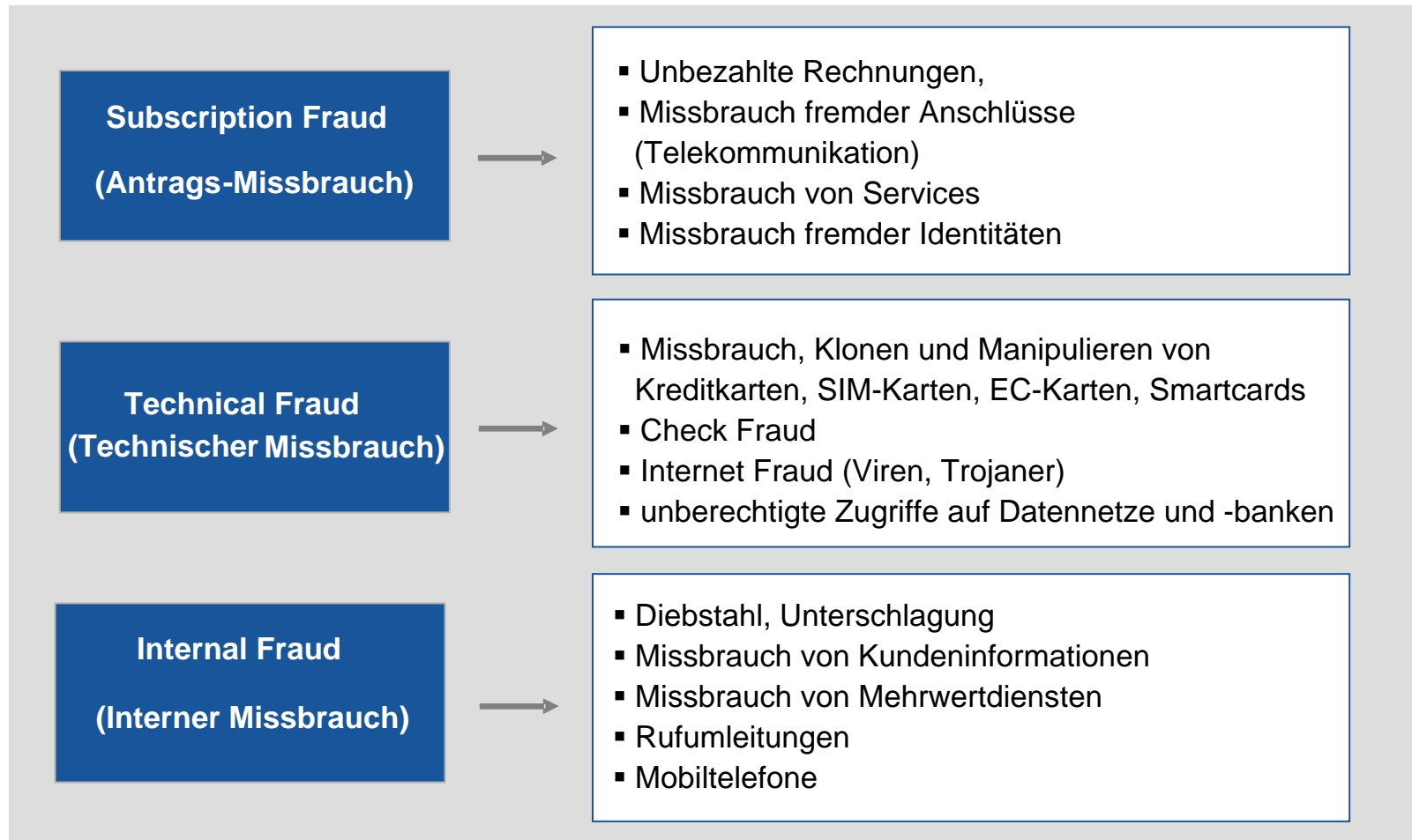
Fraud Management

Welche Kategorien sind zu unterscheiden?



Fraud Management

Beispiele

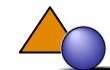


1. Einführung
2. Fraud Kategorien
- 3. Fraud Management – Etablierung im Unternehmen**
4. Fraud Management Prozess – Vorschlag eines Referenzprozesses

Fraud Management

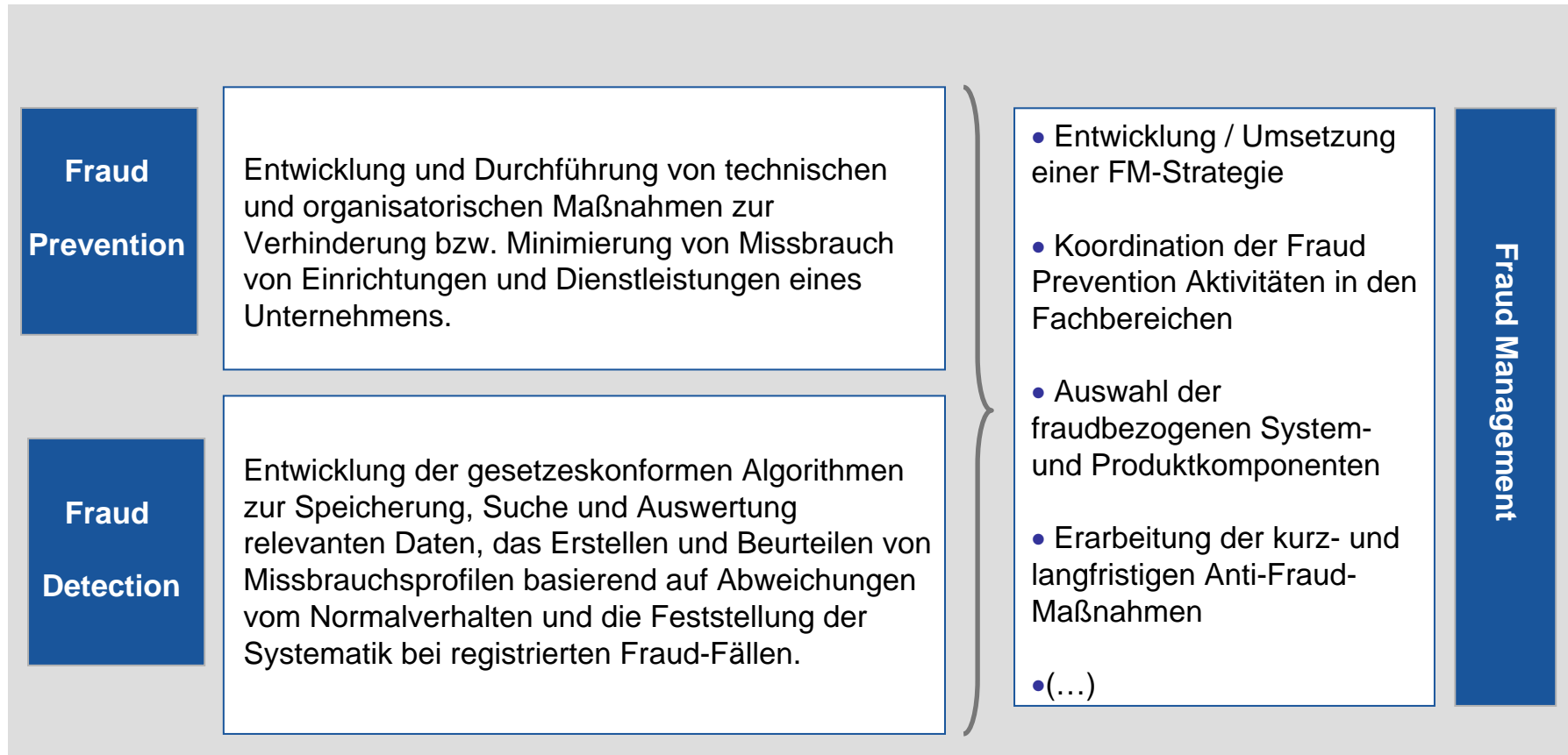
Was ist Fraud Management?

„**Fraud Management** ist die Gesamtheit der organisatorischen und technischen Maßnahmen, die unter Wahrnehmung der Gesetzeslage zur Vermeidung, Erkennung und Beseitigung unzulässiger Handlungen beitragen.“



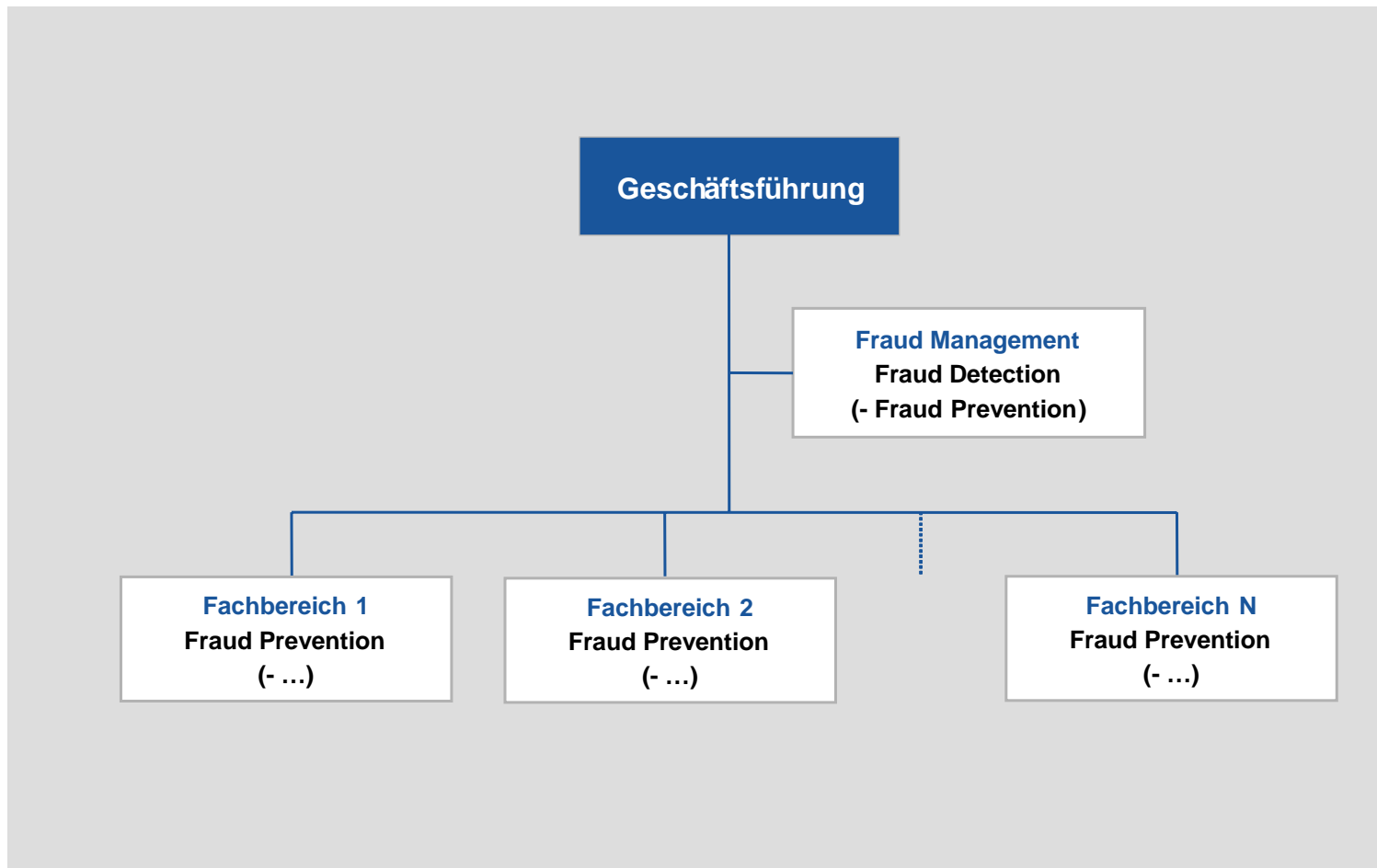
Fraud Management

Woraus besteht Fraud Management?



Fraud Management

Einbettung in die Organisationsstruktur



Fraud Management

Einbettung in die Organisationsstruktur - Enabling

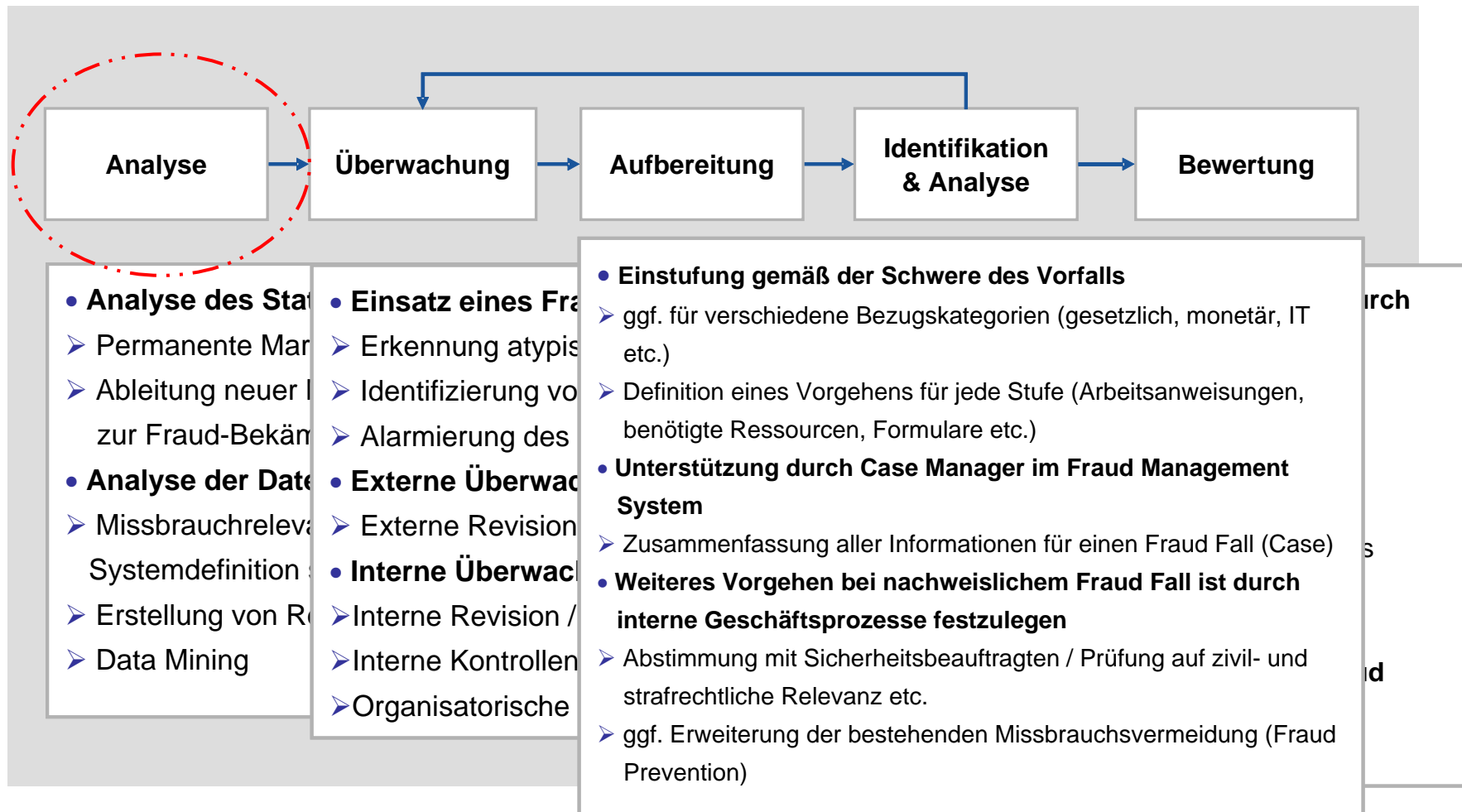
- Einbindung als Stabsbereich
- Unmittelbare Nähe zur Geschäftsführung
- Weisungsbefugnis gegenüber den Fachbereichen
- Fraud Prevention Beauftragte in den Fachbereichen

- ✓ Unabhängigkeit von den Einzelinteressen der Fachbereiche
- ✓ Wahrnehmung der Klammerfunktion über die einzelnen Fraud Prevention Aktivitäten
- ✓ Erleichterung der Koordination durch verantwortliche Einbeziehung der Fachbereiche
- ✓ Wahrnehmung und Akzeptanz auf Top-Management Ebene

1. Einführung
2. Fraud Kategorien
3. Fraud Management – Etablierung im Unternehmen
4. **Fraud Management Prozess – Vorschlag eines Referenzprozesses**

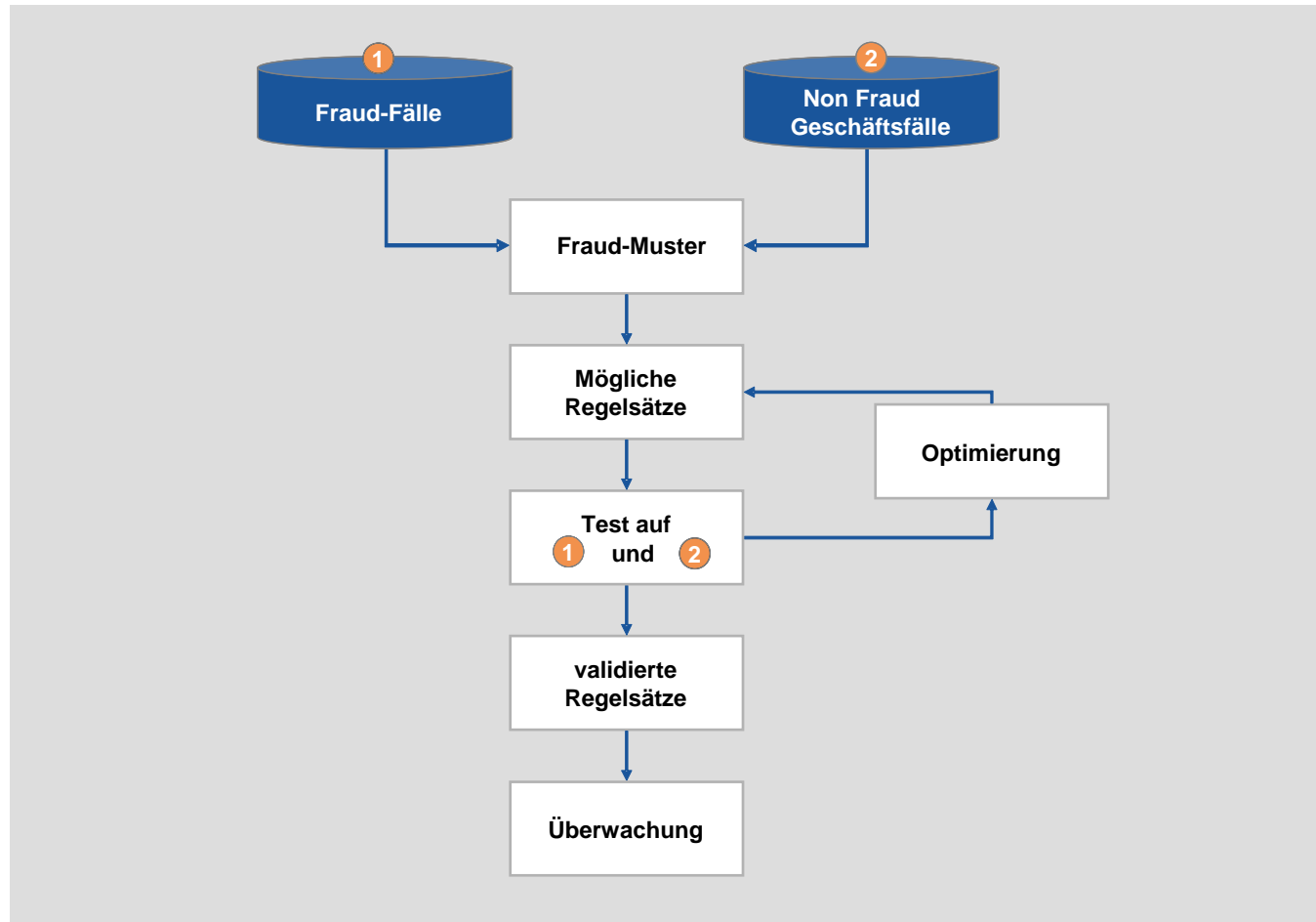
Fraud Management

Der Fraud Management Prozess



Fraud Management

Der Fraud Management Prozess - Analyse



Fraud Management Fazit

- Zahlreiche Bedrohungen eines modernen Unternehmens mitsamt seiner hochkomplexen technischen Infrastruktur unterstreichen die Relevanz eines Fraud Management
- Die Etablierung eines Fraud Managements bedeutet erhebliche Anstrengung
- Aber: Bei Beachtung weniger Richtlinien stehen den Anstrengungen ein hoher nachhaltiger Nutzen gegenüber:

1. Sorgfältige organisatorische Integration in das bestehende Management des Unternehmens
2. Berücksichtigung des Querschnittcharakters von Fraud Management
3. Entwicklung von Wahrnehmung und Akzeptanz auf Top-Management Ebene

Diesen Richtlinien folgend kann Fraud Management Wegbereiter für eine langfristige Sicherung der Wertschöpfung im Unternehmen sein.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Guido Kemper

proMetis Consulting GmbH

Management and Technology Consulting

Overather Strasse 62

D-51429 Bergisch Gladbach - Bensberg

Phone: +49 2204/4040-0

Fax: +49 2204/4040-99

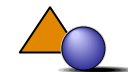
E-Mail: kemper@proMetis.biz

Internet: www.proMetis.biz





Backup

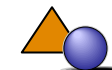


Fraud Management

weitere Zahlen

- Über die Hälfte der von Wirtschaftskriminalität betroffenen Unternehmen geht davon aus, dass mit einer erhöhten Sensibilisierung der Mitarbeiter und des Managements deren Verhinderung möglich gewesen wäre.
- Um das Risikomanagement zu verbessern, haben mehr als 70 % der Unternehmen zusätzliche Organisationsanweisungen entwickelt bzw. das Interne Kontrollsystem verbessert.
Über die Hälfte der Unternehmen vertraut auf eine Sensibilisierung der Mitarbeiter sowie des Managements.
- In rund 90 % der Unternehmen gibt es ein unternehmensweites IT-Sicherheitskonzept.
Bei 66 % der Unternehmen ist die Verantwortung für Sicherheitsthemen darüber hinaus in einer Abteilung, vornehmlich der IT-Abteilung selbst, zentralisiert.

Quelle: KPMG Umfrage 2003/04



Fraud Management

Fraud Prevention:

Beispiele konkreter organisatorischer Maßnahmen

- Stärken des Wertebewusstseins durch schriftlich fixierte Verhaltensrichtlinien (Code of Conduct)
- Vereinfachung des Prozesses zum Melden von Verstößen gegen diese Richtlinien
- Schriftliche Fixierung der potenziellen Sanktionen
- Kommunikation der Sanktionen im Unternehmen
- Konsequente und sichtbare Umsetzung der angedrohten Sanktionen
Botschaft: Abweichen von der Legalität lohnt sich nicht
- Förderung der Identifizierung des MA mit dem Unternehmen durch Identitätskonzepte
- Implementierung / Verstärkung einer anreizorientierten Organisationsstruktur