

EOS explore

Das Magazin für Kund*innen der EOS Gruppe

Achtung Digitaler Datenklau



Finanzlage

Wie verschuldet ist die Welt?

CR

So übernimmt EOS Verantwortung

Interview

CEO Marwin Ramcke über neue Maßstäbe und Visionen

EOS



Tag für Tag arbeiten wir daran, die finanzielle Situation unserer Kund*innen, Partnerunternehmen und der säumigen Zahler*innen zum Besseren zu verändern.

→ Die EOS Gruppe ist ein führender **internationaler, technologiegetriebener Experte für Forderungsmanagement mit Standorten in 24 Ländern**. Seit über **45 Jahren** helfen wir unseren Kund*innen dabei, sich dank unserer operativen Exzellenz auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. Sie kommen aus den **unterschiedlichsten Branchen** wie Banken, Energieversorgung, Immobilien, Telekommunikation und E-Commerce.

Wir sind ein starker Teil der Otto Group, einem führenden globalen Handelsunternehmen. Als solches investieren wir international in **besicherte und unbesicherte Forderungen, notleidende Kreditportfolios und Immobilien**.

Als Vorreiter der Digitalisierung in unserer Branche stehen wir für **datengetriebenes, KI-gestütztes Forderungsmanagement** und intelligente Dienstleistungen zum Vorteil unserer Kund*innen, Partner*innen und säumigen Zahler*innen.



Über **60 Tochterfirmen**



Präsenz vor Ort in **24 Ländern**



Über **6.000 Mitarbeiter*innen**



Rund **20.000 Kund*innen**

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

WERFEN WIR EINEN BLICK ZURÜCK, gab es in diesem Jahr bislang leider nur wenig Anlass zur Freude: Die Pandemie dauert noch immer an, die Inflation und nicht zuletzt die Situation in der Ukraine halten die gesamte Welt in Atem. Persönlich schöpfe ich in diesen Zeiten Kraft aus dem Alltag und freue mich umso mehr über jede positive Entwicklung – egal wie groß oder klein sie ist. Für uns bei EOS ist das zum Beispiel der Launch unserer neuen Marke, auf den wir stolz sein können und der uns Energie gibt. Im März haben wir ihn in allen 24 Ländern vollzogen – ein Wahnsinnsprojekt.

Doch in diesem Editorial soll es gar nicht um die neue Marke EOS und unsere Vision als Unternehmensgruppe gehen. Und auch nicht um meine neue Rolle als CEO. Über diese Themen spreche ich bereits ausführlich auf den Seiten 44–47. Viel lieber möchte ich etwas würdigen, das den Wandel unserer Gruppe besonders gut greifbar macht. Und zwar dieses Magazin, das Sie gerade in den Händen halten.

Vielleicht ist Ihnen aufgefallen, dass wir auch dieses Magazin in unsere neue Markenwelt überführt haben. Ein luftigeres Design und viele spannende neue Formate – unterteilt in vier Ressorts, die zeigen, wer wir eigentlich sind: invest, tech, value und impulse. Ich bin mir sicher, dass für jede*n Leser*in etwas Interessantes dabei ist!

Wenn ich das Ergebnis betrachte, dann ist das für mich ein weiterer kleiner Beweis dafür, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Durch dieses Magazin können Sie uns auf jeden Schritt dieser Reise begleiten, sich informieren, inspirieren und zuweilen in Erstaunen versetzen lassen. In dem Sinne wünsche ich viel Spaß beim Lesen – oder besser gesagt: beim Entdecken dieser besonderen Ausgabe.

Marwin Ramcke,
Vorsitzender der Geschäftsführung der EOS Gruppe



Auch online hat sich viel verändert. Besuchen Sie doch unsere Website!

- 03 • Editorial
- 06 • Start
- 55 • Adressen



22

invest

14 • Von Zombies und Silberstreifen

Die Inflation greift immer mehr um sich. Ein Experte gibt Tipps, worauf es für Unternehmen jetzt ankommt.

19 • Warum Inkasso so wichtig ist

Schulden sind nicht immer schlecht – genauso wenig wie Inkasso. Ein Kommentar von Rayna Mitkova.

20 • Die Welt der Schulden

Die weltweite Verschuldung erreicht einen Höchststand. Die Situation im Überblick.

22 • People @ EOS

Dürfen wir vorstellen: Mel ist unser Experte für Blockchain und Kryptowährungen.



tech

Dossier Identitätsdiebstahl

26 • Mensch und Maschine

Otto Group-Tochter Risk Ident setzt bei der Betrugsabwehr auf das Zusammenspiel von KI und Expert*innen.

31 • „Es besteht Klärungsbedarf“

EOS Manager Andreas Behmenburg über die aktuelle Rechtslage aus Sicht der Inkassodienstleister.

32 • Online-Betrug auf der Spur

Die Täter*innen, ihre häufigsten Methoden und die großen Datenlecks – ein Überblick.

36 • Digitale Verantwortung

Die Gründerin von WiseWay, Dr. Saskia Dörr, erklärt, worauf Unternehmen bei Corporate Digital Responsibility achten müssen.



40 • Die Macht der Daten

Inkasso bei EOS ist heute stark datenbasiert. Wir werfen einen Blick zurück und nach vorn.

value

42 • Corporate Responsibility

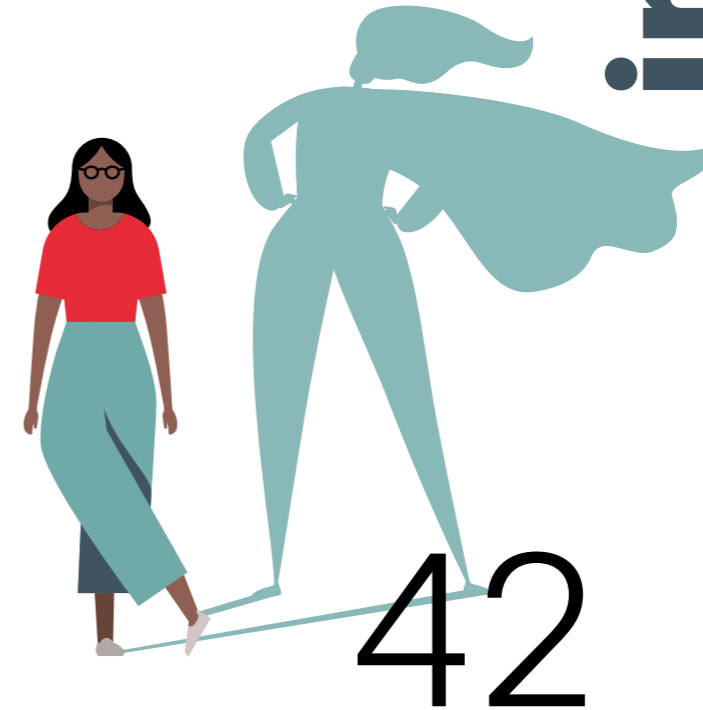
Von Bildungsinitiativen bis zur Förderung von Frauen – wie EOS international Verantwortung übernimmt.

44 • International Maßstäbe setzen

Neue Marke, neuer Chef: Im Interview spricht CEO Marwin Ramcke über das Rebranding und seine Vision für EOS.

48 • Polen im Aufwind

So hat sich EOS in Polen innerhalb eines halben Jahrzehnts zum Branchenführer hochgearbeitet.



impulse



50 • People @ EOS

Bühne frei für Alisha: Die Compliance-Expertin engagiert sich für Gleichberechtigung.

51 • Der Euro wird 20

Die europäische Währung feiert runden Geburtstag. Ein paar spannende und weniger bekannte Fakten.

52 • How to: grün investieren

Wer sein Geld nach nachhaltigen Standards anlegen möchte, hat viele Möglichkeiten. Eine Übersicht.

Impressum

Herausgeber: EOS Holding GmbH
Steindamm 71, 20099 Hamburg
Tel.: +49 40 2850-1222
E-Mail: explore@eos-solutions.com
Web: de.eos-solutions.com
V. i. S. d. P.: Lara Flemming

Chefredaktion: Tabea Reich, Sabrina Ebeling
Erscheinungsweise: zweimal jährlich
Redaktion & Layout: C3 Creative Code and Content GmbH, Hamburg
Redaktionsleitung: Philipp Stiens

Redaktion: Janette Baumann (fr.), Nicholas Brautlecht (fr.), Bärbel Brockmann (fr.), Mark C. Gray (fr.)
Artredaktion: Eva-Maria Ostendorf, Gunter Schwarzmaier
Bildredaktion: Ulrike Jürgens

Schlussredaktion: Christiane Barth (fr.)
Projektmanagement: Rebecca Böger
Lithografie: Giesick | Medien Produktion
Druck: optimal media GmbH, Hamburg



Foto: Getty Images

BIG PICTURE**Die Intelligenz der vielen**

DER MENSCH HAT sich schon immer gern in der Natur bedient, wenn es darum geht, neue Ideen zu entwickeln und Innovation zu schaffen. Kein Wunder, hatte die Natur doch bereits viele Millionen Jahre Zeit, ihre Funktionsweise zu optimieren und an die Umwelt anzupassen. Wenn Biologie auf Technik trifft, spricht man von Bionik. Und die findet man heute in vielen technologischen Errungenschaften unserer Zeit wie dem Autoreifen oder Flugzeugflügel wieder.

Ein weiteres Beispiel ist die Schwarmintelligenz. Hiervon spricht man, wenn ein Schwarm durch seine schiere Größe intelligenter ist als das Individuum. Im Tierreich hilft dieser Mechanismus seit jeher Vögeln wie Fischen im täglichen Überlebenskampf. Je größer das Kollektiv, desto größer auch die Überlebenschancen. Denn als Schwarm sind die Tiere nur sehr schwer zu täuschen.

Wissenschaftler*innen haben das unlängst erkannt und das Naturphänomen in unser Zeitalter – das Zeitalter der Daten – überführt. Statt Schwalben oder Makrelen geht es nun um Datensätze. Ein Datensatz allein birgt wenig Informationen. Ein „Datenschwarm“, bestehend aus Millionen und Milliarden von Datensätzen, kann einem Unternehmen heute den entscheidenden Wettbewerbsvorteil verschaffen und sogar eine ganze Branche reformieren.

Wie EOS Daten im Inkasso einsetzt, lesen Sie auf Seite 40.

INNOVATIONSWETTBEWERB

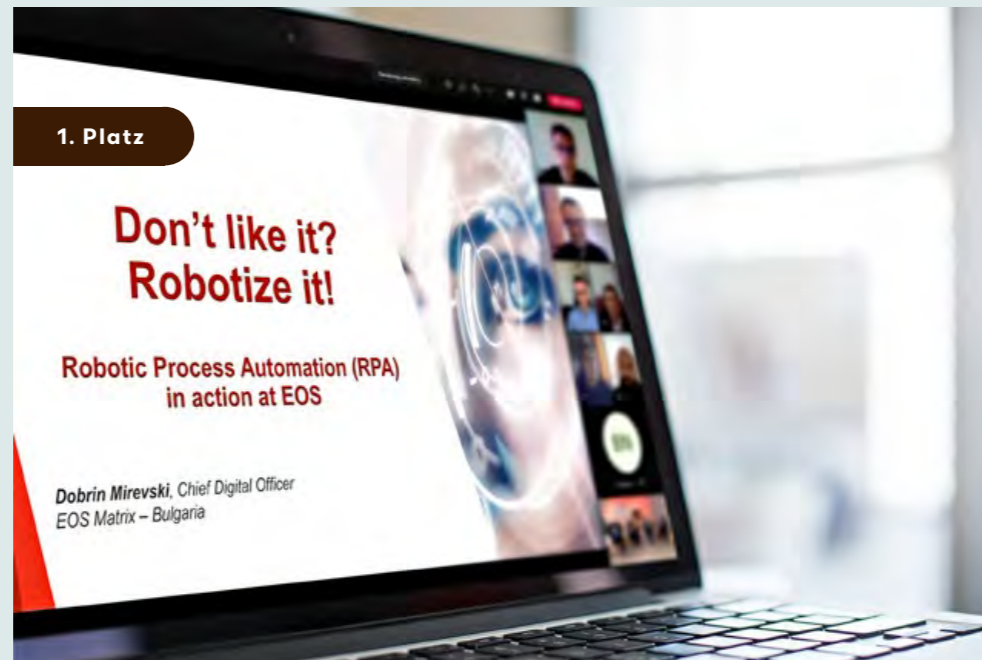
Ich hab da eine Idee ...

➔ **MEHR ALS 6.000 MITARBEITENDE** sind in der EOS Gruppe tätig. Das sind über 6.000 potenzielle Geber*innen für die nächste zündende Idee. Denn wer weiß besser, wo in den Arbeitsprozessen der Schuh drückt, als die eigenen Mitarbeitenden? Der Wettbewerb Wall of Fame gibt kreativen Köpfen bei EOS eine Plattform, ihre innovativsten Projekte einzureichen und einer gruppeninternen Jury vorzustellen.

Ziel des Wettbewerbs war es, den Innovationsdrang innerhalb der eigenen Mitarbeiterschaft und die internationale Kollaboration zwischen den Landesgesellschaften zu fördern – mit Erfolg: Aus 23 Standorten reichten über 250 Mitarbeiter*innen ihre Projekte ein. Zusammengeschlossen in Teams lieferten sie Lösungsansätze, wie EOS seine Prozesse künftig noch effizienter gestalten kann.

Die acht Finalist*innen-Teams durften ihre Ideen schließlich im Rahmen eines Livestreams vor einer Jury bestehend aus EOS internen Expert*innen präsentieren. Als Sieger setzte sich das Team aus Bulgarien durch, gefolgt von drei zweiten Plätzen aus Belgien, Polen und Rumänien.

Der Wall-of-Fame-Wettbewerb wurde 2021 das erste Mal ausgetragen. Für dieses Jahr ist eine Fortsetzung des Formats geplant. Eine Neuheit erwartet die Teilnehmenden jedoch: Der Wettbewerb ist in zwei Phasen geteilt, die ihnen mehr Zeit für die Planung und Umsetzung ihrer Ideen geben sollen. •



BULGARIEN

Roboter, die Menschen entlasten

JEDES UNTERNEHMEN HAT unliebsame Aufgaben im Alltagsgeschäft, die in ihrer Ausübung zwar sehr simpel, aber auch sehr zeitintensiv sind. Eine Lösung, die Unternehmen viel Zeit und somit Kosten sparen kann, ist Robotic Process Automation – kurz RPA. Mit dieser Technologie lassen sich wiederkehrende To-dos automatisieren und Mitarbeitende entlasten. Oder wie das Team aus Bulgarien sagt: „Den Roboter aus dem Menschen holen.“ EOS in Bulgarien hat sich zum gruppenweiten Experten im Bereich RPA entwickelt. 20 Roboter sorgen bereits heute für effiziente Prozesse über alle Abteilungen hinweg. Mit ihrer Expertise wollen sie künftig auch anderen Landesgesellschaften der EOS Gruppe bei der Automatisierung ihres Alltagsgeschäfts helfen.



BELGIEN

Smarte Zahlungspläne

ZAHLUNGSPÄNE SIND für viele säumige Zahler*innen ein praktikabler Weg aus den Schulden. Für die Erstellung eines solchen Plans gilt: Je besser er zur individuellen Situation passt, desto größer die Wahrscheinlichkeit auf Erfolg. Das Team von EOS Aremas in Belgien möchte deshalb den bestehenden Prozess mithilfe von Daten weiter individualisieren und automatisieren. Zunächst werden für jede offene Forderung 23 mögliche Zahlungspläne erstellt. Anschließend wertet ein datengetriebener Algorithmus die Erfolgswahrscheinlichkeit aus.

2. Plätze

POLEN



Laufende Prozessoptimierung

MITHILFE DER BPMN-Methode (Business Process Model and Notation) hat das Team aus Polen die Entscheidungsfindung im Inkassoprozess weiter verfeinert. Wie mit einem Fall weiterverfahren wird, hängt nach ihrem Modell von vielen verschiedenen Faktoren ab, wie der Höhe der Forderung, der Anzahl der fehlgeschlagenen Kontaktaufnahmen oder der verstrichenen Tage seit der Benachrichtigung der säumigen Zahler*innen. Auf die Weise kann der Prozess laufend optimiert und schneller an veränderte Gegebenheiten angepasst werden.



RUMÄNIEN

Die virtuelle Teamleiterin

SOFIA IST EIN Software-Roboter, der Teamleiter*innen unterstützt, indem er ihnen wiederkehrende Alltagsaufgaben wie die Verwaltung von Informationen und das Erstellen von Reportings abnimmt. Die gesparte Zeit kann stattdessen für wichtigere kreative Aufgaben genutzt werden, wie zum Beispiel für die Auswertung der Reportings oder Mitarbeitendenführung. Die ersten Zahlen können sich sehen lassen: In einem Jahr hat Sofia über 2.200 Stunden Arbeitszeit gespart.



NEUES EOS BOARDMITGLIED

Carsten Tidow

CARSTEN TIDOW ist neuer Geschäftsführer der Region Osteuropa bei EOS. Er tritt damit die Nachfolge von Marwin Ramcke an, der den Vorsitz der Geschäftsführung der EOS Gruppe übernommen hat. „Als neues Mitglied im EOS Board möchte ich an die erfolgreiche Arbeit von Marwin anknüpfen“, sagt Carsten. „Osteuropa wird auch künftig ein spannender Wachstumsmarkt für uns sein.“ Carsten war bislang Leiter des Division Management Osteuropa und hat den Ausbau der dortigen Aktivitäten in mittlerweile 15 Ländern eng begleitet. Als technologiegetriebener Experte für Forderungsmanagement investierte EOS in Osteuropa zuletzt knapp 200 Millionen Euro in Non-Performing Loans (NPL).

REKORDANSTIEG

28%

betrug im Pandemiejahr 2020 laut IWF der Zuwachs der weltweiten Verschuldung. Weitere interessante Fakten zur Welt der Schulden finden Sie auf Seite 20/21.

PEOPLE @ EOS

Ich bin Anthony Messados

Arbeit

Seit Oktober 2021 leite ich den Standort in Griechenland als Geschäftsführer.

Interessen

Ich liebe es, Sport zu treiben – im Gym, beim Boxen oder Tang Soo Do, einer koreanischen Kampfkunst. Ab und an schätze ich aber auch eine gute Zigarre.

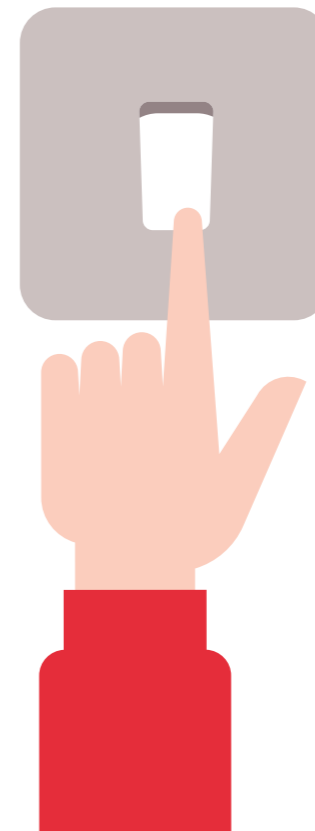


→ ICH MUSSTE LEIDER früh lernen, nichts im Leben als selbstverständlich anzusehen. Während eines Schulausflugs kurz vor den Abschlussprüfungen stürzte unser Reisebus von einer Brücke in die Tiefe. Ein paar meiner Mitschüler*innen starben bei diesem Unfall, viele waren verletzt. Für mich war dieser Tag ein Weckruf und die vielleicht wichtigste Lektion, die mich heute noch jeden Tag begleitet: Wir sollten jeden Tag das Beste aus uns herausholen! Dinge, die uns oft so wichtig vorkommen, sind es häufig gar nicht. Die Erinnerung an dieses tragische Ereignis hilft mir noch heute dabei, die Prioritäten richtig zu setzen.

Was mich bei der Arbeit antreibt, ist schnell beantwortet: die Menschen. Es geht immer um die Menschen, nicht wahr? Wir entscheiden uns dafür, viele Stunden – manchmal sogar den Großteil unserer wachen Zeit – in einer bestimmten Umgebung mit einer bestimmten Gruppe von Menschen zu verbringen. Da ist es absolut entscheidend, sich inspirieren zu lassen und andere zu inspirieren, während wir versuchen, neue, größere und bessere Dinge zu erreichen. ●

EARTH HOUR EOS knipst für Klimaschutz das Licht aus

DIE IDEE IST SIMPEL: Einmal im Jahr schalten möglichst viele Menschen, Unternehmen und Städte weltweit für eine Stunde das Licht aus und setzen so ein Zeichen für den Umwelt- und Klimaschutz. Auch EOS war 2022 bei der sogenannten Earth Hour dabei: Am 26. März um exakt 20.30 Uhr erlosch das EOS Logo an der Hamburger Zentrale ganz automatisch für 60 Minuten. Das Motto: Licht aus für einen lebendigen Planeten. Ursprünglich ins Leben gerufen wurde die Aktion, die an jedem letzten Samstag im März stattfindet, 2007 vom WWF. Insgesamt fand sie in diesem Jahr schon zum 16. Mal statt.



NACHHALTIGKEITS-CHALLENGE

Ideen teilen – Bäume pflanzen

REDEN IST GUT, HANDELN IST BESSER: Weil EOS seine Anstrengungen in den Bereichen Umwelt- und Klimaschutz verstärken will, haben wir für diesen Frühling erstmals zu einer offiziellen Nachhaltigkeits-Challenge aufgerufen. Schirmherr ist CEO Marwin Ramcke. Seit dem 25. April – dem internationalen Tag des Baumes – sind alle Mitarbeitenden eingeladen, private Nachhaltigkeitsaktionen in kurzen Handyvideos und Texten zu teilen. Denn nichts ist inspirierender als die klugen Ideen unserer Kolleg*innen. Dass wir schon gut unterwegs sind, zeigt die Recyclingbilanz von EOS in Frankreich: Die Kolleg*innen dort haben 2021 unter anderem 8.621 Kilogramm Papier und 333 Kilo Kunststoff zur Wiederverwertung gesammelt. Wir sind sehr auf alle Impulse und Beiträge gespannt. Und das Beste ist: Alle Anstrengungen unserer Mitarbeitenden lohnen sich doppelt. Denn als Dankeschön für jede Einsendung pflanzt EOS einen Baum.

Foto: Ulrika Walmark Illustrationen: shutterstock



finlit

FINANZKOMPETENZ finlit auf der Global Money Week

DIE FINLIT FOUNDATION setzt sich dafür ein, vor allem Kindern einen besseren Umgang mit Geld zu vermitteln. Mit diesem Vorhaben nahm die gemeinnützige Gesellschaft der EOS Gruppe nun Ende März an der Global Money Week teil. Die Botenschaft der alljährlichen OECD-Kampagne lautete passenderweise „Build your future, be smart about money“. finlits Fokus: Die kindgerechte Aufklärung über die Gender Pay Gap. Begleitet wurde alles durch Social-Media-Aktionen mit der Initiative finanz-heldinnen.

Nur der erste Schritt

Neben dem Inkassogeschäft ist EOS als internationaler NPL-Investor aktiv. Investiert wird in Forderungspakete auf der ganzen Welt. Das sind zwei große Deals der letzten Monate.



SPANIEN

Forderungsvolumen: ca. 60 Millionen Euro

Art der Forderungen: besichert

Verkäufer: eine führende spanische Bank

EINE FÜHRENDE spanische Bank und EOS in Spanien haben bereits in der Vergangenheit unzählige NPL-Pakete gehandelt. Nun wurde die Geschäftsbeziehung zu der Bank abermals vertieft, als das erste Paket mit besicherten Forderungen den Besitz gewechselt hat – eine Premiere für EOS in Spanien: „Dies ist nur der erste Schritt! Das besicherte NPL-Segment wird für uns künftig eine Schlüsselrolle spielen“, sagt Carlos Lorenzo, Geschäftsführer von EOS in Spanien. „Nun haben wir einen starken strategischen Partner für weitere Deals dieser Art an der Seite.“

FRANKREICH

Forderungsvolumen: ca. 66 Millionen Euro

Art der Forderungen: besichert & unbesichert

Verkäufer: Groupe BPCE

KURZ VOR ENDE des letzten Jahres hat EOS in Frankreich noch einen seiner größten Deals des Geschäftsjahres geschlossen. Verkäuferin ist die Groupe BPCE, die sich 2009 aus den zwei französischen Banken Banque Populaire und Caisse d'Épargne zusammenschloss. Die Gruppe besteht aus vielen regionalen Banken aus ganz Frankreich. Zum ersten Mal bündelten drei von ihnen ihre größtenteils besicherten Forderungen in einem gemeinsamen Portfolio. Aber es wird wohl nicht das letzte Mal gewesen sein: Die nächsten Deals dieser Art sind bereits in der Pipeline.

invest



14

VON ZOMBIES, KONFLIKTEN
UND SILBERSTREIFEN

**Das Inflationsgespenst geht um
und verursacht Unsicherheit.
Was können Firmen nun tun?**

19

WARUM INKASSO SO
WICHTIG IST

**Unsere Branche muss ihre
Vorteile noch besser vermitteln.
Ein Kommentar.**

20

DIE WELT DER
SCHULDEN

**Grafiken und Zahlen, um die
weltweite Schuldensituation
besser zu verstehen.**

INFLATION

Von Zombies, Konflikten und Silberstreifen

Interview...Mark C. Gray
Februar 2022

Nachdem Corona zwei Jahre lang die Nachrichten beherrschte, stehen wir nun vor neuen Herausforderungen. Auf dem europäischen Kontinent herrscht Krieg, und vor dem Hintergrund der Energiewende ziehen die Energiepreise dramatisch an. Die nähere und fernere Zukunft steht im Zeichen von Inflationsängsten. Was genau geht derzeit vor, wie schwerwiegend sind die Entwicklungen und werden sie dauerhafte Veränderungen nach sich ziehen? Wir sprachen mit Barret Kupelian, Chefökonom bei PwC in London, über die aktuelle und zukünftige Entwicklung der Inflation.

Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Weltwirtschaftslage im Allgemeinen und die Lage in der EU und Großbritannien im Besonderen?

BARRET KUPELIAN: Wenn Sie sich die drei wichtigsten Wirtschaftsböcke anschauen – die USA, die Eurozone und dazwischen Großbritannien –, dann haben alle diese Volkswirtschaften zum ersten Mal seit langem mit einer hohen Inflation zu kämpfen. Aber lassen Sie mich dazu etwas weiter ausholen.

Eine Erklärung für die steigende Inflation war bisher, dass die Nachfrage zu groß sei. Tatsächlich aber liegen die Dinge nicht ganz so einfach. Die wichtigsten Volkswirtschaften sind im Großen und Ganzen nicht über ihr Produktionsniveau vor der Corona-

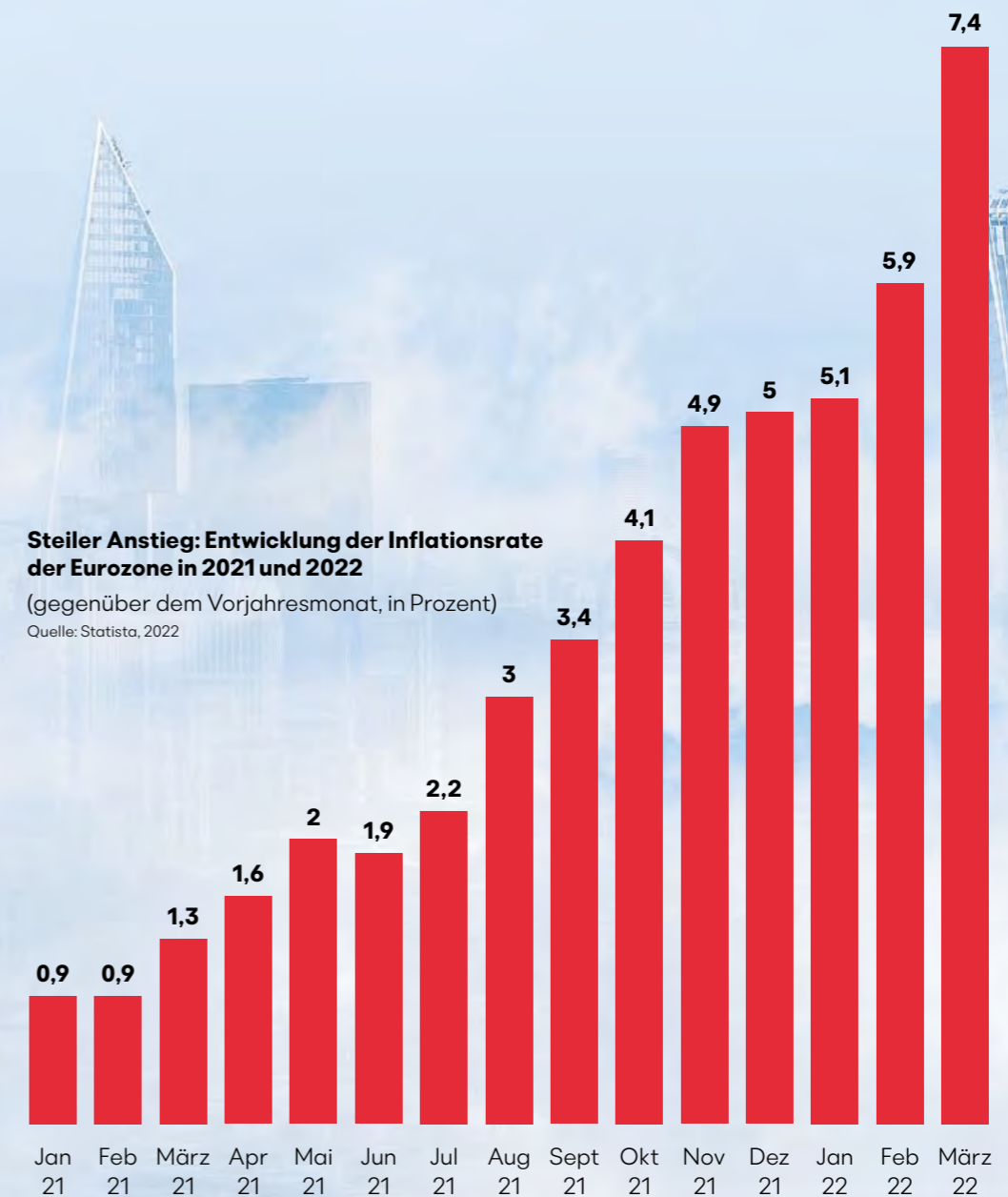
Krise hinausgewachsen. Die USA haben leicht zugelegt, Großbritannien bewegt sich etwa auf gleichem Niveau, und die Eurozone hat noch nicht ganz aufgeholt. Die Lage ist komplexer, und das hat auch etwas damit zu tun, wie sich die Nachfrage in den entwickelten Volkswirtschaften zusammensetzt.

Schaut man sich die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen in den entwickelten Volkswirtschaften an, so stellt man eine ungewöhnliche Entwicklung fest. Bei den Waren ist die Nachfrage immens hoch, bei den Dienstleistungen dagegen liegt sie immer noch unter dem Niveau vor der Pandemie. Die Menschen reisen immer noch nicht so viel wie früher, und auch Theater, Restaurants usw. werden noch nicht wieder im gewohnten Maße besucht.

Wie beeinflusst dieses Ungleichgewicht die Inflation?

Sowohl Waren als auch Dienstleistungen verzeichnen im Allgemeinen eine Trendwachstumsrate von ein bis zwei Prozent im Jahr, je nach Volkswirtschaft. Bis zur Pandemie entsprach das Nachfragewachstum in beiden Sektoren dem normalen Trend. Nach Ausbruch von Corona kam es allerdings zu einer starken Abweichung der tatsächlichen Nachfrage von der Trendrate. In den USA liegt die Nachfrage nach Dienstleistungen immer noch etwa fünf Prozent unter dem Trendrichtwert. Bei den Waren →

Foto: Getty Images



dagegen – und das ist wirklich erstaunlich – liegt sie 15 Prozent darüber.

Energie und Nahrungsmittel tragen erheblich zur Inflation bei. In der Eurozone machen sie etwa 60 Prozent aus. In Großbritannien sind es 50 Prozent, aber es wären ebenfalls um die 60 Prozent, wenn es hier keinen Energiepreisdeckel gäbe. In den Vereinigten Staaten tragen Nahrungsmittel und Energie rund 40 Prozent zur Inflation bei. Die Situation in der Ukraine macht die Sache nicht einfacher, insbesondere nicht in der Eurozone, die stark von russischen Energiequellen abhängt.

In welche Richtung könnte sich die Inflation bewegen?
Wie gesagt dürfte uns das Energiethema vermutlich die größten Sorgen bereiten, insbesondere in der Eurozone. Die Energienachfrage reagiert nicht sensibel – oder flexibel – auf Preisänderungen, sodass eine Preiserhöhung für Verbraucher und Unternehmen einer Steuererhöhung gleichkommt, die nicht an anderer Stelle wieder ausgeglichen werden kann, zumindest nicht sofort. Vor diesem Hintergrund dürfte die EZB ihre Leitzinsen nun nicht in dem Maß erhöhen, wie sie es vor der Ukrainekrise in Erwägung gezogen hatte. Steuererhöhungen bremsen die Volkswirtschaft, und diesen Effekt möchte man nicht dadurch verschlimmern, dass man die Zinssätze erhöht oder eine restriktive Geldpolitik betreibt. Die

Zinssätze der EZB können die internationalen Ölpreise nicht direkt beeinflussen. Auch wenn eine straffere Geldpolitik so schnell nicht zu erwarten ist, macht es die Energiesituation und ihre Auswirkungen auf die übrige Wirtschaft wahrscheinlich, dass die Inflation länger auf hohem Niveau verharren wird, als wir vor einigen Wochen geglaubt haben.

Wie hoch wird die Inflation Ihrer Ansicht nach noch steigen?
In Großbritannien haben wir vor ein paar Wochen prognostiziert, dass der Höchststand bei rund sieben Prozent erreicht sein wird. Sollte nun die aktuelle Energiesituation weiter anhalten, wird die Inflation vermutlich noch höher steigen. Schon jetzt liegen wir bei 5,5 Prozent, dem höchsten Stand seit 1992. Für die Bank of England ist dies zweifellos die größte Herausforderung seit 1997. In der Eurozone hatten wir für 2022 eine Inflationsrate um die vier Prozent prognostiziert, doch aufgrund der gestiegenen Energiepreise dürfte sie eher zwischen fünf und sechs Prozent betragen.

Welche generellen Folgen hat dieser Anstieg für Unternehmen?
In einer Inflationsphase müssen Unternehmen vor allem ihre Margen schützen. Aber wie? Auf der Einnahmeseite kann man die Preise erhöhen, was während einer Inflation insofern leichter ist, als die

Regierungen planen, durch Subventionen und Steuererleichterungen die Folgen steigender Preise für Unternehmen und Verbraucher abzufedern.



In der Eurozone machen Energie und Nahrungsmittel seit letztem Juni durchschnittlich etwa zwei Drittel der Inflation aus.

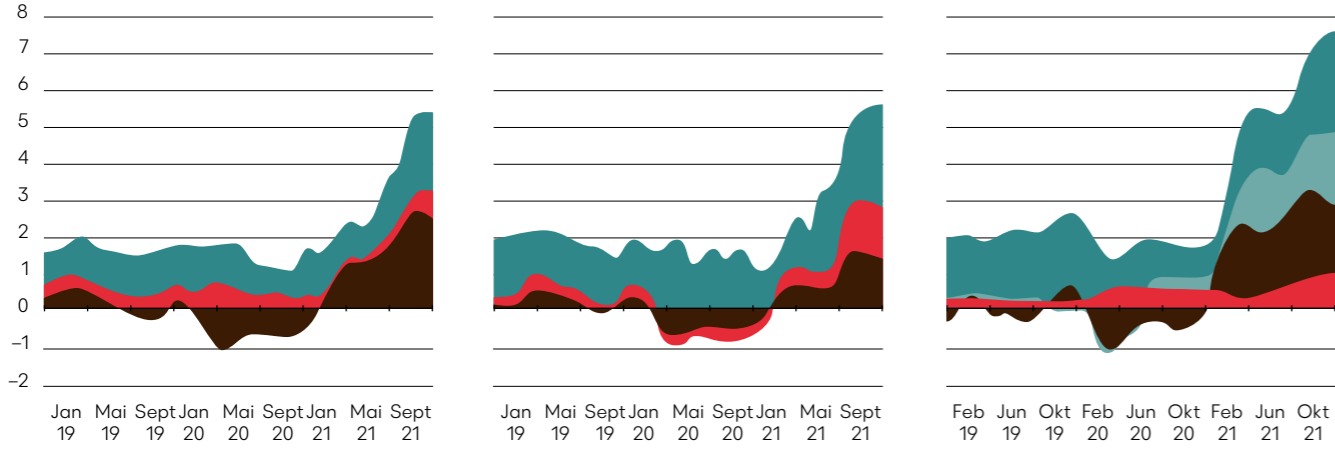
Die Grafiken unten zeigen die wichtigsten Inflationstreiber in der Eurozone, Großbritannien und den USA.

Quelle: PwC analysis, Refinitiv, BLS, ONS, Eurostat, EZB

Beitrag zum HVPI der Eurozone (Harmonisierter Verbraucherpreisindex) in Prozentpunkten

Beitrag zum VPI (Verbraucherpreisindex) in Großbritannien in Prozentpunkten

Beitrag zum VPI in den USA in Prozentpunkten



● Nahrungsmittel ● Energie ● Neu- und Gebrauchtwagen ● Andere

Konkurrenz dies höchstwahrscheinlich ebenfalls tun wird. Im Zeitalter der Globalisierung reagieren die Verbraucher jedoch äußerst sensibel auf Preiserhöhungen, was auch bedeutet, dass man seinen Kundstamm schützen muss.

Genauso muss man aber auch seine Kosten kontrollieren, was wiederum Auswirkungen auf die gesamte Lieferkette hat. Das schließt die eigene Belegschaft mit ein und berührt die Frage, wo man selber einkauft. Dies wiederum tangiert Prozesse: Unternehmen beginnen in schlankere Strukturen zu investieren, um insgesamt effizienter zu werden und ihre Margen so gut es geht zu schützen.

Hat Corona bestimmte Entwicklungen beeinflusst?
Viele Unternehmen haben einen enormen Corona-Schock erlitten, und ich bezweifle, dass sie noch über genug Liquidität verfügen, um in Maschinen und dergleichen investieren zu können. Hinzu kommt, dass das Angebot hier wegen der Lieferschwierigkeiten begrenzt ist. Auch neue Mitarbeiter sind derzeit Mangelware – potenzielle Bewerber werden inflationsbedingt höhere Gehälter erwarten, was zusätzlichen Druck auf die Margen ausübt.

Eine der interessanten Entwicklungen nach Corona betrifft jedoch die Produktivität. Klar ist, dass die Unternehmen, die auf den Digitalisierungstrend aufgesprungen sind und die günstigen monetären Bedingungen der letzten Jahre genutzt haben, um ihre Prozesse zu verbessern und zu modernisieren – →

Fotos: shutterstock, PwC



Barret Kupelian
Chefökonom bei PwC

Barret Kupelian ist Chefökonom bei PwC UK. Er leitet ein Team aus Beratern und Ökonomen, die PwC-Kunden auf der ganzen Welt helfen, bessere, auf Analysen gestützte Entscheidungen zu treffen. Für diese Arbeit untersucht er mit seinem Team makroökonomische Trends und Entwicklungen und nutzt einschlägige ökonomische Werkzeuge, um makroökonomische Variablen zu prognostizieren und eine Reihe von ökonomischen Szenarien zu bewerten. Sein jüngstes Projekt ist ein wirtschaftlicher 15-Jahresplan für Zypern. Seine Ansichten über Wirtschaft werden regelmäßig in der internationalen Presse zitiert.

und um als Unternehmen schlanker und agiler zu werden –, jetzt wirklich besser aufgestellt sind als die, die das versäumt haben. Hat man sich jedoch bisher nicht verändert hat, so ist es nicht sehr wahrscheinlich, dass man dies jetzt, unter den verschärften aktuellen Bedingungen, noch tut. Eine wirklich komplizierte Situation!

Stehen wir vor einer Konkurs- oder einer Schuldenwelle?

Interessante Frage. Während Corona haben wir einen Rückgang bei den Insolvenzen erlebt. Zu verdanken war dies größtenteils dem überwältigenden Ausmaß an staatlichen Hilfen für Unternehmen. Ein Bericht des IWF legt jedoch dar, dass mittelständische Unternehmen – insbesondere in personalintensiven Industriezweigen – einem höheren Risiko ausgesetzt sind als vor der Pandemie und dadurch sowohl die makroökonomische als auch die soziale Stabilität gefährden.

Tatsache ist, dass die Geldpolitik bemerkenswert locker ist, besonders seit der Finanzkrise von 2008. Vor Corona wurden die Zügel in den USA zwar etwas angezogen, aber im historischen Vergleich nicht besonders stark. Vor diesem Hintergrund befürchte ich, dass es zahlreiche „Zombie-Unternehmen“ gibt. Das sind ineffiziente Gesellschaften, die auf der Welle billigerer Kredite reiten und abstürzen werden, sobald diese Quelle versiegt oder sich die Kapitalbeschaffung verteuert. Zwar droht meines Erachtens keine Insolvenzwelle, und auch die Anzahl der Privatinsolvenzen wird dank der hohen Beschäftigungszahlen vermutlich relativ stabil bleiben. Nichtsdestoweniger werden bestimmte Unternehmensgruppen doch sehr aufpassen müssen.

Wie können sich Unternehmen und Privatpersonen gegen eine potenzielle Insolvenzwelle schützen?

Was die Unternehmen betrifft, so kommt es für sie vor allem darauf an, die Gewinnspannen zu kontrollieren. Dem größten Risiko ausgesetzt sind hier meines

Erachtens die besagten Zombie-Unternehmen: Sie verfügen nicht über die nötige Agilität, um auf den erhöhten Kostendruck zu reagieren, der auf uns zukommt. Aber wie gesagt, wer sich selbst in guten Zeiten nicht neu aufgestellt hat, dürfte dies in schlechteren Zeiten erst recht nicht tun.

Lassen Sie mich ein Beispiel geben. Die Unternehmen, die während der Coronapandemie in die Entwicklung und Weiterentwicklung ihrer digitalen Plattformen investiert haben, werden vermutlich besser aufgestellt sein, um mit schwierigen finanziellen Bedingungen zurechtzukommen. Der Hauptgrund dafür ist, dass sie sich anpassen konnten, als die Situation problematisch wurde. Steigende Zinssätze stellen eine weitere Herausforderung dar, die von den Unternehmen gemeistert werden müssen, und es spricht vieles dafür, dass diejenigen, die sich in der Vergangenheit erfolgreich anpassen konnten, auch jetzt zu den Gewinnern zählen werden.

Was die privaten Haushalte anbelangt, so liegen die Dinge hier in meinen Augen etwas anders. Privatinsolvenzen hängen eher von der Beschäftigungsentwicklung ab, und in den modernen Volkswirtschaften sind die Arbeitslosenzahlen seit einiger Zeit sehr niedrig. Obwohl wegen der Energiesituation eine Menge Druck aufgebaut wird, ist die nach wie vor hohe Beschäftigungsquote positiv zu sehen. Die Situation ist zwar kompliziert, aber es gib auch einen Silberstreif am Horizont ... ●



Fotos: shutterstock, Julliyen Donov

PREISE IN DEN USA

7.9%

In den USA stieg der Verbraucherpreisindex bis Ende Februar um 7,9 Prozent, die steilste Anstieg der Inflation seit 40 Jahren.

GAMECHANGER

Warum Inkasso so wichtig für die Wirtschaft ist



Schulden sind per se nichts Schlechtes.

FÜR UNTERNEHMEN SIND SIE DIE GRUNDLAGE für Fortschritt und Wachstum. In der Gesellschaft können Schulden für mehr Gerechtigkeit sorgen und – wie die Pandemie-Zeit gezeigt hat – Existenzen retten.

Doch ich möchte meine Aussage nochmals präzisieren: Schulden sind gut, wenn sie auch gut eingesetzt werden, wenn sie einen Mehrwert generieren – und natürlich auch zurückgezahlt werden. Die Wirtschaft funktioniert nach einem ganz simplen Prinzip: Wir kaufen Dinge und bezahlen dafür. Wenn wir kein Geld haben, leihen wir es uns von jemandem, um es zu einem späteren Zeitpunkt zurückzuzahlen. Wenn ich konsumiere, ohne zu bezahlen, oder meinen Kredit nicht wie vereinbart bedienen kann, kommt dieser Kreislauf zum Erliegen.

Und hier kommt die Inkassoindustrie ins Spiel: Wir sind, wenn man so will, das Schmieröl des Wirtschaftskreislaufs. Unsere Aufgabe ist es, die Einhaltung der Verpflichtungen zu überwachen und als Vermittelnde zwischen Gläubiger*innen und säumigen Zahler*innen zu fungieren, um eine Lösung zu finden, auch wenn sie unmöglich erscheint. Wir stoßen den Kreislauf da wieder an, wo er ins Stocken geraten ist. Und ich kann mir nicht vorstellen, wie die gesamte Wirtschaft ohne uns, die Inkassounternehmen, funktionieren würde.

Trotz ihrer Relevanz genießt die Inkassobranche teilweise alles andere als einen guten Ruf, weder bei uns in Bulgarien noch irgendwo sonst auf der Welt. Die Gründe sind dabei ebenso vielfältig wie nachvollziehbar. Viele Menschen haben in der Vergangenheit



Rayna Mitkova,
Managing Director bei EOS
Matrix in Bulgarien und
Vorsitzende des bulgarischen
Inkassoverbands

schlechte Erfahrungen mit unlauteren Dienstleistern gemacht. Außerdem: Wer wird schon gern an bestehende Verbindlichkeiten erinnert?

Wie also können wir das öffentliche Bild für unsere Industrie verbessern? Für mich liegt der Schlüssel zur Veränderung des Images der Branche in einer guten und transparenten Kommunikation. Wir wollen uns nicht verstecken, sondern offen und transparent mit den Medien und der Gesellschaft in den Austausch gehen – sowohl über unsere Arbeit als auch über die Fehler, die wir machen. Wir sind schließlich alle nur Menschen. ●

14 Nullen

Die weltweiten Staats-, Haushalts-, Unternehmens- und Bankschulden haben in den ersten 18 Monaten seit Beginn der Pandemie die Schwelle von 300 Billionen US-Dollar geknackt.

Stand: 09/2021 | Quelle: Reuters

Schulden gesamt

Anstieg seit Corona

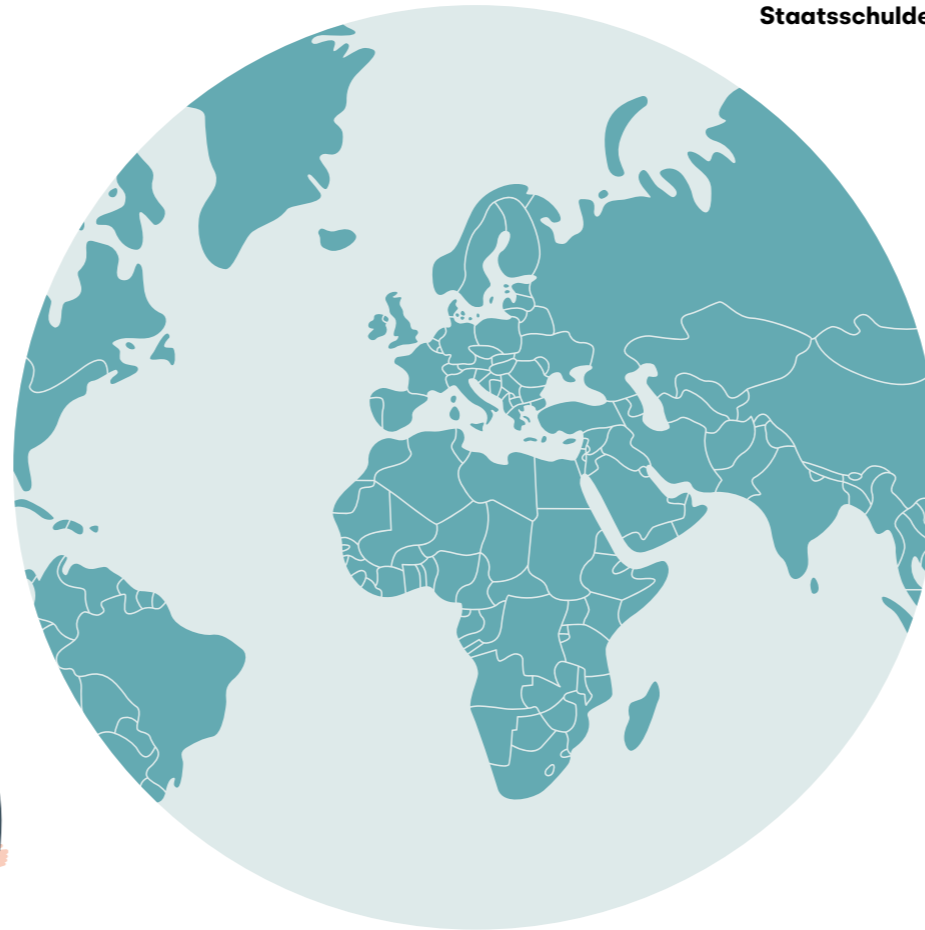
36.000.000.000.000 USD

ca. 300.000.000.000.000 USD

DATAFLOW

Die Welt der Schulden

Im Rahmen der Pandemie haben die weltweiten Schulden abermals einen ordentlichen Sprung gemacht. Zahlen zeigen die aktuellen Entwicklungen – und dass der Trend der Staatsverschuldung längst kein neuer ist.



Staatsschulden und Wirtschaftskraft gleichauf

124%

Industrieländer

99%

des weltweiten BIP machen die Gesamtschulden der Staaten im Verhältnis zur weltweiten Wirtschaftskraft bereits aus. Die Industrienationen haben die mit Abstand höchste Schuldenquote. Grund sind unter anderem die hohen Staatsausgaben im Zuge der Finanzkrise und der Coronapandemie.

Stand: 2020 | Quelle: IMF Global Debt Database

63%

Schwellenländer

50%

Entwicklungsländer

Rasantes Wachstum in der Eurozone

Die Gesamtverschuldung der Eurozone liegt bei knapp elf Billionen Euro. Bilanz stark steigend.

Stand: 02/2022 | Quelle: Smava Schuldenuhr

Ca. 360.000 €

Neuverschuldung pro Minute

Baltikum mit geringsten Pro-Kopf-Schulden

Gemessen an der Bevölkerung haben Irland, Belgien und Italien die höchsten Schulden in der Eurozone.

Stand: 02/2022 | Quelle: Smava Schuldenuhr

Geringste Pro-Kopf-Verschuldung



1

2

3



Irland
43.509 €

Belgien
38.565 €

Italien
35.721 €

Höchste Pro-Kopf-Verschuldung

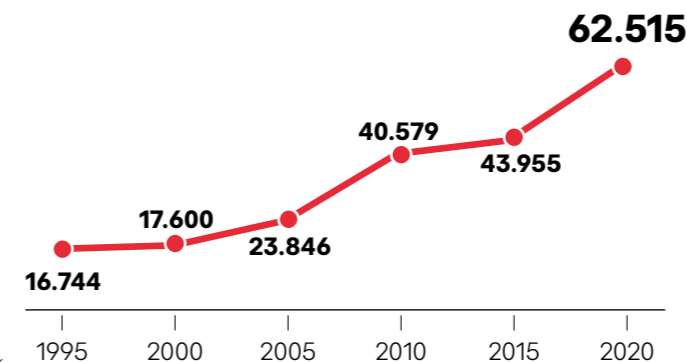
132 VON 148

Ländern

im globalen Süden waren in 2021 kritisch verschuldet.

Acht mehr als im Vorjahr.

Quelle: Elsassjahr Schuldenreport 2021



Illustrationen: shutterstock

Keine neue Entwicklung

Die globalen Staatsschulden haben sich in den vergangenen 20 Jahren fast vervierfacht. Angaben in Milliarden USD.

Quellen: Bundesbank; Statista

Länder und ihre Staatsverschuldung

Venezuelas Staatsschulden übersteigen die Wirtschaftskraft mittlerweile um das Dreifache. Mehrere asiatische Kleinstaaten kommen hingegen (fast) ohne Schulden aus.

Stand: 2020 | Quelle: Statista

Länder mit geringster Staatsverschuldung

Macau: 0% | Hongkong: 0,99% | Brunei: 2,86%

Länder mit höchster Staatsverschuldung



PEOPLE @ EOS

Ich bin Mel Bronzel



Arbeit

2018 als dualer Student bei EOS in Deutschland angefangen, arbeite ich heute als Junior Operational Performance Manager im Business Strategy Management.

Interessen

Ich verbringe am liebsten Zeit mit meiner Familie und Freunden. Ebenso hat Sport, insbesondere Leichtathletik, für mich einen hohen Stellenwert.

→ ICH BEFASSE MICH gerne mit neuen Technologien. Und so entschied ich mich zum Ende meines dualen Studiums, meine Bachelorarbeit zu einem Thema aus dem Bereich Blockchain zu schreiben. Bei EOS als technologiegetriebenem Investor und digitalem Vorreiter habe ich dafür gleich ein offenes Ohr gefunden. In meiner Arbeit habe ich die wesentlichen Potenziale und Risiken durch den Einsatz von Kryptowährungen als Zahlungsmittel im Inkassoprozess analysiert.

Das Ergebnis meiner Arbeit: Mittlerweile gibt es mehr als 18.000 Kryptowährungen, die allerdings vorwiegend als digitale Anlageklasse oder Spekulationsobjekte gehandelt werden. Die Bereitschaft, mit Bitcoin & Co zu zahlen, ist aufgrund der hohen Volatilität noch sehr gering. Das mussten auch Unternehmen wie Tesla oder Lieferando einsehen, die die Zahlungsoption mit Kryptowährungen wieder eingestellt haben.

Auch für EOS sind Kryptowährungen als Zahlungsmittel im Inkasso derzeit nicht praktikabel. Dennoch verfolgen wir die Entwicklungen im Bereich digitale Zahlungsmöglichkeiten sehr aufmerksam, zum Beispiel was den digitalen Euro der EZB angeht. ●

Foto: Berna Ochs

tech



Dossier
Identitäts-
diebstahl

26

DAS DIGITALE ICH IST IN GEFAHR

Täglich werden Millionen von digitalen Identitäten entwendet und für kriminelle Zwecke missbraucht. Data-Breaches zählen zu den größten Risiken für Unternehmen. Doch es gibt Lösungen, wie sich Firmen und Verbraucher*innen besser schützen können.

36

ZEIT FÜR (MEHR) DIGITALE
VERANTWORTUNG

Wie und warum Unternehmen das Thema Corporate Digital Responsibility anpacken sollten.

Das digitale Ich ist in Gefahr

→ JE MEHR DIE DIGITALISIERUNG all unsere Lebensbereiche erfasst, desto mehr Angriffsflächen bieten wir Cyberkriminellen. Wir, das sind die Unternehmen, die Gesellschaft und jede*r Einzelne von uns. Täglich werden laut Hasso-Plattner-Institut mehr als 1,6 Millionen Identitätsdaten durch Cyberangriffe gestohlen. Wer genau diese Attacken ausführt und in Auftrag gibt, ist selten eindeutig festzustellen. Denn die Welt der Cyberkriminalität ist ein Spiegel unserer Wirtschaft – global, eng verzahnt und mit komplexen und kleinteiligen Abläufen versehen.

Immer seltener sind es dabei Hacker*innen, die gezielte Attacken durchführen, sondern Maschinen beziehungsweise Bots (siehe Seite 35). Die Angriffsmethoden werden komplexer und vielfältiger (siehe Seite 33). Sind die Personendaten und Identitäten erst mal erbeutet, bieten die Täter*innen sie online zum Verkauf an. So werden weitere Türen für Betrügereien aufgestoßen. Dominoeffekte entstehen, massive Schäden werden verursacht.

24

Original oder Kopie, echt oder falsch – diese Fragen beschäftigt die Menschheit, seit sie denken kann (siehe Seite 28/29). Aber noch nie war die Lage wohl so unübersichtlich wie heute. Mangelnde Sicherheitsvorkehrungen und Data-Breaches zählen zu den größten Risiken für Unternehmen (Allianz Risk Barometer 2022). Umso wichtiger ist es, dass Firmen und Nutzer*innen mehr tun, um sich und ihre IT-Systeme und Datenbanken gegen Identitätsdiebstahl und -betrug zu schützen (siehe Seite 26–30). •

Text_Nicholas Brautlecht
Illustrationen_Jan Kruse/Human Empire Studio

Dossier
Identitäts-
diebstahl



25

ANTI-FRAUD-SOFTWARE

Betrugsabwehr braucht Mensch und Maschine

Text_Nicholas Brautlecht

Das Aufspüren digitaler Fingerabdrücke und die Geräte-Wiedererkennung sind zentral im Kampf gegen Online-Fraud.



26

01
22

EOS explore

RISK IDENT mit Sitz in der Hamburger Hafencity entstand vor zehn Jahren aus einem Projekt der Otto Group.



27

Fotos: PantherMedia/ georgejnc/istock; picture alliance/ Zoomar

Der Online-Handel in Europa wächst seit Jahren zweistellig. Durch die Pandemie ist der Anteil der digitalen Interaktionen von Firmen mit Kund*innen rasant gestiegen. Die Anzahl und die Nutzung digitaler Payment-Methoden wachsen und im Alltag zücken wir immer häufiger das Smartphone, um etwa den Impfpass oder ein Bahnticket vorzuzeigen. Der Zugewinn an Bequemlichkeit hat allerdings auch seine Kehrseite: Er bietet immer mehr Angriffsfläche für Online-Betrüger*innen.

Denn je weiter die Digitalisierung des Handels voranschreitet, desto angreifbarer werden Unternehmen und jede*r Einzelne von uns: Die Sicherheitsforscher*innen des Hasso-Plattner-Instituts in Potsdam erfassten 2021 so viele Datenlecks auf deutschen Websites wie nie zuvor. Auch der Diebstahl digitaler Identitäten ist erneut gestiegen. Der Handel mit persönlichen Daten sei nicht nur ein Milliarden-geschäft für Silicon-Valley-Riesen wie Google und Facebook, sondern auch für Cyberkriminelle, so das Institut. Allein im E-Commerce schätzen Expert*innen die Verluste durch Online-Betrug 2021 auf weltweit 20 Milliarden US-Dollar. Das entspricht einem Plus von rund 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Identitätsnachweis sei zur größten Herausforderung für Unternehmen aus Bereichen wie dem E-Commerce und der Finanzbranche geworden.

Betrüger*innen sind immer raffinierter und auf allen Kanälen unterwegs.

Um herauszufinden, wie sich Unternehmen gegen Online-Betrug schützen können, sind wir zu einem Video-Interview mit Frank Heisel verabredet. Frank ist Geschäftsführer von RISK IDENT. Das Unternehmen mit Sitz in der Hamburger Hafencity ist wie EOS Teil der Otto Gruppe und Marktführer für Anti-Fraud-Software im deutschsprachigen Raum. Der Kundenstamm ist vielfältig: Handelskonzerne wie Otto und Breuninger zählen dazu, genauso wie die Deutsche Telekom und Vodafone, der Autovermieter Sixt und die Deutsche Bahn. Im Finanzbereich sichern sich Banken und Payment-Anbieter*innen mit der RISK IDENT-Software ab. Auch EOS Kund*innen profitieren davon (siehe Interview Seite 31). Weltweit sichere RISK IDENT so einen jährlichen Umsatz von insgesamt 80 Milliarden Euro für seine Klient*innen ab, sagt Frank.

Kampf gegen organisierte Kriminalität

Franks Vision: Eine Welt ohne Online-Betrug. Dass das eine Utopie ist, weiß er. „Aber das treibt uns an.“ Die rund 75 Mitarbeitenden von RISK IDENT seien so ein engagiertes Team, weil ihnen bewusst sei, dass sie Gutes tun: „Am Ende schützen wir nicht nur Unternehmen vor Zahlungsausfällen, denn Identitätsdiebstahl kann jeden treffen und damit die Gesellschaft →

als Ganzes“, sagt Frank. „Diese Art Betrug finanziert auch Terror und die organisierte Kriminalität.“ Aber wie können sich Unternehmen effektiv schützen?

Die beste Chance, Betrug zu verhindern, ist es, Versuche frühzeitig zu erkennen. Frank erklärt das Prinzip: „Betrüger*innen geben in der Regel mehr als eine Bestellung auf. Sie verwenden verschiedene Identitäten oder E-Mail-Adressen, haben aber nicht unendlich viele Geräte. Mit einem „device fingerprinting“ sehen wir: Da kommt eine Bestellung von Anna, eine von Jan, eine von Paula – aber alle nutzen dasselbe Gerät. Das erkennen wir und können so Betrugsversuche besser identifizieren und prognostizieren.“

Neben der Geräteerkennung bietet RISK IDENT die All-in-one-Lösung „FRIDA“ an. Das zentrale Tool stellt Verbindungen zwischen einer aktuellen Bestellung und dem historischen Datenbestand her –, also etwa, ob eine IBAN schon einmal für einen Betrug genutzt wurde. Zudem können Informationen aus Bestellprozessen wie Name, Anschrift und Telefon, aber auch Daten, wie sich Kund*innen durch einen Webshop bewegen (customer journey) und was sie schon alles erworben haben, genutzt werden. RISK IDENT bietet Klient*innen zudem an, externe Infos von Auskunftsteilen wie der Schufa mit einfließen zu lassen.

„FRIDA“ stellt mithilfe von Machine-Learning-Algorithmen Verbindungen zwischen diesen Transaktionsdaten her und legt Muster offen. „Sie“ fragt sich beispielsweise: Habe ich diesen Vornamen in dieser Region in einem Umkreis von XY Metern in Kombination mit diesem Warenkorb schon einmal gesehen?

Denn die meisten Betrüger*innen beweisen erstaunliche Ausdauer darin, Systeme auszutricksen. „Auch wenn sie mehrmals gegen die Wand laufen, irgendwann gelingt es ihnen. Entscheidend ist, dass es nicht 20 Mal mit dem gleichen Vorgehen gelingt.“ Es geht hier also um Schadensbegrenzung. Ein Komplettschutz ist unmöglich. Das ist die bittere Realität.

Mehr Schutz dank Machine Learning

FRIDA stellt sich auf die individuellen Herausforderungen in der Betrugserkennung ein und verhindert False Positives, um neben dem Umsatz auch die guten Kund*innen zu schützen. Frank erklärt: „Es dauert nur Millisekunden bis so eine Transaktion verarbeitet ist und Händler*innen ihre Entscheidung treffen können, ob sie die Bestellung annehmen oder ablehnen.“

Grundsätzlich müssten sich Unternehmen bei der Betrugsabwehr fragen, wie unbequem sie aus Sicht der Betrüger*innen sein wollen, so Frank. Je höher die Schutzwälle, um Betrug zu minimieren, desto mehr Schritte seien nötig. Das heißt sich natürlich mit dem Ziel der Shops, den Kund*innen ein möglichst schnelles Einkaufserlebnis zu bieten, idealerweise mit diversen Zahlungsoptionen.

Welche Auswirkungen verstärkte Sicherheitsvorkehrungen haben können, merken wir seit einiger Zeit, wenn wir online einkaufen oder Geld überweisen: Denn dann müssen wir oft noch eine Pin oder Tan eingeben. Mit der Zwei-Faktor-Authentifizierung folgen die EU-Staaten strengeren Regeln aus Brüssel, konkret der Zahlungsdienste-Richtlinie PSD2. „Diese zusätzliche Pin ist nicht dramatisch, aber sie kann



Unsere Algorithmen prognostizieren innerhalb von Millisekunden die Betrugswahrscheinlichkeit einer Bestellung.

Frank Heisel, Geschäftsführer von RISK IDENT

nerven“, sagt auch Frank. Zudem ist auch dieser Extra-Schritt nicht zu hundert Prozent sicher. Theoretisch lassen sich auch SMS-Tans abfangen oder nach Diebstahl oder Verlust des Handys missbrauchen.

Als Anti-Fraud-Software-Anbieter wolle RISK IDENT nicht zum Bremsklotz in Bestellvorgängen oder Finanztransaktionen werden, also möglichst „unterm Radar fliegen“, sagt Frank. „Unsere Algorithmen prognostizieren innerhalb von Millisekunden die Betrugswahrscheinlichkeit einer Bestellung.“ Die Banken oder Händler*innen nutzen diese Prognosen, um ihre Risiko-Entscheidung zu treffen.

KI ist keine Solokünstlerin

Algorithmen und Machine Learning hin oder her, der Mensch spielt in diesem Prozess weiterhin eine Schlüsselrolle. Vor allem in Grenzfällen: „Weil der Mensch in einigen Fällen die Situation besser einschätzen kann, erlauben wir unseren Kund*innen, zwischen Bestell- und Auslieferungsvorgang manuell einzugreifen und selbst einen Plausibilitätscheck durchzuführen“, so Frank. Technologie, Daten und das Know-how der Menschen müssten ineinander greifen, nur so funktioniere es. „Dass die Künstliche Intelligenz zur alleinigen Lösung wird, wird noch viele, viele Jahre Utopie bleiben.“

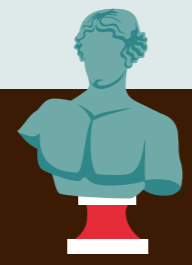
Während die Bereiche E-Commerce und Telekommunikation zusammen zwar mehr als die Hälfte des derzeitigen Umsatzes von RISK IDENT ausmachen, sieht Frank künftig vor allem im Finanzsektor einen großen Investitionsbedarf bei der Cybersicherheit. Denn die meisten Finanzinstitute digitalisieren ihre Prozesse immer stärker, sodass Verbraucher*innen →

FAKE ODER ORIGINAL

Jede Zeit hat ihre Fälschungen

Gefälschte Bilder, gefakte Musik, unechte Dokumente – die Geschichte der Fälschungen ist lang und vielfältig. Hier fünf Beispiele vom Altertum bis in die Gegenwart.

Quellen: Peter Köhler „Fake“, 2015; Wikipedia; Variety.com



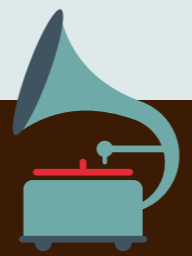
Römischer Schwindel

Schon zu Zeiten von Kaiser Augustus boomte der Handel mit gefälschten Antiquitäten. Die geltungssüchtige römische Oberschicht gierte nach Büsten und Statuen griechischer Art. So schmückten die Paläste der Patrizier nicht nur Originale, sondern auch viele Plagiate.



Hitlers „Tagebücher“

„Hitlers Tagebücher entdeckt“, titelte 1983 der „Stern“. Doch die vermeintliche Sensation dauerte nur Tage. Ein Profifälscher hatte das Magazin reingelegt. Dafür landete er im Gefängnis, mit ihm auch ein Reporter. Dieser hatte einen Teil des Millionen-honorars unterschlagen.



Popiges Plagiat

Milli Vanilli stürmten in den 1980er-Jahren mit Hits wie „Girl You Know It's True“ die Euro- und US-Charts und erhielten einen „Best New Artist“-Grammy. Allerdings bewegte das Dancepop-Duo nur die Lippen. Der Schwindel flog auf, als bei einem US-Auftritt plötzlich das Playback streikte.



Filmreifer Fälscher

Mal gab sich Frank Abagnale als Pilot aus, mal als Arzt oder Anwalt. Es waren die 1960er-Jahre und Scheckbetrug war sein Metier. 1969 musste er dafür hinter Gitter. Heute berät er Firmen – Spezialgebiet: Betrugsabwehr. 2002 wurde sein Leben verfilmt: „Catch Me If You Can“ mit Leonardo DiCaprio in der Hauptrolle.



Falscher Picasso

Ein Drittel aller auf dem Kunstmarkt gehandelten Bilder sind laut Schätzungen Fakes. Experten irren sich, selbst Picasso soll Fälschungen seiner Werke für echt gehalten haben. Und manchmal faken auch große Künstler: Magritte beispielsweise soll aus Geldnot falsche Picassos und Paul Klees gemalt haben.



Seit der Coronapandemie kommunizieren noch mehr Menschen über mobile und digitale Kanäle. Damit steigt auch das Risiko für Cyberangriffe.

innerhalb von Sekunden Geld überweisen beziehungsweise empfangen können. „Instant Payment ist die Vision, an der alle Kreditinstitute arbeiten.“ In der Kreditvergabe geht es dabei mitunter um ganz andere Summen als im Online-Handel: „In Deutschland wird auch mal einen Ratenkredit von 80.000 Euro ganz ohne Sicherheiten ausgegeben“, so Frank. Da kann auf einen Schlag deutlich mehr Geld in falsche Hände geraten.

Für mehr Sicherheit sollen in der EU auch staatliche Programme sorgen, die etwa digitale Ausweisvarianten auf das Smartphone bringen: In Estland kann man bereits mit dem Personalausweis online einkaufen. Ob diese Schritte wirklich mehr Sicherheit bringen? Frank bleibt da skeptisch: Klar, zentrale Datenspeicher machten uns allen das Leben einfacher. „Aber nur bis zu dem Punkt, bis sie in falsche Hände geraten“, sagt er. „Wer sich die ganzen Data-Breaches weltweit anschaut, muss davon ausgehen, dass es jederzeit und überall passieren kann“, sagt er. Manchmal würden diejenigen, die ein System mit aufbauten, später auch zu Mit-Täter*innen.

In Indien etwa sei in den vergangenen Jahren eine zentrale Datenbank gehackt worden (siehe Seite 34). „Das ist der Worst Case.“ Denn bei zentralen Datenbanken ist der Schaden höchstwahrscheinlich noch größer, da die Menge an persönlichen Daten umfassender und vor allem verifiziert ist.

Dass sich Kriminelle im Netz selbst von ausgefeilteren Abwehrmethoden nicht abschrecken lassen, legt auch der jüngste Lagebericht des Bundeskriminalamts (BKA) zu Cybercrime nahe: „Nur noch wenige Cyberkriminelle können heutzutage ihre Taten alleine und ohne wesentliche Unterstützungshandlungen Dritter begehen“, steht da. Stattdessen griffen sie verstärkt auf professionelle Dienstleister aus dem Darkweb zurück. Das Phänomen Cybercrime-as-a-Service basiere „auf der professionellen, lose strukturierten, arbeitsteiligen sowie am finanziellen Gewinn orientierten kriminellen Gemeinschaft der Underground Economy“, so das BKA. „Es ist ein ständiges Katz-und-Maus-Spiel“, sagt auch Frank.

Die Coronapandemie führte dazu, dass wir mehr als je zuvor online und über mobile Kanäle kommunizieren, Geld überweisen und einkaufen. Der jährliche Schaden durch Cyberangriffe wird weltweit auf Billionen von US-Dollar geschätzt. Für Firmen hat sich Online-Fraud zu einem ernst zu nehmenden Kostenfaktor entwickelt. Anders gesagt: Wer Betrugskosten senkt, sichert sich Wettbewerbsvorteile. In einer idealen Welt, so Frank, müsste es eine Firma wie RISK IDENT natürlich gar nicht geben. „Denn eigentlich sind wir ja ein unnützer Wirtschaftszweig“, sagt er. „Aber das Thema Datensicherheit ist und wird nie zu Ende sein.“

„Rechtlich besteht Klärungsbedarf“

4 FRAGEN AN ANDREAS BEHMENBURG

Bei Fällen von Identitätsbetrug setzt EOS alles daran, dem vermeintlichen Betrugsoffer zu helfen. Welche Möglichkeiten es gibt, erklärt Andreas Behmenburg, Regional Sales Manager bei EOS in Deutschland.



In welchem Bereich nutzt EOS Software zur Identitätsprüfung?

Wir nutzen das RISK-IDENT-Produkt DEVICE IDENT, um die Log-ins bei unserem Mandant*innen-Portal EOS Space abzusichern. So können wir anhand diverser Kriterien wie Browser, Spracheinstellung, Tastatur-Layout und Herkunftsland prüfen, ob der Log-in-Versuch von einem zugelassenen beziehungsweise freigegebenen Gerät ausgeht. Durch das Zwei-Faktor-Verfahren können wir Zugriffe einer unberechtigten Person unterbinden.

Im reinen Inkassoprozess ist die RISK-IDENT-Software also nicht im Einsatz?

Richtig, denn landet ein Fall bei uns, dann ist „das Kind schon in den Brunnen gefallen“, die Ware schon geliefert, der Betrag ausbezahlt – sprich der Schaden für den Händler oder die Bank schon entstanden. Daher ist es wichtig, dass die Betrugs- neben der Bonitätsprüfung bereits im Moment der Transaktion, also der Bestellung oder Kreditvergabe stattfindet.

Angenommen, EOS kontaktiert eine vermeintlich säumige Kund*in wegen einer ausstehenden Handyrechnung, die aber Folge eines Identitätsdiebstahls ist – wie ist die Rechtslage in so einem Fall?

Das ist ein ganz aktuelles Thema, denn der Bundesgerichtshof hat erst im Oktober dazu ein Urteil gefällt. Demnach handeln Inkassodienstleister unrechtmäßig, wenn sie vermeintliche Kund*innen anschreiben, die Opfer eines Identitätsdiebstahls geworden sind und mit denen in Wahrheit gar kein Vertragsverhältnis besteht. Ob wir dabei als Inkassodienst irrtümlich davon ausgegangen waren, dass ein Vertrag geschlossen wurde, spielt keine Rolle. Mit anderen Worten: Inkassodienstleister müssten theoretisch jede Person anschreiben oder anrufen, um zu fragen, ob sie Opfer eines Betrugs geworden ist, bevor sie diese anschreiben. Bei der Vielzahl der täglichen Fälle ist das fern jeder Praxis. Aus Sicht unserer Branche besteht da noch deutlicher Klärungsbedarf (siehe BGH-Urteil vom 20.10.2021 (Az. I ZR 17/21)).

Fotos: Stocksy/Bernie Ochis

Was unternimmt EOS in einem solchen Fall?

Wir haben unsere Mitarbeitenden für das Thema Betrug sensibilisiert. Liegt ein Betrugsfall vor, geht es um die bestmögliche und zügige Aufklärung im Sinne der getäuschten Verbraucher*innen und beteiligten Unternehmen. Denn es sollten keine Kosten im Inkassoprozess entstehen, die Folge eines Betrugs sind. Wir gehen daher sofort in die Abstimmung mit den Auftraggeber*innen, die dann gegebenenfalls Strafanzeige stellen. Durch rechtliche Schritte lässt sich zumindest ein Zeichen gegen Betrüger*innen setzen. •



Andreas Behmenburg,
Regional Sales Manager
bei EOS in Deutschland



CYBERCRIME

Online-Betrug auf der Spur

Text_Nicholas Brautlecht
Illustrationen_Jan Kruse, Human Empire Studio



32

01
22

EOS explore



1.

IDENTITÄTSDIEBSTAHL

Welche Methoden wenden Cyberkriminelle an?

Der Klassiker: die Carding-Methode

Betrüger*innen eröffnen ein Konto, werden Neukund*in und bestellen Produkte, ohne zu zahlen. Dafür nutzen sie besonders gern eine Mischung aus gefälschten und gestohlenen Identitäten: Das könnten etwa der Name und die Rechnungsanschrift einer realen Person in Verbindung mit einer eigens für den Betrug erstellten E-Mail-Adresse und Telefonnummer sein. Auf diese Weise kontrollieren sie den Dialog mit den Händler*innen beziehungsweise Lieferant*innen.

Im Trend: der Account-Take-over

Cyberkriminelle kapern ganze Nutzerkonten. Das passiert immer häufiger, unter anderem weil die Schutzmechanismen der Unternehmen gegen die Carding-Methode (siehe oben) immer besser greifen. Zudem nimmt die Zahl der Data-Leaks (siehe Seite 34) zu. So können Kriminelle auf immer mehr Nutzer*innendaten zugreifen. Oft haben Betrüger*innen leichtes Spiel, da Nutzer*innen häufig schwache Passwörter wählen. Weitere Verbraucher*innen werden Opfer von Phishing-Attacken. Werden Kombinationen aus Mail-Adressen und Passwörtern ergattert, werden diese etwa bei Onlineshops, Banken und Handy-Anbietern ausgetestet, oft komplett automatisiert. Auf ähnliche Weise werden Mail-Adressen mit beliebten Passwörtern (siehe Seite 34) kombiniert.

Blumenerde statt iPhone: die Refunding-Methode

Ein Beispiel: Ein Betrüger bestellt in einem Onlineshop ein iPhone und bezahlt es. Dann sendet er eine Retoure zurück. Im Paket liegt aber kein iPhone, sondern ein Haufen Erde mit identischem Gewicht. Klingt absurd, ist aber passiert: 2019 flog ein Spanier mit dieser Masche auf. Er soll Amazon auf diese Weise um 330.000 Euro betrogen haben. Wie das möglich ist? Ein Grund ist die Rücksendeflut, der große Händler*innen ausgesetzt sind. Die große Menge an Retouren lässt sich oft nur automatisch abarbeiten, zum Beispiel durch das Wiegen der retournierten Ware. Da rutscht dann auch ein alter Lappen als Boss-Pullover durch. Denn die Händler*innen wissen: Die Rückerstattung darf nicht ewig dauern. Sonst kaufen Kund*innen beim nächsten Mal woanders. →

33

2.

DATA LEAKS

Berufliche Daten, Netzhaut-Scans und Chinas Geheimdienst**Juni 2021: LinkedIn**

Daten von 700 Millionen Nutzer*innen beziehungsweise 92 Prozent der Anwender*innen-Basis werden im Darkweb angeboten: unter anderem Mail-Adressen, Namen, Telefonnummern, Geolocation-Datensätze und berufliche Erfahrungen. Die Hacker*innen nutzen für den Angriff offenbar eine Schnittstelle von LinkedIn, mit der sich andere Programme an das System anbinden können. LinkedIn beschreibt den Vorfall nicht als Datenschutzverletzung, sondern sieht die Ursache in einem Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen des Netzwerks.

März 2018: Aadhaar-Datenbank

Persönliche Daten von 1,1 Milliarden Inder*innen aus der weltgrößten biometrischen Datenbank werden online angeboten: Namen, Fotos, Daumenabdrücke, ID-Nummern, Netzhaut-Scans und Bankdaten. Auslöser der Panne ist ein Datenleck im Computersystem eines staatlichen Energieversorgers.

2014–2018: Marriott

Daten von 383 Millionen Hotelgästen der Marriott-Tochter Starwood werden gestohlen, darunter Namen, Kontaktdetails, Kreditkarten-Infos und Passnummern. Expert*innen vermuten, dass der chinesische Geheimdienst so über Jahre Daten zu US-Bürger*innen gesammelt hat. Bitter für Marriott: Die Hotelgruppe hatte Starwood erst 2016 gekauft und damit zu einem Zeitpunkt, als das Datenleck schon existierte.

Quellen: LinkedIn; UpGuard; Marriott; The New York Times



123456 |

3.

PASSWÖRTER

Porsche, Liverpool, die Liebe – welche Passwörter man lieber vermeiden sollte

Auch wenn sich die meisten Nutzer*innen Sorgen um die Cybersicherheit machen, unternehmen viele überraschend wenig, um sich gegen Datendiebstahl zu schützen. Wie durchschaubar viele von uns sind, verdeutlichen die jährlichen Ranglisten der beliebtesten Passwörter der Welt: Erstaunlich viele User*innen verwenden etwa ihre eigenen Namen, stellte die US-Cybersicherheitsfirma NordPass fest. Auch zeigt deren Analyse der häufigsten Passwörter aus 50 Ländern, dass Liverpool offensichtlich das beliebteste Fußballteam und Ferrari und Porsche die begehrtesten Automarken der Welt sind. Auch Schimpfwörter werden recht häufig als Kennwörter verwendet, und das – Vorsicht, Klischee! – mehr von Männern als von Frauen. Immerhin schafften es auch Liebesbekenntnisse in die Charts, wie „iloveyou“ auf Platz 22 der Weltrangliste und in Deutschland das Kosewort „Schatz“ in die Top 10. Am unsichersten bleiben aber Zahlenreihen, wie die Top Ten der weltweiten Passwörter eindrücklich zeigt:

Die häufigsten Passwörter 2021

123456
123456789
12345
qwerty
password
12345678
111111
123123
1234567890
1234567

4.

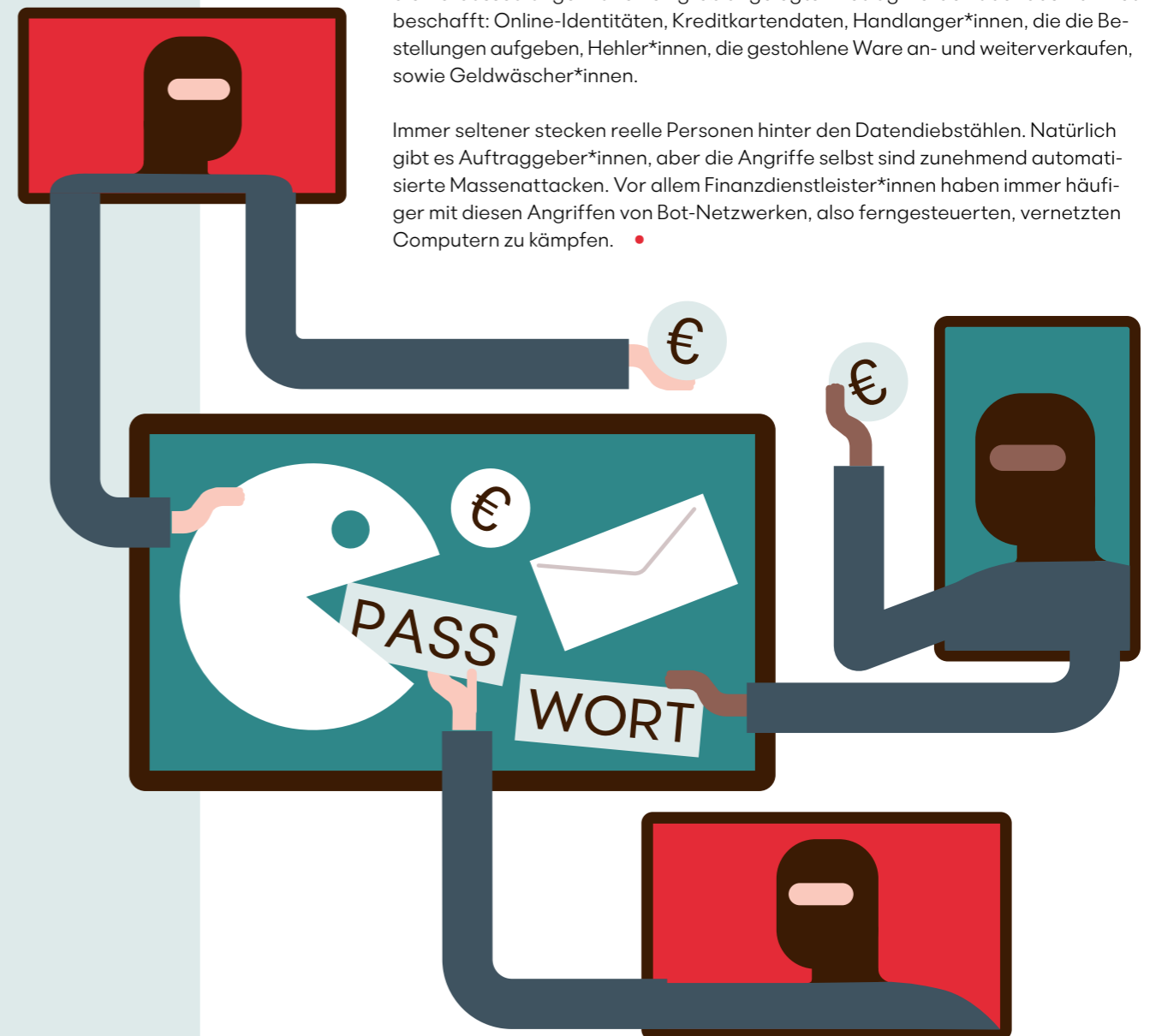
TÄTER*INNENPROFILE

Mensch oder Maschine – wer oder was greift da an?

Natürlich gibt es die Amateur*innen, Personen, die im Netz Produkte für den persönlichen Bedarf bestellen, ohne sie bezahlen zu wollen. Dann gibt es die Semi-Profis, die ihre IT-Kenntnisse austesten wollen und dabei links und rechts ihre „Früchte“ abgreifen. Die wohl größte Gefahr beim Identitätsdiebstahl jedoch geht wohl von international vernetzten Banden aus. Diese Netzwerke teilen ihre Betrügereien auf viele Arbeitsschritte und Personen auf. „So lassen sich Bedrohungsszenarien planen, ohne dass man technisch oder physisch seine Finger im Spiel hat“, sagt Frank Heisel von der Cybersicherheitsfirma Risk Ident (siehe Seite 26–30).

Auch das Bundeskriminalamt in Deutschland schreibt: Die zunehmende Spezialisierung versetze „auch weniger cyberaffine Straftäter in die Lage, aus technischer Sicht komplexere Straftaten und Angriffsmodi zu realisieren (Cybercrime-Lagebericht 2020)“. Die verschiedenen Arbeitsschritte, das nötige Personal und die Voraussetzungen für einen groß angelegten Betrug werden über das Darknet beschafft: Online-Identitäten, Kreditkartendaten, Handlanger*innen, die die Bestellungen aufgeben, Hehler*innen, die gestohlene Ware an- und weiterverkaufen, sowie Geldwäscher*innen.

Immer seltener stecken reelle Personen hinter den Datendiebstählen. Natürlich gibt es Auftraggeber*innen, aber die Angriffe selbst sind zunehmend automatisierte Massenattacken. Vor allem Finanzdienstleister*innen haben immer häufiger mit diesen Angriffen von Bot-Netzwerken, also ferngesteuerten, vernetzten Computern zu kämpfen. •



CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY

Sind Sie **digital** verantwortlich? Jetzt ist es an der Zeit ...

Interview_Mark Gray

36

Corporate Social Responsibility, also gesellschaftliche Unternehmensverantwortung oder auch unternehmerische Sozialverantwortung, ist nichts Neues mehr. Doch haben Sie schon von Corporate Digital Responsibility (CDR) gehört? Falls nicht, sollten Sie auf jeden Fall weiterlesen. CDR – digitale Ethik genannt – dürfte noch einen erheblichen Einfluss auf die Art und Weise haben, wie Unternehmen digital handeln und wie wir als Nutzer*innen mit ihnen und ihren Dienstleistungen interagieren. Bisher ist die Einführung von CDR freiwillig, warum also sich die Mühe machen?

Geht es nicht bloß um zusätzlichen Zeit- und Arbeitsaufwand für die IT-Abteilung? Wir sprachen mit der Autorin und CDR-Expertin Dr. Saskia Dörr von WiseWay. Mit leidenschaftlicher Entschlossenheit erklärt sie die jüngsten Entwicklungen und warum es so wichtig ist, dass wir CDR ernst nehmen.

Was also ist CDR und warum ist es so wichtig?

Dr. Saskia DÖRR: Sprechen wir zunächst über die Terminologie. Über das Konzept der digitalen Verantwortung von Unternehmen, oder Corporate Digital Responsibility (CDR), wurde zuerst 2015 in ganz Europa diskutiert. Das Gegenstück in der angelsächsischen Welt ist die digitale Ethik. Obwohl es einige theoretische Unterschiede gibt, geht es bei beiden

um den Umgang mit der heutigen Digitalisierung. CDR ist eine Reihe von Praktiken und Verhaltensweisen, die einem Unternehmen helfen, Daten und digitale Technologien so einzusetzen, dass sie als sozial, ökonomisch und ökologisch verantwortlich wahrgenommen werden. Nehmen Sie beispielsweise den Gebrauch von Chatbots. Oder die Frage, wie wir mit Informationen umgehen, die Menschen uns beim Besuch einer Webseite liefern.

Digitalisierung gibt es bereits seit Langem. Woher kommt CDR auf einmal?

CDR ist zu einem Großteil eine Reaktion auf gesellschaftliche Entwicklungen. Die Vorherrschaft des mobilen Internets und all seiner Dienstleistungen ist schneller vorangeschritten als die Gesetzgebung. Und so befinden wir uns jetzt in einer Situation, in der die Art, wie unsere Daten verwaltet und benutzt werden, mehr oder weniger eine Black Box ist. Das widerspricht jedoch dem Zeitgeist. In einer Welt, die in digitaler Hinsicht an Reife gewinnt, ist mangelnde Transparenz nicht mehr akzeptabel. Es muss sich also was ändern.

Und was wird getan, um diesen Wandel herbeizuführen?

Bis jetzt konnten Unternehmen größtenteils mit Daten nach Gutdünken umgehen. Mittlerweile holt der →

Dr. Saskia Dörr
Gründerin von
WiseWay

Dr. Saskia Dörr ist Expertin auf dem Gebiet der Corporate Digital Responsibility. Sie hat mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Informations- und Kommunikationsbranche. Als Gründerin von WiseWay ist sie eine gefragte Expertin für digitale Verantwortung gegenüber dem Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt.

”

In einer Welt, die in digitaler Hinsicht an Reife gewinnt, ist mangelnde Transparenz nicht mehr akzeptabel.

Dr. Saskia Dörr, Gründerin von WiseWay

37

Gesetzgeber in Form von Initiativen auf der ganzen Welt auf. Das deutsche Justizministerium beispielsweise führt einen CDR-Kodex ein. Es gibt auch ausgereifte Programme, unter anderem in Frankreich, Polen, Großbritannien und der Schweiz. So hat etwa die Schweiz ein Label für digitale Verantwortung eingeführt, das sogenannte Swiss Digital Trust Label. Damit können Unternehmen ihre Selbstverpflichtung zu CDR durch Audits und Zertifizierung unter Beweis stellen. Wir haben auch eine internationale Initiative gestartet, die als CDR-Manifest bekannt ist. Darin bitten wir Organisationen und Unternehmen, ihr Engagement für CDR aufgrund von fünf Prinzipien aufzuzeigen. Doch stehen derzeit all diese Initiativen auf freiwilliger Basis.

Wenn CDR freiwillig ist, warum sollten Unternehmen den zusätzlichen Aufwand an Zeit und Ressourcen auf sich nehmen?

(Lacht) Ja, das trifft den Kern. Wenn überhaupt, dann bietet CDR (noch) eine großartige Chance. Wie schnell die Digitalisierung vorangeschritten ist, hat uns alle überwältigt. Wissen Sie wirklich, was mit Ihren Daten gemacht wird? Jagt es Ihnen kein bisschen Angst ein, dass eine einzelne Internetsuche dazu führt, dass jedes Mal Anzeigen erscheinen, wenn Sie einen Browser öffnen? Letztendlich besteht ein riesiges Vertrauensdefizit bezüglich der Digitalisierung. Und Vertrauen ist die Grundlage jeglicher digitaler Interaktion. Unternehmen und Organisationen, die einem ein Gefühl des Vertrauens in ihre digitalen Aktivitäten geben, werden im Vorteil sein.

Es geht aber noch über die Interaktion mit Nutzer*innen hinaus. Employer Branding beispielsweise ist ein großes Thema. Die Authentizität und das Vertrauen, das CDR-Initiativen ausstrahlen, üben große Anziehungskraft auf die Generationen Y und Z aus. Daher kann CDR die Attraktivität eines Unternehmens unmittelbar erhöhen.

Wie können Organisationen CDR einführen, und was sollten sie beachten?

Fangen Sie klein an. Authentizität ist entscheidend. Wenn Sie jedoch wollen, dass Vertrauen und Transparenz zu Ihrer Geschäftsethik gehören (sollen), dann wird CDR alle Bereiche verbessern. Unser STEFI-Modell liefert fünf Prinzipien und einen Prozess für vertrauenswürdigen Datenmanagement:

- STEWARDSHIP, Datenfürsorge: Verwalten Sie Ihre Daten im Namen und im Interesse des Unternehmens und des Individuums. Drücken Sie klar aus, was Sie mit den Daten machen, die Nutzer*innen Ihnen geben. Verwenden Sie persönliche Daten nicht aus dem Zusammenhang gerissen oder zu Zwecken, die der oder die Einzelne nicht erwarten,



Organisationen, die Vertrauen in ihre digitalen Aktivitäten vermitteln können, werden im Vorteil sein.

Dr. Saskia Dörr, Gründerin von WiseWay

nicht erwartet haben und denen sie nicht zugestimmt haben.

- TRANSPARENCY, also Transparenz: Wenden Sie den Grundsatz „keine Überraschungen“ an. Geben Sie Nutzer*innen klare und relevante Informationen, die sie auch leicht nachvollziehen können. Seien Sie transparent in Bezug darauf, welche Daten Sie sammeln, wie Sie sie verwenden und mit anderen teilen.
- EMPOWERMENT, also Ermächtigung: Respektieren Sie die Interessen, die Zeit und die Aufmerksamkeit des oder der Einzelnen. Nehmen Sie „Einwilligung“ nicht als Rechtfertigung für unsaubere Praktiken. Versetzen Sie sich in die Lage der anderen Person, damit Sie verstehen, wie ihre Nutzung der Daten sowie die Kommunikation darüber auf sie wirkt.
- FAIRNESS, das heißt Gerechtigkeit: Optimieren Sie die Vorteile und senken Sie die Kosten für alle, einschließlich für Nicht-User*innen. Machen Sie deutlich, welche ethischen Überlegungen es in ihrem Entwicklungsprozess gab und erklären Sie Ihre Entscheidungen bezüglich Design und Umsetzung. Schaffen Sie Risiken und Kosten, die andere tragen

müssen? Beziehen Sie in die Überlegungen mit ein, welche Auswirkungen Fehler oder Missbrauch haben können.

- IMPACT, also Wirkung: Schaffen Sie Mehrwert für die Gemeinschaft. Nehmen Sie an Open-Data- oder Open-Source-Projekten teil. Teilen Sie Ihr Fachwissen mit anderen bei der Implementierung von digitaler Ethik oder digitaler Verantwortung.

Es ist ein einfacher Prozess. Führen Sie Analysen zu jedem dieser fünf Punkte durch. Machen Sie eine Standortbestimmung. Dann definieren Sie Maßnahmen zur Verbesserung für alle Bereiche. Wenn Sie sich etwa zu starker und verantwortungsvoller digitaler Governance verpflichtet haben, bilden Sie zunächst einen digitalen Ethikrat. Wenn Ihre Marke von Ihnen verlangt, dass Sie offen in Hinsicht auf Ihre ökonomischen und gesellschaftlichen Auswirkungen sind, seien Sie Ihren Aktionär*innen, Mitarbeitenden und Verbraucher*innen gegenüber transparent darüber, wie Sie Ihre Algorithmen und Daten nutzen.

Warum ist es „jetzt an der Zeit“?

Interessen gleichen sich immer mehr an, der Höhepunkt ist noch nicht erreicht. Früher oder später werden die Gesellschaft und insbesondere die kommenden Digital Natives CDR erwarten. Die Black Boxes müssen dann abgeschafft werden, und der Gesetzgeber wird das ganz allgemein verlangen. Momentan ist es aber noch freiwillig. Kluge Unternehmen werden daraus Kapital schlagen und CDR frühzeitig einführen. Sie werden die Ersten sein, die das Vertrauen ihrer Kund*innen weiter ausbauen. Die Ersten, die ihren Mitarbeitenden gegenüber offen sind. Und die Ersten, die für zukünftige Arbeitskräfte attraktiv sind. Ehe wir uns versehen, wird dieses Zeitfenster wieder geschlossen sein. Und ganz abgesehen vom Wettbewerbsvorteil, ergibt digitale Verantwortung doch schon aus menschlicher Sicht Sinn, oder nicht? •

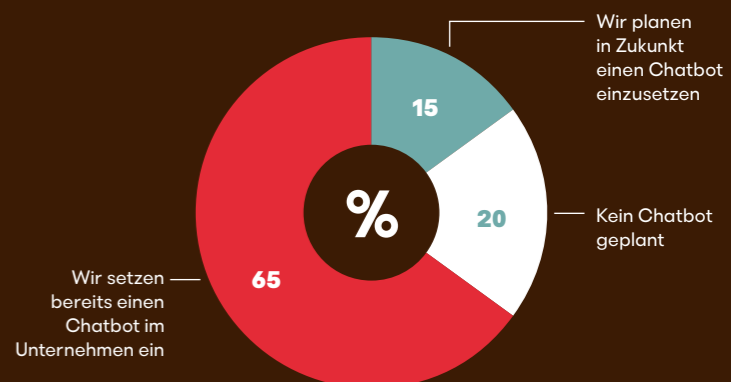
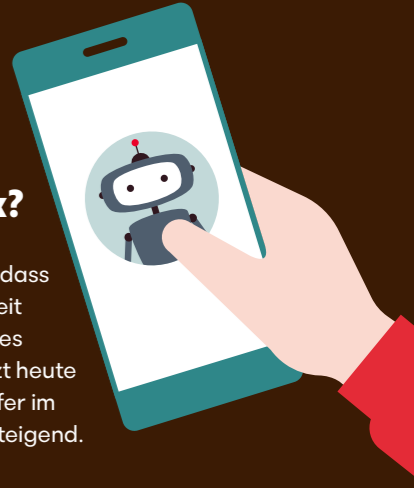


Foto: BOSSE + MEINHARD

In ihrem Buch „Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility: Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement im Digitalzeitalter“ (Springer-Verlag) erklärt Dr. Saskia Dörr, wie Unternehmen CDR zu ihrem Vorteil einsetzen können.

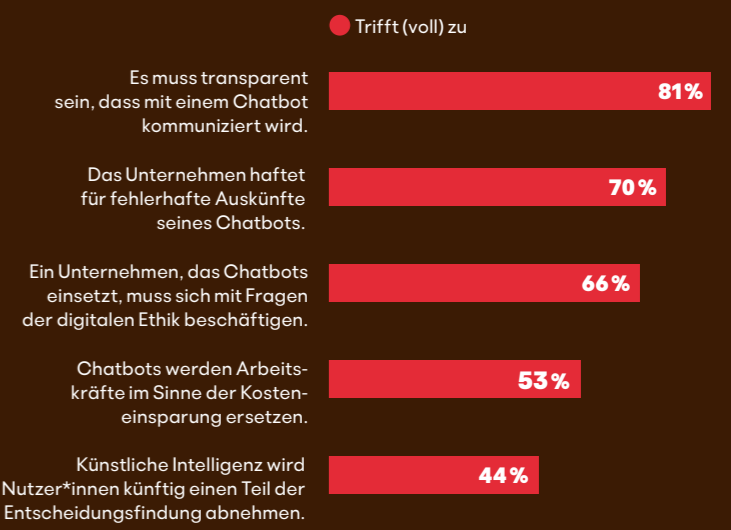
STUDIE Chatbots: eine Frage der Ethik?

Eine aktuelle Studie von EOS zeigt, dass sich die Chatbot-Technologie derzeit großer Beliebtheit erfreut. Fast jedes zweite Unternehmen in Europa setzt heute bereits einen solchen digitalen Helfer im Kund*innenservice ein – Tendenz steigend.



Chatbots gehen Tag für Tag in den direkten Austausch mit Kund*innen, Patient*innen oder Mitarbeitenden. Unternehmen, die einen Chatbot einsetzen, müssen sich deshalb mit vielen ethischen Fragestellungen auseinandersetzen.

Die Studien-Teilnehmer*innen haben die folgenden Aussagen wie folgt bewertet:



EOS Chatbot-Studie 2021
Für weitere spannende Ergebnisse der EOS Studie einfach den QR-Code scannen:



Die Macht der Daten

Wie EOS in Deutschland Inkassofälle bearbeitet, hat sich im Laufe der Zeit stark verändert. Wo früher analoge Prozesse herrschten, geben heute intelligente Algorithmen den Ton an. Doch die Entwicklung ist längst noch nicht am Ende.

Gestern



ERSTE MAHNUNG, ZWEITE MAHNUNG, DRITTE MAHNUNG – Gerichtsverfahren. Der Inkassoprozess folgt (sehr) grob heruntergebrochen einem simplen und wiederkehrenden Muster. Und nach einem ähnlich starren Muster wurden im Inkasso des 20. Jahrhunderts auch die Fälle bearbeitet. Säumige Zahler*innen wurden auf dem Postweg in standardisierten Schreiben angemahnt und es wurden ihnen pauschale Angebote unterbreitet.

Heute



DER PROZESS ist noch der gleiche. Die Bearbeitung der Fälle läuft bei EOS heute allerdings sehr viel individueller ab. Möglich machen das große Mengen an Daten, die von Algorithmen studiert und ausgewertet werden. Ermittelt wird der beste nächste Schritt im Inkassoprozess, basierend auf verschiedenen Merkmalen der Forderung und der säumigen Zahler*in, wie zum Beispiel dem Alter, der Forderungshöhe, der vorangegangenen Schuldenhistorie oder der Wohnadresse:

*Beispiel: Wie und wann erreicht man am besten einen säumigen Zahler aus Berlin-Kreuzberg in seinen 20ern? Unzählige Fälle aus der Vergangenheit haben gezeigt, dass der Brief bei jungen Stadtbewohner*innen nicht mehr das richtige Kommunikationsmittel ist. Stattdessen verspricht vielleicht eine E-Mail zur Mittagszeit den größten Erfolg.*

Morgen



EOS ARBEITET täglich daran, die Machine-Learning-Modelle und ihre Vorhersagen weiter zu verbessern. Eine weitere Variable wird künftig der Ton sein, mit dem säumige Zahler*innen zum Begleichen ihrer Rechnungen aufgefordert werden. Wo reicht eine informelle, höfliche Ansprache – und bei wem sollte eher ein förmlicher Ton angeschlagen werden? Auf die Weise können der Umgang mit säumigen Zahler*innen verbessert und gleichzeitig die Interessen der Gläubiger*in gewahrt werden.

value



42

VERANTWORTUNG

Women Empowerment und Kindern einen guten Umgang mit Geld lehren – CR-Initiativen aus der EOS Welt.

44

NEUE MARKE, NEUER CEO

CEO Marwin Ramcke über die neue Marke EOS und seine Vision für die kommenden Jahre.

48

POLEN IM AUFWIND

Wie unsere Kolleg*innen von EOS in Polen ihr Unternehmen zum Branchenprimus entwickelt haben.

1 SPANIEN**Bühne frei für mehr Frauenpower**

IN MADRID wurden im November 2021 die „Top Women Leaders“-Awards verliehen. Unter den letztjährigen Gewinner*innen: EOS in Spanien. Ziel des Wettbewerbs ist es, weibliche Talente sichtbar zu machen. Und das tut die spanische Landesgesellschaft auf ganz unterschiedlichen Wegen, zum Beispiel in Radioprogrammen, in Business-Netzwerken und auf Kongressen. „Wir können es uns nicht leisten, weibliche Talente zu übersehen“, sagt Marta Pereiro, Leiterin People & Culture und seit 2021 selbst Teil des Lenkungsausschusses.

2 FRANKREICH**Gold-Rating für besonderes Engagement**

MIT EINER GOLD-Medaille hat EcoVadis das Engagement im Bereich Corporate Responsibility von EOS in Frankreich gewürdigt. Mit 66 von 100 Punkten zählt EOS zu den besten fünf Prozent der bewerteten Unternehmen in seinem Tätigkeitsbereich. Die Kriterien für die Bewertung sind in vier Felder unterteilt: Umwelt, Soziales und Menschenrechte, Ethik und verantwortungsbewusster Einkauf. Seine Mitarbeitenden bezieht EOS in Frankreich im Rahmen verschiedener CR-Aktionen aktiv mit ein. Zum Beispiel in Form von einem unternehmenseigenen Gemüsegarten, CSR-Quiz oder der Teilnahme an Aktionen wie dem Movember (Aktion für Männergesundheit) oder World Cleanup Day.

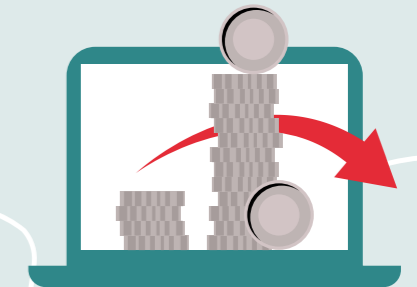
**CORPORATE RESPONSIBILITY**

So übernimmt EOS international Verantwortung

Die EOS Gruppe treibt das Thema Corporate Responsibility (CR) entschlossen voran. Dabei geht es nicht nur um Klimaschutz. Die CR-Strategie der Gruppe setzt vor allem auf soziales und unternehmerisches Engagement.

3 TSCHECHIEN**Finanzbildung macht Schule**

ERST IM HERBST 2020 war die finlit foundation mit ihrer ersten Initiative ManoMoneta an den Start gegangen – mit Erfolg: Die Lerninitiative erreichte seitdem über 900 deutsche Schulen. Weil das Thema Finanzkompetenz nicht nur in Deutschland große Relevanz hat, rollt die gemeinnützige EOS Organisation das Lernangebot nun international aus. Künftig lernen Schüler*innen in Tschechien mithilfe von ManoMoneta den richtigen Umgang mit Geld. Dafür übersetzte finlit das Lehrmaterial mithilfe tschechischer EOS Kolleginnen in die Landessprache. Weitere Länder sollen bald folgen.

**5 KROATIEN****Überschuldung vorbeugen per Video**

ÄHNLICH WIE finlit setzt auch EOS in Kroatien beim Engagement für eine schuldenfreie Welt auf Finanzbildung. Die Zielgruppe sind allerdings nicht Kinder, sondern vorwiegend Menschen, die bereits Erfahrung mit Überschuldung gemacht haben. Kurze Lehrvideos zeigen, was die häufigsten Schuldenfallen sind und wie man sie am besten umgeht. Ziel der Aktion ist es, das Risiko von säumigen Zahler*innen zu senken, wieder in der Überschuldung zu landen, und sie nebenbei noch im Umgang mit Geld zu schulen.

4 KROATIEN**Vielfalt auf allen Ebenen**

INDIVIDUELLE VIELFALT und gegenseitiger Respekt sind Teil der globalen Unternehmenskultur von EOS. „Unabhängig von Alter, Ethnizität und Nationalität, Geschlecht und Geschlechtsidentität, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung und sozialem Hintergrund entwickeln wir bei EOS eine gemeinsame Unternehmenskultur“, erklärt Barbara Cerinski, Geschäftsführerin von EOS Matrix in Kroatien. Um diese Haltung nochmals zu unterstreichen, unterzeichnete EOS in Kroatien die „Charta der Vielfalt“ des Croatian Business Council for Sustainable Development. Damit verpflichtet sich die Landesgesellschaft, Vielfalt zu unterstützen, zu schützen und zu entwickeln.



CEO IM INTERVIEW

International Maßstäbe setzen

Interview: Philipp Stiens
Fotos: Benne Ochs



44

01
22

EOS explore

Marwin, erst zum Februar hast du den CEO-Posten übernommen. Wo möchtest du die EOS Gruppe in den kommenden Jahren hinbringen?

MARWIN RAMCKE: EOS hat sich von einem nationalen Inkassodienstleister zu einem NPL-Experten von internationalem Format entwickelt. Wir sind eines der führenden Unternehmen für Forderungsmanagement in Europa. Darauf können wir zu Recht stolz sein. Doch wir haben noch eine Menge Potenzial. Als meine größte Aufgabe betrachte ich es, mit EOS über die Inkassobranche hinaus in der gesamten Finanzindustrie Maßstäbe zu setzen.

Welche Herausforderungen siehst du dabei auf EOS zukommen?

Die heutige Zeit ist mehr denn je von großer Unsicherheit geprägt: Die Inflation steigt in ganz Europa, das Coronavirus ist immer noch Teil unseres Lebens und die Welt ist tief besorgt über die Situation in der Ukraine. Seit 15 Jahren bin ich bereits Teil der EOS Gruppe. In dieser Zeit haben wir zum Beispiel die Finanzkrise und auch die Coronakrise erfolgreich bewältigt. Jetzt stehen wir vor anderen Herausforderungen. Eine der wichtigsten wird in den kommenden Monaten und Jahren darin bestehen, EOS trotz aller Unwägbarkeiten auf ein vollständig digitales Geschäftsmodell umzustellen. Eine weitere Herausforderung stellt der „War for Talents“ dar. Fachkräfte werden immer knapper, das merken wir heute schon ganz stark. Auch deshalb ist es wichtig, dass wir als Gruppe stärker zusammenwachsen und internationaler auftreten. Wir dürfen uns nicht nur auf den lokalen Arbeitsmärkten umschauen. Talente gibt es überall auf der Welt, und es muss uns gelingen, sie zu überzeugen, für eine attraktive Aufgabe zu EOS zu kommen – ob nach Hamburg, Paris oder Budapest. Ich bin mir sicher, dass Sprache ein Schlüssel dazu ist. Aus dem Grund wird in Zukunft auch bei uns im Hamburger Headquarter künftig mehr Englisch gesprochen.

Die neue Markenwelt soll die Internationalität von EOS unterstreichen. Wie macht sie das?

Der Marken-Relaunch ist ein weiterer Meilenstein in der Entwicklung der EOS Gruppe. Ich mache es mal an einem Bestandteil wie dem Logo deutlich. Schaut man sich unser altes Logo an, dann ist das sehr →

45

klassisch, sehr konservativ und – wenn man so will – einfach sehr deutsch. Nun sind wir schon lange nicht mehr dieses analoge, nationale Inkassounternehmen, das wir noch waren, als dieses Logo entworfen wurde. Heute sind wir ein internationaler Investor in Forderungsportfolios und digitaler Vorreiter, der Maßstäbe für die gesamte Industrie setzt. Diese außerordentliche Entwicklung kommunizieren wir jetzt nach außen.

Wofür steht das neue EOS Logo im Detail?

Das neue Logo verkörpert Dynamik, Digitalisierung und den Willen, die Zukunft zu gestalten. Das kleingeschriebene e des Logos steht dabei für die Internationalität der EOS Gruppe, die in unserem täglichen Tun immer stärker in den Mittelpunkt rückt. Abgeleitet ist es aus dem Englischen – die globale Sprache, die selten Großschreibung einsetzt. Das O symbolisiert den Fokus auf unsere Ziele, die Finanzen unserer Kund*innen und säumigen Zahler*innen im Großen wie im Kleinen zum Besseren zu verändern. Genau, wie das O im Zentrum des Logos steht, sind unsere Ziele von zentraler Bedeutung. Das S – in seiner Unfertigkeit – steht für unseren Wandlungsprozess, in dem wir uns seit einigen Jahren befinden. Gerade in den Bereichen der Unternehmenskultur und digitalen Transformation hat sich hier extrem viel getan. Und wir formulieren damit den Anspruch, uns immer weiterzuentwickeln. Es wird nie ein fertiges EOS geben, Transformation ist Teil unserer DNA.

Welche Veränderung bedeutet die neue Marke für EOS Kund*innen?

Für unsere Kund*innen ändert sich außer dem Logo auf dem Briefkopf zunächst nicht viel. Wir bleiben ein verlässlicher und stabiler Partner, der weiterhin mit den gleichen Werten und Standards ihre Forderungen bearbeitet. Wir entwickeln uns jeden Tag weiter, optimieren unsere Produktpalette, werden digitaler und dadurch noch kundenzentrierter. Unsere Mitarbeitenden wie auch unsere Algorithmen lernen jeden Tag dazu. Das führt dazu, dass wir Forderungen immer effizienter bearbeiten. Darauf konnten unsere Kund*innen sich in der Vergangenheit verlassen – und das können sie auch in Zukunft.

Was erhoffst du dir von der neuen Marke?

Unsere Vision, der neue Claim und letztendlich auch die neue Markenidentität inklusive Design – das sind alles Dinge, die uns als Gruppe definieren. Die neue Marke zeigt unseren Stakeholdern, wer wir sind, dass wir mit der Zeit gehen und wo wir in Zukunft hinwollen – kurz, was sie in der Zusammenarbeit mit uns erwarten können. Da ist der erste Eindruck entscheidend. Man darf aber auch die Wirkung nicht vergessen, die solche Positionierungen nach innen auf die eigene Organisation haben. Die neue Marke schafft



Es wird nie ein fertiges EOS geben, Transformation ist Teil unserer DNA.

Marwin Ramcke, CEO der EOS Gruppe



Die digitale Vernetzung der einzelnen EOS Standorte bietet viele neue Möglichkeiten der internationalen Zusammenarbeit.

Fotos: Adobe Stock; shutterstock

eine neue gruppenweite Identität und lässt die einzelnen Standorte noch enger zusammenwachsen.

Die internationale Zusammenarbeit soll in Zukunft also noch intensiviert werden?

Ganz genau. Die technischen Grundlagen haben wir – auch aufgrund der Pandemie – bereits in den letzten Jahren geschaffen. Die Mitarbeitenden aller Landesgesellschaften sind heute über ein einziges Kollaborationstool miteinander verbunden. Das bietet uns in Zukunft viele neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Statt in Silos zu denken, wollen wir Grenzen überwinden; statt in nationalen Alleingängen wollen wir stärker in multinationalen Teams arbeiten.

Ein großes Vorhaben. Hast du ein Vorbild, an dem du dich in deinem täglichen Tun orientierst?

Ein Vorbild habe ich eigentlich nicht, aber ich folge einer einfachen Regel: Ich möchte jeden Tag etwas dazulernen, jeden Tag etwas besser oder schlauer werden, als ich es am Vortag war. •



Neuer Markenauftritt Mehr als nur ein Logo

Im März war es so weit: Die EOS Gruppe stellte ihr neues Logo vor. Es wirkt internationaler, dynamischer und kommt – im Gegensatz zu seinem Vorgänger – ohne einen Rahmen aus: „Nichts soll uns im Denken und Handeln einschränken“, sagt Lara Fleming, Senior Vice President Corporate Communications & Marketing bei EOS. Doch der neue Markenauftritt von EOS umfasst weit mehr als nur ein neues Logo. Zwei Jahre arbeiteten Lara und ihr Team daran, der Unternehmensgruppe eine komplett neue Identität zu geben. „Ich freue mich, dass sich die Geschäftsführung gegen eine evolutionäre Weiterentwicklung der Marke und bewusst für einen disruptiven Design-Sprung entschieden hat“, sagt sie. „Hätten wir die Marke nur leicht angepasst, wären wir dem starken Wandel, den EOS in den letzten Jahren durchlaufen hat, nicht gerecht geworden. Nun können wir es kaum erwarten, den neuen EOS Auftritt gemeinsam mit unseren internationalen Kolleg*innen an allen Touchpoints sichtbar zu machen.“

WHAT'S UP IN ... POLEN?

Polen im Aufwind



Als Dariusz Petynka vor etwa fünf Jahren die Leitung von EOS in Polen übernahm, fand er die wohl instabilste Situation in der Geschichte des polnischen Finanzmarkts vor. Wettbewerber beherrschten nahezu den gesamten Markt für notleidende Kredite. Dann brach dieser Markt aufgrund eines Skandals zusammen. Die Zeit von EOS in Polen war gekommen. In gerade einmal fünf Jahren stiegen die Vorsteuergewinne der EOS Landesgesellschaft auf das 20fache an und es erhielt einen angesehenen nationalen Preis als bester Investor. Wie war das möglich? Durch eine völlige Erneuerung der Führungsriege, eine innovative Personalpolitik und eine eindeutige Ausrichtung auf neue Märkte.

Erfolgreich mit neuem Fokus

Es war eine Achterbahnfahrt, gelinde ausgedrückt. Als Dariusz zu EOS in Polen stieß, war nichts auf dem Markt zu holen. Der Hauptakteur in Polens wohl größtem Finanzskandal kaufte alles ein – über Marktwert, wie sich später herausgestellt hat. In dem Vakuum, das dieser Zusammenbruch hinterlassen hat, änderte sich alles. Während sich der Rest des Marktes immer noch auf den in Misskredit geratenen Anleihemarkt konzentrierte, schaffte es EOS, seine günstige Sonderstellung als Unternehmen, das die Unterstützung und das Vertrauen einer ganzen Gruppe besitzt, zu nutzen und seine Nische zu finden: besicherte Kredite. Mit seiner gesicherten, finanziell starken Position erschließt das Unternehmen seitdem weitere Märkte. 2020 erwarb es eine Rekordmenge an unbesicherten Darlehen.

Vertrauen und Innovation

Neben dem Nischenmarkt waren auch die Veränderungen innerhalb des Unternehmens entscheidend für den Erfolg. Dariusz baute eine neue hochqualifizierte Mannschaft auf. Teilweise coronabedingt, wird nun ein

Betriebsmodell mit flachen Hierarchien und klar definierten Prozessen gelebt, das den Mitarbeiter*innen viel Vertrauen und Freiheit schenkt, aber vor allem auch viel Verantwortung gibt. Die Flexibilität des Modells fördert zugleich das Engagement der Mitarbeitenden und Innovationen. Die Implementierung zweier neuer Vorstandsmitglieder – einem Chief Investment and Technology Officer und einem Chief Financial Officer – wird Stabilität und Branchenwissen weiter verbessern.

Weiter im Takt

Sich verbessern ist leicht, wenn das Gesamtergebnis fast null ist. Doch selbst jetzt, da das Unternehmen den Gewinn in Höhe einer kleinen Bank macht, bleibt der Ehrgeiz ungebrochen.

Dariusz sagt: „In den letzten zwei Jahren haben wir nationale Preise als bester Investor gewonnen. Diese Auszeichnungen sind vollkommen objektiv und zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir schauen uns jetzt nach neuen Märkten um, verstärken das Team weiter und bauen eine Kultur auf, die auf Vertrauen, Möglichkeit zur Mitwirkung und Verantwortung beruht. Ich bin wirklich stolz auf unser Team. Ursprünglich war unser Ziel, innerhalb von fünf Jahren zu den Top-5-Inkassounternehmen zu gehören. Was unser Ergebnis anbelangt, sind wir bereits an zweiter Stelle in Polen. Es ist ein aufregendes Geschäft, und unser Erfolg sowie die Tatsache, dass wir zum weiteren Wachstum der EOS Gruppe beitragen können, motiviert uns alle ungeheuer.“



Dariusz Petynka, Geschäftsführer, hat große Pläne für EOS in Polen. In den letzten zwei Jahren hat er bereits einige davon verwirklicht.

Foto: EOS
Illustration: shutterstock

impulse



50

PEOPLE @ EOS

Vorhang auf für Alisha: Die Compliance-Expertin engagiert sich für mehr Gleichberechtigung.

51

DER EURO WIRD 20

Rund 340 Millionen Menschen nutzen ihn. Nun feiert der Euro runden Geburtstag. Ein paar Fakten.

52

GRÜN INVESTIEREN

Lieber in Fonds oder direkt in ein Start-up investieren? Was Anleger*innen über nachhaltige Investments wissen sollten.

PEOPLE @ EOS

Ich bin Alisha Kumar



Arbeit

Ich bin Junior Corporate Compliance Officer bei der EOS Holding.

Interessen

Ich liebe das Kochen und Backen. Dabei darf es auch mal schiefgehen, Hauptsache kreativ!

50

→ ICH BIN VIERSPRACHIG aufgewachsen. Deshalb hat mich immer gereizt, in einem internationalen Umfeld wie bei EOS zu arbeiten. An Bord gegangen bin ich 2017 als duale Studentin. Den Fokus habe ich im Laufe meines Studiums auf Sustainable Leadership gelegt. Eine gute Entscheidung. Denn als Compliance Officer erlebe ich heute täglich, wie Kund*innen und Co-Investor*innen verstärkt darauf Wert legen, dass Corporate Responsibility und Compliance Hand in Hand gehen. Ich freue mich, dass EOS nun auch Mitglied im UN Global Compact geworden ist, einem Programm der Vereinten Nationen, das sich für verantwortungsvolles und nachhaltiges Unternehmertum stark macht. Dazu zählt das Thema Gleichberechtigung, das bei uns dank der Initiative W:isible viel präsenter geworden ist. Ich bin selbst aktiv bei W:isible und setze mich so besonders für die Förderung von Frauen ein. Wie man sich wirkungsvoll engagiert, durfte ich schon während meines Studiums als Auszubildenden-Vertreterin im Betriebsrat erleben und jenseits des Jobs durch mein Engagement bei Transparency International. Gestärkt durch diese Erfahrungen habe ich mich nun erneut als Kandidatin bei der Betriebsratswahl aufstellen lassen. •

01
22

EOS explore

Fotos: Berne Ochs Illustrations: shutterstock



Die EZB plant eine **Neugestaltung** der Banknoten. Das neue Design soll **bis 2024** im Rahmen eines Designwettbewerbs entworfen werden.



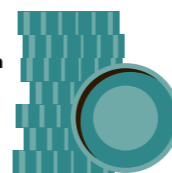
Zum Start wurden

15

Milliarden Banknoten (Wert: 630 Milliarden Euro) und über

51

Milliarden Münzen (Wert: 16 Milliarden Euro) hergestellt.



Der Euro wird 20!

Im Jahr 2002 flatterten die ersten Euro-Banknoten aus den Bankautomaten in Europa. Heute füllen sie die Geldbörsen von Europäer*innen in 19 Ländern. Ein Rückblick.

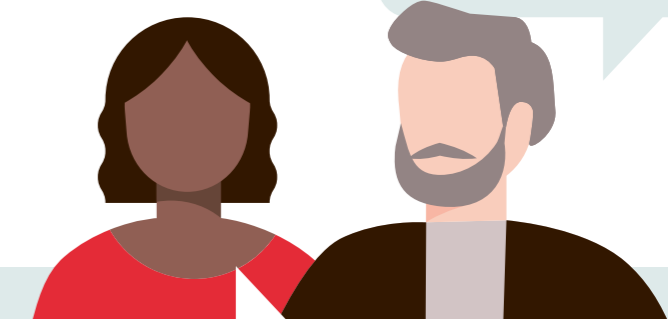
Der Inhalt eines Starterkits

- 1 x
- 1 x
- 2 x
- 3 x
- 4 x
- 4 x
- 3 x
- 2 x

Mehr als **340 Millionen** Europäer*innen nutzen den Euro täglich als Zahlungsmittel.

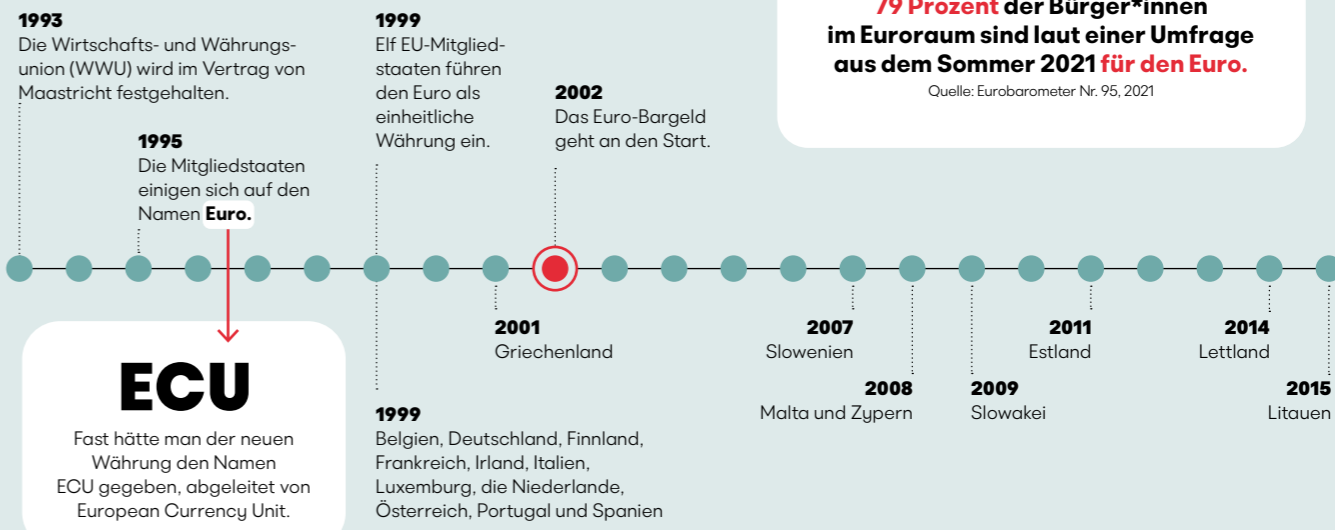
Schon gewusst?

Laut EU-Kommission **übersteigen die Kosten für die Prägung** den eigentlichen Wert der **1- und 2-Cent-Münzen**. Finnland, die Niederlande, Irland, Italien und Belgien haben sie deshalb bereits abgeschafft.



79 Prozent der Bürger*innen im Euroraum sind laut einer Umfrage aus dem Sommer 2021 **für den Euro**.
Quelle: Eurobarometer Nr. 95, 2021

Entstehungsgeschichte



51

Grüne Investments

Text: Bärbel Brockmann



* Alle hier angegebenen Informationen stellen keine Anlageberatung oder Kaufempfehlung dar!

52

Gutes tun und Geld verdienen

Immer mehr Menschen weltweit wollen nachhaltig investieren. Sie wollen, dass ihr angelegtes Geld neben der Rendite einen zusätzlichen Nutzen bringt – für die Gesellschaft, die Umwelt, das Klima. Das Recherche-Unternehmen Bloomberg Intelligence rechnet damit, dass die nachhaltigen Vermögenswerte bis 2025 die Marke von 53 Billionen US-Dollar überschreiten und damit schon mehr als ein Drittel des gesamten verwalteten Vermögens von bis dahin prognostizierten 140,5 Billionen US-Dollar ausmachen. Der Wille ist also da, mit seinem Geld auch Gutes zu bewirken. Allerdings ist es für Privatanleger*innen gar nicht so einfach, die passende Anlage zu finden. Das liegt zum einen an der Unübersichtlichkeit des Marktes. Zum anderen daran, dass es noch keine allgemeingültigen Standards gibt, die dabei helfen, verschiedene Anlagemöglichkeiten zu prüfen und zu vergleichen. Auch Gütesiegel helfen nicht immer weiter. Es gibt davon noch zu viele verschiedene. Und schließlich liegt es oft auch am fehlenden Wissen der Anleger*innen, was nachhaltige Finanzanlagen eigentlich sind.

In einer Befragung der ETH Zürich unter 3.000 Anleger*innen stellte sich zum Beispiel heraus, dass nur ein Viertel wusste, was die inzwischen allgegenwärtige Abkürzung ESG bedeutet. ESG steht für die drei Nachhaltigkeitskriterien Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung (Environment, Social, Governance). Der Dreiklang bildet die Basis für viele nachhaltige Finanzprodukte. In Zukunft könnte nachhaltiges Investieren durch den von der EU derzeit erarbeiteten Klassifizierungsrahmen erleichtert werden, die sogenannte Taxonomie. Dann soll es genaue Kriterien dafür geben, wann eine Finanzanlage nachhaltig ist. Das dürfte das Greenwashing von Finanzprodukten in Zukunft sehr erschweren, bei dem ein nachhaltiger Nutzen einfach nur behauptet wird, ohne bewiesen worden zu sein. Und das wiederum dürfte zu noch mehr Investitionen und dementsprechend besseren Renditen in diesem Bereich führen. Denn die Unsicherheit schreckt heute noch viele private Anleger*innen ab, in den wachsenden Markt der nachhaltigen Finanzprodukte zu investieren.



Über Nachhaltigkeitsfonds können private Anleger*innen direkten oder auch indirekten Einfluss auf die Energiewende nehmen.

Fotos: Getty Images

53

Große Auswahl an Fonds

Der einfachste Weg in ein nachhaltiges Investment geht über Fonds. Für Einsteiger*innen bieten sich vor allem ETF (Exchange Traded Funds) auf nachhaltige Indizes an. Das sind Fonds, die auf einen ganzen Index statt auf eine Auswahl von Einzelwerten setzen und so ein vergleichsweise geringes Risiko für Anleger*innen haben. Zum Beispiel auf den MSCI World Socially Responsible Index oder den Dow Jones Sustainability World Enlarged Index. Diese Indizes umfassen Unternehmen, die nachweisbar nach ESG-Standards wirtschaften. Andere ETF fokussieren sich auf bestimmte Branchen. So wie der Global Clean Energy, der sich auf alternative Energien spezialisiert hat. Bei vielen ETF sind die Nachhaltigkeitskriterien allerdings nicht sehr eng gefasst. Ein Unternehmen kann in diesen Index aufgenommen werden, auch wenn es auf den ersten Blick gar

nicht „grün“ ist. Es reicht schon, wenn es bestimmte Ausschlusskriterien erfüllt, etwa, nichts mit Waffen, Kohle oder Tabakproduktion zu tun hat.

Investmentfonds als Alternative zu ETF

Neben ETF bieten Investmentfonds eine gute Möglichkeit, nachhaltig zu investieren. „Grüne“ Fonds investieren in Aktien einzelner Unternehmen, die entweder nach ESG-Standards wirtschaften oder auch nach einzelnen definierten Nachhaltigkeitszielen, sich beispielsweise die Bekämpfung des Klimawandels auf die Fahnen geschrieben haben. Die Ratingagentur Scope hat Mitte vorigen Jahres ermittelt, dass in Deutschland bereits rund ein Viertel der etwa 12.000 zugelassenen Fonds verschiedenen Nachhaltigkeitszielen verpflichtet war. Aber auch bei Investmentfonds gibt es Greenwashing, das allerdings zunehmend bekämpft wird. Das Analysehaus Morningstar hat im Februar nach einer umfangreichen Untersuchung mehr als ein Viertel der ESG-Fonds von seiner Nachhaltigkeitsliste gestrichen.

Bei diesen ESG-basierten Investmentfonds handelt es sich um offene Fonds. Das heißt, die Investoren können ihre Anteile jederzeit wieder verkaufen. Viele Analysen haben bislang gezeigt, dass solche Nachhaltigkeitsfonds in puncto Rendite konventionellen Fonds nicht mehr nachstehen und sie zuweilen sogar übertreffen.

Im Gegensatz dazu dienen geschlossene Nachhaltigkeitsfonds meist dazu, spezielle Projekte zu realisieren, etwa den Bau eines Windparks. Die Fonds bündeln das Kapital mehrerer Investoren und finanzieren so bereits existierende oder geplante Windkraftprojekte mit entsprechendem Investitionsvolumen. Sobald diese Kapitalhöhe erreicht ist, wird der Fonds geschlossen. Die Laufzeiten von Windfonds liegen typischerweise zwischen vier und zehn Jahren. Der Nachteil: Aus diesen Fonds kann man während der Laufzeit nicht aussteigen. →

53.000.000.000.000

Die nachhaltigen Vermögenswerte werden bis 2025 weltweit wohl 53 Billionen US-Dollar übersteigen.

Direkte Investments oft riskant

Alternativ zu einer nachhaltigen Geldanlage in ETF oder Fonds können sich Anleger*innen auch direkt an „grünen“ Firmen beteiligen. Sie könnten beispielsweise Aktien von E-Auto-Herstellern kaufen und damit den Trend zur E-Mobilität unterstützen. Oder man kauft Aktien von Nel ASA und treibt damit Lösungen für die Wasserstoffgewinnung voran, mit denen sich die Abkehr von fossilen Brennstoffen schneller bewerkstelligen lässt. Die Auswahl ist riesig und die Zahl der infrage kommenden Firmen wächst rasant. Eine solche direkte Beteiligung an einer Firma hat den Vorteil, dass man ganz gezielt entscheiden kann, was mit den eigenen Mitteln finanziert werden soll. Sie birgt allerdings auch höhere Risiken. Denn anders als bei den meisten Fonds setzt man seine Mittel in der Regel in viel weniger Zielunternehmen ein. Da fällt es deutlich stärker ins Gewicht, wenn sich eins dieser Unternehmen schlechter als erwartet entwickelt. Dasselbe Für und Wider gilt auch für Unternehmensanleihen, nur mit dem Unterschied, dass man dort keine Anteile an einer Firma kauft, sondern ihr einen Kredit gibt.

Den Jungen auf die Sprünge helfen

Auch eine ganze Reihe von Start-ups bietet vielversprechende Lösungen für die sozialen und Umweltprobleme unserer Zeit. Da sie jung und daher meist nicht börsennotiert sind, ist ein finan-

zielles Engagement hier schwieriger. Zumindest wenn keine großen Mittel zur Verfügung stehen, mit denen man in Venture Capital Fonds einzahlen könnte, die sich auf die Beteiligung an Start-ups spezialisiert haben. Eine Lösung bieten hier Crowdfunding-Plattformen. Dort kann man in der Regel schon mit kleineren Beträgen einsteigen und entweder Anteile an einem Start-up erwerben oder Kredite geben. Die Idee ist, das Geld vieler zu sammeln und die dann größere Summe in eine junge Firma zu investieren. Viele dieser Plattformen, wie beispielsweise Compastio, bieten Investments in nachhaltige Start-ups an und versprechen zum guten Zweck auch eine Rendite. Solch eine Anlage kann allerdings sehr riskant sein. Wenn das Start-up scheitert, ist das Geld weg. Eine Daumenregel besagt, dass nur etwa jedes zehnte Start-up langfristig erfolgreich ist.

Es gibt heute viele Möglichkeiten, „grün“ zu investieren und sein Geld dabei auch noch gewinnbringend anzulegen. Fast täglich werden es mehr. Aber sowohl in puncto Nachhaltigkeit wie auch bei der Rendite ist es ratsam, sich vorher umfassend zu informieren. Denn nicht alle als „grün“ angepriesenen Anlageprodukte sind das bei genauem Hinsehen auch und längst nicht jedes Renditeversprechen wird erfüllt. ●

Per Crowdfunding: Auch kleinere Start-ups können unterstützt werden. Doch Vorsicht: Eine solche Anlage kann sehr riskant sein.

* Alle hier angegebenen Informationen stellen keine Anlageberatung oder Kaufempfehlung dar!
Foto: Getty Images



EOS weltweit – wir beraten Sie gern.

Westeuropa

BELGIEN
EOS Aremas Belgium SA/NV
Boulevard Saint-Lazare 4-10/2
1210 Brüssel
Tel.: +32 2 5080 233
supportctx@eos-aremas.com

EOS CONTENTIA BELGIUM SA/NV
Industrielaan 54 K
7700 Mouscron
Tel.: +32 56 39 17 11
info@eos-contentia.be

DÄNEMARK
EOS Danmark A/S
Langhøjvej 1 A
8381 Tilst
Tel.: +45 70 221020
kontakt@eos-danmark.dk

DEUTSCHLAND
EOS Deutschland GmbH
Steindamm 71
20099 Hamburg
Tel.: +49 40 28501911
sales@eos-deutschland.de

EOS KSI Inkasso
Deutschland GmbH
Gottlieb-Daimler-Ring 7-9
74906 Bad Rappenau
Tel.: +49 7066 91430
info@eos-ksi.de

EOS Immobilienworkout GmbH
Aktienstraße 53
45473 Mülheim an der Ruhr
Tel.: +49 208 882550
info@eos-immobilienworkout.com

FRANKREICH
EOS France
10, impasse de Presles
BP 587
75726 Paris CEDEX 15
Tel.: +33 1 53583939
contact@eos-france.com

IRLAND
EOS Credit Funding DAC
3 Ballsbridge Park The Sweepstakes
Ballsbridge
4 Dublin
Tel.: +353 1 6319089
p.murray@eos-creditfunding.ie

ÖSTERREICH
EOS ÖID Inkasso-Dienst
Ges.m.b.H.
Stolberggasse 26/5.0G
1050 Wien
Tel.: +43 1 5447171
info@eos-oeid.com

SCHWEIZ
EOS Schweiz AG
Flughafenstr. 90
8302 Kloten
Tel.: +41 58 4119300
collection@eos-schweiz.com

SPANIEN
EOS Spain S.L.U.
Manuel Guzmán, 1 Esc. 1, Planta 1 15008 A
Coruña
Tel.: +34 981 079955
info@eos-spain.es

VEREINIGTES KÖNIGREICH
EOS Solutions UK Plc
2 Birchwood Office Park
Crab Lane
Fearnhead
WA2 0XS Warrington
England
Tel.: +44 1925 816626
contact@eos-solutions.uk.com

Osteuropa

BOSNIEN UND HERZEGOWINA
EOS Matrix d.o.o.
Trg solidarnosti 2a
71000 Sarajevo
Tel.: +387 33 846 975
infoba@eos-bih.com

BULGARIEN
EOS Matrix EOOD
6 Racho Petkov Kazandzhijata Str., fl. 6
Sofia 1766
Tel.: +359 2 9760800
infobg@eos-matrix.bg

GRIECHENLAND
EOS Matrix S.A.
328-330 A. Syggrou Avenue
176 73 Kalithea
Tel.: +30 210 9792971
info@eos-matrix.com

KOSOVO
EOS Matrix DOOEL L.L.C.
Kosovo Branch
Str. Mujo Ulqinaku no. 5
10000 Pristina
Tel.: +385 1 6407100
infoks@eos-matrix.com

KROATIEN
EOS Matrix d.o.o.
Horvatova 82
10010 Zagreb
Tel.: +385 1 6407100
kontakt@eos-matrix.hr

NORDMAZEDONIEN
EOS Matrix DOOEL
Aminta III No. 1
1000 Skopje
Tel.: +389 2 3200400
infomk@eos-matrix.mk

MONTENEGRO
EOS Montenegro DOO
The Capital Plaza, Cetinjska 11, IV sprat
81000 Podgorica
Tel.: +382 20 435100
infocg@eos-matrix.com

POLEN
EOS KSI Polska Spółka z o.o.
ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. 7a
02-366 Warschau
Tel.: +48 (22) 314 11 06
transakcje_serwis@eos-ksi.pl

RUMÄNIEN
EOS KSI România S.R.L.
10A Dimitrie Pompeiu Blvd
020337 Bukarest
Tel.: +40 21 3003558
sales@eos-ksi.ro

RUSSLAND
LLC EOS
Bldg. 9, 12 Tverskaya St.
125009 Moskau
Tel.: +7 495 7887900
info@eos-solutions.ru

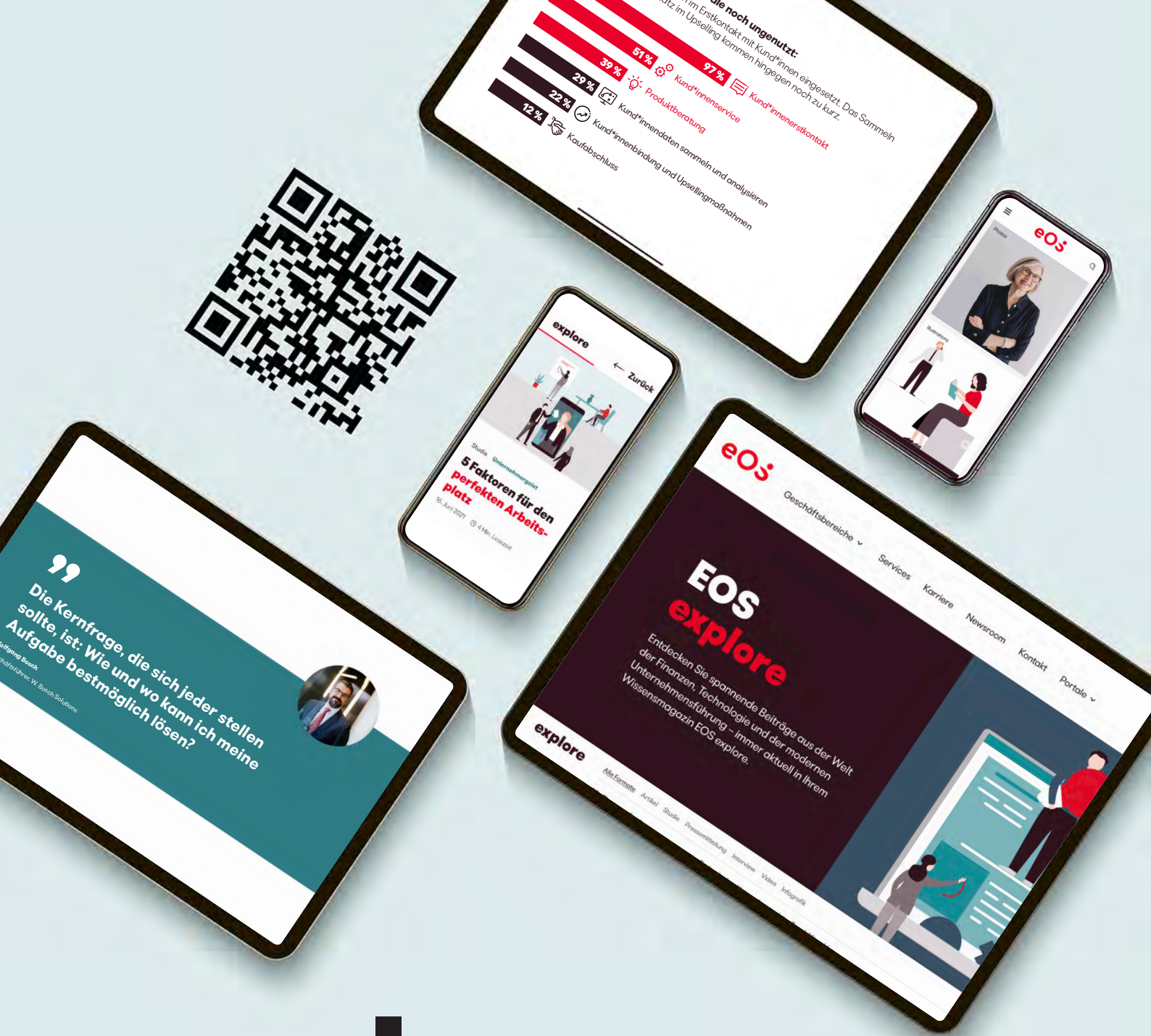
SERBIEN
EOS Matrix DOO
Milutina Milankovića 1i,
„Navigator Business Centar 2“
11070 Belgrad
Tel.: +381 11 3300733
kontakt.rs@eos-serbia.com

SLOWAKEI
EOS KSI Slovensko, s.r.o.
Pajštúnska 5
851 02 Bratislava
Tel.: +421 2 32300300
obchod@eos-ksi.sk

SLOWENIEN
EOS KSI d.o.o.
Letališka cesta 33
1000 Ljubljana
Tel.: +386 1 3000500
info@eos-ksi.si

TSCHECHISCHE REPUBLIK
EOS KSI Česká republika, s.r.o.
Novodvorská 994/138
142 00 Prag 4 – Branik
Tel.: +420 241 081799
obchod@eos-ksi.cz

UNGARN
EOS Hungary
Váci út 30.
1132 Budapest
Tel.: +36 1 8850100
sales@eos-hungary.hu



explore more

Diese Ausgabe ist zu Ende – aber lesen Sie doch einfach weiter:
Unsere Studien und Geschäftsberichte sowie unsere Magazin-Beiträge
und natürlich die EOS explore als PDF gibt es unter

de.eos-solutions.com