

**Netlive**  
*Banking meets AI.*

**RAIFFEISEN**

Case Study: MediaScan

# Adverse Media Screening Raiffeisen Gruppe

# Ausgangslage der Raiffeisen Gruppe vor und nach der Einführung von MediaScan Adverse Media Screening

## Ausgangslage

Die Raiffeisen Gruppe wollte Adverse Media Screening als festen Bestandteil einer risikobasierten Compliance-Architektur etablieren - konsistent, operativ tragfähig und gegenüber Revision nachvollziehbar. In der Praxis zeigten sich dabei typische Hürden klassischer Adverse-Media-Ansätze: hohe Trefferlast, heterogene Informationen und ein entsprechend hoher manueller Prüfaufwand.

### Probleme:

- False Positives erhöhen Aufwand und verzögern Abklärungen.
- Unstrukturierte Informationen erschweren einheitliche Bewertung.
- Revisionsfähigkeit: Entscheide (inkl. Nicht-Eskalationen) müssen konsistent begründbar, nachvollziehbar und dokumentierbar sein.

## Ziel

Ziel war ein Adverse Media Screening, das externe Risikosignale strukturiert erfasst und so bereitstellt, dass Compliance auf vorselektierte, risikorelevante Hinweise zugreifen kann - mit konsistenter Entscheidungslogik und einer nachvollziehbaren Grundlage für Review, Eskalation und Dokumentation. Damit sollte Adverse Media nicht als isoliertes Tool, sondern als integrierter Baustein der ganzheitlichen Risikoanalyse etabliert werden.

## Lösung

Raiffeisen setzt MediaScan als „Adverse Media Intelligence Layer“ ein: eine vorgelagerte Business Intelligence, die Medieninformationen analysiert, bewertet und strukturiert bereitstellt. Dadurch erhält Compliance konsolidierte, kategorisierte Hinweise und kann diese nahtlos in bestehende Workflows übernehmen. Entscheidend: Die fachliche Risikobeurteilung und finale Entscheidung verbleiben vollständig im Finanzinstitut.

Durch die strukturierte Bereitstellung der Hinweise konnten insbesondere die Datenqualität und Konsistenz in der Bewertung verbessert sowie der manuelle Prüfaufwand reduziert werden. Gleichzeitig steigt die Revisionsfähigkeit durch nachvollziehbare Entscheidungsgrundlagen.



**Recherche Aufwand**  
pro Case sinkt\*



**Frühzeitige**  
Risikoerkennung



**365d Schutz im Jahr**  
Risiko ↓ | Reputation ↑

\*Im Vergleich zu manuellem Screening.

## Interview:

# Warum sich Raiffeisen für MediaScan entschieden hat



*“Wir wollten eine konsistente, revisionsfähige Vorauswahl-Logik, die regulatorisch tragfähig ist. Deshalb hat uns MediaScan überzeugt.”*

**David Iannelli**

Head FCC Analysis & Development @ Raiffeisen

### **Warum muss eine Bank überhaupt Adverse Media Screening betreiben?**

Ziel von Adverse Media Screening ist es, negative mediale Berichterstattung über Personen und Unternehmen zu finden. Dies können Informationen über finanzielle Unregelmässigkeiten, Verbindungen zu kriminellen Aktivitäten oder andere relevante Risikofaktoren sein. Mit den Erkenntnissen aus dem Adverse Media Screening sollen potenzielle Risiken und Bedrohungen, die mit den Geschäftsbeziehungen oder einer Transaktion verbunden sind, frühzeitig erkannt werden. So soll das Risiko gesenkt und Schaden vom eigenen Unternehmen abgewandt werden.

### **Was war für Sie ausschlaggebend, den kuratierten Ansatz aus KI und Mensch zu wählen?**

Das Zusammenspiel von KI und Mensch stellt eine hohe Datenqualität bei der Ableitung von strukturierten Personendaten aus Medienberichten sicher. Dies ist eine wichtige Voraussetzung für einen effizienten Abgleich dieser Daten mit dem eigenen Kundenstamm, weshalb uns dieses Konzept überzeugt hat.

### **Welche Herausforderungen haben sich bei der Umsetzung gezeigt?**

Eine Herausforderung besteht branchenweit in der hohen Anzahl an Treffern bei herkömmlichen Adverse-Media-Ansätzen, die häufig heterogene und unstrukturierte Informationen liefern. Dies führt zu einem erheblichen manuellen Prüfaufwand und erschwert eine einheitliche Bewertung.

Für uns war daher wichtig, eine Lösung zu finden, die Effizienzgewinne ermöglicht und eine konsistente, nachvollziehbare Entscheidungsbasis ermöglicht.

### **Was bedeutet der Einsatz eines „Adverse Media Intelligence Layers“ konkret für Raiffeisen?**

Der Intelligence Layer fungiert als vorgelagerte Verarbeitungsschicht, die Medieninformationen analysiert, bewertet und in strukturiert bereitstellt.

Dadurch können wir auf vorselektierte risikorelevante Profile zugreifen, die sich nahtlos in unsere bestehenden Compliance-Workflows integrieren lassen.

## Interview:

# Warum sich Raiffeisen für MediaScan entschieden hat

### Welche Vorteile konnten durch die Einführung erzielt werden?

Durch den Einsatz von MediaScan konnten wir insbesondere folgende Verbesserungen erzielen:

- Reduzierter Anteil irrelevanter Fälle (False Positives)
- Effizienzsteigerung durch geringeren manuellen Prüfaufwand
- Höhere Datenqualität dank strukturierter Informationen
- Konsistenz in der Bewertung über alle Fälle hinweg
- Verbesserte Revisionsfähigkeit durch klare, nachvollziehbare Entscheidungsgrundlagen

### Welche Rolle wird KI aus Ihrer Sicht künftig für die Bank spielen?

Banken müssen in vielen Prozessen alle relevanten Daten berücksichtigen, um korrekte Einschätzungen zu treffen. Da Datenmenge, Struktur und Komplexität zunehmen, stossen klassische Analyseverfahren dabei an ihre Grenzen.

Der Einsatz von KI ermöglicht eine effizientere Verarbeitung und Auswertung, wodurch Kosten gesenkt und fundierte, schnellere und bessere Entscheidungen getroffen werden können.

### Welche Bedeutung hat Adverse Media Screening künftig für die Raiffeisen Gruppe?

Adverse Media Screening wird für uns ein fester Bestandteil der ganzheitlichen Risikoanalyse bleiben.

Die Fähigkeit, externe Risikosignale strukturiert zu erfassen und in bestehende Prozesse zu integrieren, gewinnt weiter an Bedeutung - insbesondere im Kontext steigender regulatorischer Anforderungen und wachsender Datenkomplexität.

Wir sehen Adverse Media Screening daher nicht als isoliertes Tool, sondern als integralen Bestandteil einer modernen, risikobasierten Compliance-Architektur.

## RAIFFEISEN

Die Raiffeisen Gruppe zählt 3.7 Millionen Kundinnen und Kunden und ist die zweitgrösste Bankengruppe auf dem Schweizer Bankenmarkt. Zur Gruppe gehören die 212 genossenschaftlich organisierten Raiffeisenbanken. Die Gruppe beschäftigt über 12'000 Mitarbeitende an 784 Standorten in der ganzen Schweiz.

# Technische Details: Integration und Datensicherheit

MediaScan liefert strukturierte Adverse Media Hinweise als standardisierten Datenfeed und überträgt diese in bestehende KYC/AML- und Case-Management-Workflows. Bewertung, Eskalation und finale Risikoentscheidung bleiben vollständig beim Finanzinstitut.

## Bereitstellung und Schnittstellen

Die Bereitstellung erfolgt je nach Präferenz des Instituts via SFTP (XML/CSV/JSON) oder API zu bestehenden IT-Systemen. Die Hinweise werden entweder direkt in bestehende Workflows übernommen oder über etablierte Compliance Plattformen weiterverarbeitet.

## So funktioniert die Lösung in der Praxis (Operating Model)

1. Ongoing Screening relevanter Medienquellen (inkl. SwissEdition)
2. Identifikation der relevanten Profile durch Redaktion (strukturierte Daten)
3. Übergabe in Compliance Suite (Alert/Case, Case Management, Zuordnung)
4. Review & Entscheidung durch Compliance (4-Augen-Prinzip, Eskalation bei Bedarf)
5. Abschluss mit Evidence Pack (Quelle, Zeitpunkt, Bewertung, Entscheid und Historie)

## Die drei Säulen eines revisionssicheren Operating Models

### Integration in bestehende Systeme

- Übergabe als Alert/Case in bestehende Compliance- und Case-Workflows
- Review und Entscheid im bestehenden Prozess (kein Medienbruch)
- Strukturierter Output für Matching, Dokumentation und Reporting

### Datensicherheit und Vertraulichkeit


- Keine offenen Recherchen über Public-KI-Tools oder externe Suchmaschinen
- Sensible Abklärungen bleiben im Governance-Rahmen des Instituts
- Datenhoheit und kontrollierte Verarbeitung im laufenden Betrieb

### Auditability und Evidence

- Evidence: Quelle, Zeitpunkt, Kontext, Kategorisierung, Historie
- Eskalationen und Nicht-Eskalationen reproduzierbar begründbar
- Nachweis der Kontrollwirksamkeit (Audit Trail) für Revision & Aufsicht

### Integration mit führenden Compliance-Lösungen:

[ I M T F ]

 PYTHAGORAS

actico

FINASTRA

FNZ 

**avita**  
solutions

 SymphonyAI

 eastnets

 ClearScan

## Beratung: Jetzt Kontakt aufnehmen und Demo buchen

Das Schweizer Unternehmen Netlive entwickelt seit 2001 Softwarelösungen im Umfeld datengetriebener Technologien. Die Wurzeln reichen von der ersten KI-Anwendung in den 1990er-Jahren über die Internetwelle bis zur breiten

Nutzung von KI im regulierten Finanzumfeld. Heute konzentriert sich das Unternehmen auf praxisnahe KI-Lösungen für Banken und Finanzinstitute in Europa, insbesondere Compliance.

### Future Compliance built together.

Jetzt Demo buchen!



[www.netlive.ch](http://www.netlive.ch)



[info@netlive.ch](mailto:info@netlive.ch)



+41 (0)71 330 04 40



Chris Tanner,  
Head of MediaScan @ Netlive IT AG

#### Ausgewählte Kunden & Partner:

