

Fallstricke des Geldwäscherechts im Online-Fahrzeughandel

Seit Jahren steigt das Verhältnis zwischen dem stationären Fahrzeughandel und dem Onlinehandel zugunsten des Letzteren an. Unter den Aspekten des Geldwäschegesetzes birgt dieser aber große Haftungsrisiken für die Betriebe sowie die Inhaber/Geschäftsführer persönlich.

Von Andreas Glotz |

Unterstellen wir folgendes Szenario: Ein Kunde vom Bodensee wird über ein Internetportal auf das Angebot eines Händlers an der Ostsee aufmerksam. Besichtigung und Probefahrt eines vergleichbaren Fahrzeugs nimmt er vor Ort im Süden vor. Telefonisch werden sich Kunde und Händler einig. Der Kaufpreis wird vom Kunden angewiesen. Dem Kunden ist es zu aufwendig, quer durch die ganze Bundesrepublik mit der Bahn zu fahren, um das Fahrzeug abzuholen. Der Händler beauftragt daher ein seriöses Unternehmen mit dem Transport des Fahrzeugs zum Bodensee sowie der Übergabe an den Kunden.

Betrachten wir zunächst die grundsätzlichen, bei jedem Fahrzeugkauf durchzuführenden Pflichten des Händlers in Bezug auf die Identifizierung des Kunden (Know-Your-Customer). In §§ 10 – 13 GwG sind drei vorgeschriebene Schritte festgelegt:

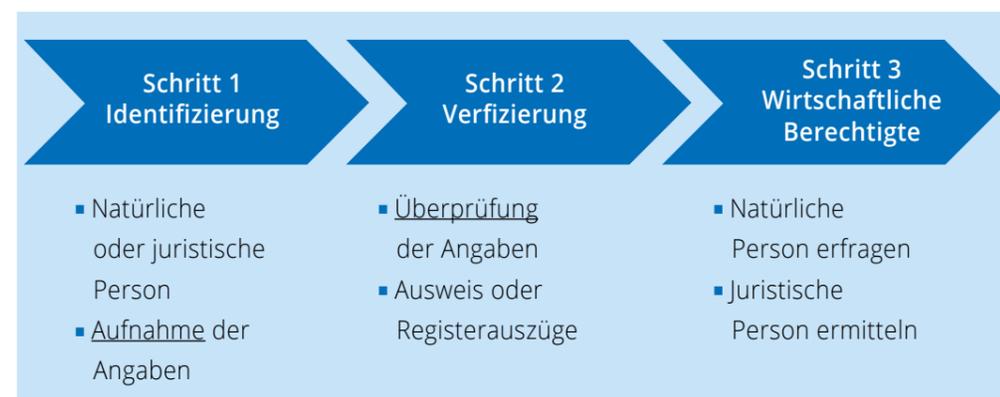
Schon hier kommt es völlig unnötig immer wieder zu Fehlern in den Betrieben, die bei einer Kontrolle sofort auffallen. Dabei ist es gerade im Automobilhandel sehr einfach, diese Mindestvorgaben – auch ohne die problematische Schwellenwertdiskussion – zu erfüllen.

In Schritt 1 werden die erforderlichen Angaben schon bei der Anlage des Kaufvertrages erfasst. Fehlende, gesetzlich vorgeschriebene Angaben wie Geburtsort und -datum des Kunden kann der Verkäufer leserlich handschriftlich darauf vermerken.

Schritt 2 ist durch das hohe Maß an Leasing- und Finanzierungsverträgen und/oder die Fahrzeugzulassung erfüllt, bei denen der Verkäufer immer eine Dokumentenkopie anzufertigen hat. Eingeschränkt gilt das auch bei Probefahrten. Demnach liegt dem Handelsbetrieb schon aus praktischen Gründen fast immer eine Dokumentenkopie vor. Versäumnisse, die bei Kontrollen auffallen, sind meist nichts anderes als ein schludriges Organisationsversagen des Verkäufers.

Der Schritt 3 lässt sich in der Regel erfragen und dokumentieren. Bei Zweifeln oder Unsicherheiten helfen auch günstige Internetportale wie die Seite www.gwg24.de.

Diese drei einfachen Schritte gelten für das stationäre Geschäft.



© Deutsche Gesellschaft für Geldwäscheprävention mbH 



VAPS | CORPORATE FASHION

LOGO! IHRE MARKE STEHT IM VORDERGRUND!

Teamkleidung für Ihr Autohaus: www.vaps.de/pdf/fashion.pdf

Was aber, wenn der Kunde den Betrieb gar nicht betritt, sondern sein Fahrzeug online erwirbt, es nicht finanziert und selber zulässt?

Da der Betrieb hier nicht an die erforderlichen Unterlagen, Dokumente und Nachweise im Original kommt, liegt ein sogenanntes „Nichtpräsenzgeschäft (NPR)“ vor. Der Verkäufer hat gar keine Chance, Einsicht in die Originaldokumente zu erhalten. Der Betrieb weiß nicht, ob die elektronisch übermittelte Kopie des Ausweises tatsächlich zu der Person des Kunden gehört. Insofern ist es evident, dass der Onlinehandel ein ideales Mittel für Geldwäscher darstellt: Die handelnden Personen können völlig anonym bleiben.

Auch wenn sich die gesetzlichen Vorgaben systematisch geändert haben, bleiben die Konsequenzen für den Betrieb faktisch gleich. Im Vorläufergesetz wurden die NPR-Geschäfte den sogenannten verstärkten Sorgfaltspflichten zwingend zugeordnet. In der heute gültigen Version des Gesetzes werden sie über die Anlage 2 zum GwG diesen verstärkten Sorgfaltspflichten zugeordnet. Im übertragenen Sinne bedeutet das, dass der Gesetzgeber mit erhobenem Zeigefinger dem Betrieb bedeutet, hier besonders aufzupassen. Und eben MEHR zu tun als oben in den drei Schritten beschrieben. Dabei ist zu beachten, dass das GwG ein Präventionsgesetz ist, wodurch der Händler angewiesen wird, nachzuweisen, dass er nicht zur Geldwäsche missbraucht werden kann.

Neben den Vorgaben des § 15 GwG zur Drittstaatenproblematik oder zu Verkäufen an Personen auf PeP-, Terror- oder Embargo-Listen wird ausdrücklich auf die Anlage 2 zum Gesetz verwiesen. Im Onlinehandel treten dabei immer und zwingend die folgenden gesetzlichen Faktoren auf:

„2. Faktoren bezüglich des Produkt-, Dienstleistungs-, Transaktions- oder Vertriebskanalrisikos:

- a) [.....]
- b) Produkte oder Transaktionen, die Anonymität begünstigen könnten,
- c) Geschäftsbeziehungen oder Transaktionen ohne persönliche Kontakte und ohne bestimmte Sicherungsmaßnahmen wie elektronische Mittel für die Identitätsfeststellung, [...].“

Mit dieser Formulierung zwingt das GwG den Händler, sich nicht auf die einfache Identifizierung und Verifizierung zu verlassen, die er durch die Nichtpräsenz des Kunden ohnehin nicht gesetzlich korrekt durchführen kann. Er muss vielmehr – wie bereits betont – ein „Mehr“ an Prävention betreiben. Die alleinige Übersendung einer Ausweiskopie ist hier nicht ausreichend.

Was kann der Betrieb tun?

Zunächst liegt es auf der Hand, die Verifizierung des Kunden durch den Transportdienstleister vornehmen zu lassen. Dieser könnte Handynaufnahmen von Vorder- und Rückseite des Ausweisdokuments tätigen und dem Händler übermitteln. Das Ganze wird wahrscheinlich zusätzliche Kosten verursachen und es bleibt fraglich, ob dabei das gesetzliche Erfordernis der guten Lesbarkeit erfüllt wird.

Kritisch ist hier zunächst auch das „PostIdent“-Verfahren zu sehen. Bei diesem geht der Erwerber des Fahrzeugs in eine Postfiliale, die dann die Identifizierung im Auftrag des Händlers durchführt. Zwar muss der Post zugestanden werden, dass sie in den letzten Jahren etwa durch die Anschaffung von Ausweisprüfgeräten in einigen Filialen an der Qualitätsverbesserung gearbeitet hat. Völlig zu Recht warnen aber die Landeskriminalämter vor diesem Verfahren. Dies gilt vor allem für Filialen, die in einem Kiosk oder Schreibwarengeschäft nebenher oder in ländlichen Gebieten betrieben werden. Hier geht es aufgrund des Kundenandrangs oft sehr hektisch zu. Es sind Fälle bekannt geworden, in denen Täter solche Filialen bundesweit ausgespäht und darauf geachtet haben, Personal mit Sehbehinderung oder Sehschwäche vorzufinden. In einem Fall wurden von den Tätern knapp 250 „Fake-Identitäten“ mittels gefälschter oder gestohlener Ausweise geschaffen. Der Faktor „Mensch“ stellt hier das größte Qualitätsproblem dar.

Ein zulässiges Mittel ist die Durchführung einer Video-Identifizierung des Kunden. Vereinfacht erfolgt diese in der Form, dass der Händler dem Kunden einen Weblink zusendet. Über diesen identifiziert sich der Kunde mithilfe der Kamera eines mobilen Endgeräts bei Vorlage seines Ausweises durch einen beauftragten Dienstleister. Da an diese Dienstleister sehr strenge und hohe Anforderungen gestellt werden, sind nur

sehr wenige in Deutschland zugelassen, welche meist auch völlig überlastet sind. Diese Überlastung führt zwar oft zu einer Verärgerung des Kunden. Allerdings behält der Betrieb hier den Prozess in der Hand, da er die Auslieferung des Fahrzeugs eben an den Erfolg der Videoidentifizierung bindet. Video-Identverfahren sind im Übrigen mit recht hohen Kosten verbunden, da der technische und personelle Aufwand enorm ist.

Präventionsgerecht und damit risikomindernd für den Betrieb ist grundsätzlich auch schon die Überwachung des Zahlungswegs und/oder der Fahrzeugübergabe. Hierbei handelt es sich um eine der Grundpflichten des GwG. Es ist Aufgabe der Buchhaltung, sicherzustellen, dass Käufer und Zahler personenidentisch sind, bzw. Abweichungen sind zu prüfen, nachzuvollziehen und vor allem zu dokumentieren. Es kommt immer wieder vor, dass Überweisungen eines (Teil-)Kaufpreises aus dem Ausland erfolgen, ohne dass eine Beziehung zum eigentlichen Käufer festzustellen wäre. Selbstverständlich bleibt es zulässig, dass sich der Opa am Fahrzeugwerb des Enkels beteiligt oder der Ehemann seiner Gattin das Fahrzeug bezahlt. Ist dies aber nicht evident, müssen die Alarmglocken im Betrieb laut klingeln. Ähnlich verhält es sich bei der Fahrzeugübergabe an eine dritte, bevollmächtigte Person. Hier schreibt der Gesetzgeber oh-

nehin eine Identifizierungspflicht vor. Sie gilt dann aber erst recht im reinen Onlinehandel.

Hilfreich ist in jedem Fall zumindest die Prüfung über einen Datenbankdienstleister, ob die handelnden Personen auf PeP-, Terror- oder Embargo-Listen verzeichnet sind, bzw. die Prüfung der wirtschaftlichen Berechtigung.

Fazit

Der Onlinehandel mit Fahrzeugen wird auch weiterhin zunehmen. Das Geldwäschegesetz verlangt hier aufgrund der „Nichtpräsenz“ des Kunden vom Betrieb einen höheren Nachforschungs- und Dokumentationsaufwand. Das Risiko und die risikomindernden Maßnahmen sollten in der (Pflicht-) Risikoanalyse des Betriebs berücksichtigt werden. Das Handling der Risiken setzt Fachwissen voraus, das durch gute Schulungen erworben werden kann. Geldwäscheprävention im Fahrzeughandel ist an sich Prozessmanagement. Bei klar definierten, intern überwachten Verfahrensabläufen und dem entsprechenden Risikobewusstsein lässt es sich praktikabel durchführen. <<

Unser Autor ist Geschäftsführer Deutsche Gesellschaft für Geldwäscheprävention mbH.

Geldwäsche

GELDWÄSCHEPRÄVENTION

DIGITALE GELDWÄSCHE DATENBANK FÜR DEN MITTELSTAND

Die Anforderungen des Know Your Customer Prinzips des Geldwäschegesetzes erfordern einen erhöhten Rechercheaufwand vom Händler. Aus Ausweisunterlagen oder Registerauszügen des Kunden erfahren Sie nichts über seine wirtschaftliche Berechtigung, seinen Status als Politisch exponierte Person (PeP) oder ob er sich auf Embargo- oder Terrorlisten befindet.

Nutzen Sie die Vorteile unserer digitalen Datenbank zur Geldwäscheprävention.

Sie möchten unsere Datenbank testweise nutzen? Kontaktieren Sie uns!

GWG24
PORTAL ZUR GELDWÄSCHEPRÄVENTION

GWG24 GmbH
+49 (0) 221 17067222
Dürener Str. 220-222
50931 Köln
info@gwg24.de