

Kriminalprävention durch Business Ethics*

Ursachen von Wirtschaftskriminalität und die besonderen Bedeutung von Werten

KAI-D. BUSSMANN**

Crime prevention by means of Business Ethics Reasons for Economic Crime and the special meaning of values

The contribution shows the causes of economic crime and compares especially different crime prevention approaches. For this purpose the crime preventive potential of personality prognostic methods, control measures, corporate identity as well as business ethics are discussed. It is recommended to take on a holistic approach to economic crime prevention. Many aspects have to be taken into consideration, but an effective criminal prevention in the enterprise always requires a convincing implementation of values. For this reason business ethics are for many aspects the core of any effective economic crime prevention.

Keywords: causes of economic crime, corporate identity, business ethics, crime prevention, crime preventive impact of values.

1. Risiken und Schäden von Wirtschaftskriminalität

Wirtschaftskriminalität¹ gegen das eigene Unternehmen entwickelt sich zu einer zunehmenden Herausforderung für Wirtschaft und Gesellschaft. Als häufigste Wirtschaftsstrafaten zum Nachteil von Unternehmen gelten nach verschiedenen Umfragen insbesondere Betrug, Untreue, Bilanzdelikte, Bestechung und Korruption, „Cybercrime“ sowie Insiderhandel, seltener Industriespionage oder Geldwäsche (PriceWaterhouseCoopers 2003: 8f.; KPMG 1999).

In der jüngsten Befragung gaben 34% der Unternehmen in Westeuropa an, in den letzten 2 Jahren Opfer einer Wirtschaftsstrafat geworden zu sein, mit einer durch-

* Beitrag eingereicht am 8.12.2003. Nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung angenommen am 20.03.2004.

** Prof. Dr. Kai-D. Bussmann, Martin-Luther-Universität, Halle-Wittenberg, Juristische Fakultät, Lehrstuhl für Kriminologie und Strafrecht, Tel.: +49(0)345-55-23115, E-Mail: Bussmann@jura.uni-halle.de. Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftskriminalität, Kriminalprävention in Unternehmen, Kriminalität als Standortfaktor (Standortmonitoring), Wirkung von (Straf)Recht, Kriminalitätsursachen.

¹ Eine exakte Definition des Wirtschaftsstrafrechts und somit der Wirtschaftskriminalität ist kaum möglich. Albrecht (2003), Geis (1992), Heinz (1998: 18ff.) Zur Orientierung kann der Deliktskatalog des §74c GVG (Zuständigkeit der Wirtschaftsstrafkammer) dienen, wenn man zumindest einschränkend unter Wirtschaftsstrafaten nur Handlungen mit einem *Unternehmensbezug* versteht. Tiedemann (1993). Ausgeschlossen sind hierdurch insbesondere einfachere Delikte gegen Unternehmen (wie Diebstahl von Arbeitsmitteln etc.).

schnittlichen Schadenshöhe von knapp 2 Millionen Euro (PriceWaterhouseCoopers 2003: 12f.). Nach weiteren Studien (vgl. bspw. KPMG 1999; Hermes 1997) vermuten etwa 60% der befragten Unternehmen für sich eine *Dunkelziffer* von Schäden infolge Wirtschaftskriminalität von bis zu 1 Million DM und knapp 30% eine unentdeckte Schadenshöhe in Höhe von bis zu 10 Mill. DM. Genaue Angaben über die tatsächlich verursachten materiellen Schäden sind kaum möglich. Als realistisch gelten jedoch Schadenssummen, die allein in Deutschland in die Milliarden gehen und weit über denen der gesamten übrigen Eigentums- und Vermögenskriminalität liegen.²

Mindestens ebenso bedeutsam sind die vielfältigen und schwer kalkulierbaren immateriellen Schäden, wie *Vertrauen* in die Wirtschaft, *Rufschädigung* des betroffenen Unternehmens, Gefährdung von *Geschäftsbeziehungen* und Beeinträchtigung der *Mitarbeitermorale* sowie sogar eine Ermutigung zu *Wiederholungstaten*,³ wenn eine überzeugende Reaktion auf die Straftaten nicht erfolgt.

Darüber hinaus sprechen viele Umfragen und andere Indikatoren dafür, dass die Bedrohung durch Wirtschaftskriminalität tatsächlich zunimmt. In einer Studie von KPMG waren immerhin fast 90% der Befragten der Ansicht, dass dieser Teil der Kriminalität weiter ansteigen wird (KPMG 1999). In unserer eigenen Unternehmensbefragung von 2001 (Bussmann/Werle 2003) gaben 52% an, dass sich die Lage in den letzten Jahren verschlechtert hat, während nur 2% der Firmen von einer Abnahme ihrer Viktimisierungsrisiken ausgehen.

Allerdings sind Aussagen über eine Zunahme der Wirtschaftskriminalität nicht leicht zu treffen (Dannecker 2000: 12; Heinz 1998: 24f.), denn es fehlt derzeit an validen Dunkelfeldstudien. Zweifel gegenüber einem rapiden Anstieg ergeben sich daraus, dass ein zunehmendes Bewusstsein und wachsende unternehmenseigene Präventions- und Kontrollmaßnahmen zu einer häufigeren Entdeckung von derartigen Delikten führen. Aus kriminologischer Sicht spricht man daher von einem *Kontroll-Paradox*: Je sensibler eine Gemeinschaft gegenüber bestimmten sozialen Problemen wird, desto mehr scheinen diese zuzunehmen, denn man nimmt sie häufiger wahr.⁴ Allein aufgrund höherer Sensibilität und Wachsamkeit werden deshalb mehr Straftaten entdeckt und das Dunkelfeld wird zunehmend aufgehellt. Gründe für eine Entwarnung ergeben sich hieraus jedoch nicht, denn die Schädigungen sind eingetreten, ob unentdeckt oder nunmehr häufiger erkannt.

2. Sinnvolle Reaktion auf Straftaten im eigenen Unternehmen

2.1 Relevanz von Strafanzeigen

Wirtschaftskriminalität ist aufgrund ihrer geringen Sichtbarkeit für die strafrechtlichen Verfolgungsbehörden zuvörderst „*Kontrollkriminalität*“ (Albrecht 2003: 46f.). Der erste

² Überblick bei Dannecker (2000: 11f.), Heinz (1998: 25ff.), Schwind (2003: 419f.)

³ Vgl. Dannecker (2000: 16), Heinz (1998: 27), Levi (2000), PriceWaterhouseCoopers (2003: 13)

⁴ Dies folgt aus dem Verständnis des labeling approach. Zu den vielfältigen Paradoxien Bussmann (2000); zu grundsätzlichen Problemen der Sichtbarkeit von Kriminalität und ihrem Dunkelfeld den Überblick bei Kunz (2003: 175ff., 231ff.)

naheliegende Gedanke ist deshalb, die Bekämpfung von Wirtschaftsdelikten dem Strafrecht zu überlassen, wachsam zu sein und jeden Fall anzuzeigen. Nach Umfragen geben etwa 50% der Unternehmen an, ihre Firmenpolitik sei, alle Fälle von Wirtschaftskriminalität anzuzeigen (bspw. PWC 2003: 11). Jedoch sieht die Realität anders aus. Nur bei einem wesentlich kleineren Teil erfolgte tatsächlich eine Strafanzeige.⁵

Dies mag man bedauern, aber so wünschenswert auf den ersten Blick eine strafrechtliche Verfolgung von Wirtschaftsstraftaten auch erscheint, so berechtigt ist diese zurückhaltende Praxis. Gegen eine Strafanzeige sind vier Haupteinwände zu erheben.

- (1) Strafanzeigen bergen unkalkulierbare Risiken für Unternehmen.
- (2) Die strafrechtliche Verfolgung von Wirtschaftsdelikten gilt als ineffizient.
- (3) Die abschreckende Wirkung von strengen Strafen wird überschätzt.
- (4) Drohung mit Strafanzeigen hemmt die Entdeckung und Aufklärung.

Zu (1) In vielen Fällen kann man nicht empfehlen, mit einer Strafanzeige gegen eigene Mitarbeiter und Manager zu reagieren, denn Strafanzeigen sind mit einer Reihe von erheblichen Risiken behaftet. Eine Strafverfolgung kann sehr viel Unruhe in ein Unternehmen von außen hineinragen (Zeugen- und Beweisproblematik). Außerdem ist ein Strafverfahren kaum noch beherrschbar, insbesondere können die staatsanwaltlichen Untersuchungen weitere Kreise ziehen. Am Ende wird womöglich das Verfahren aufgrund dünner Beweislage eingestellt und zumeist gegen eine Auflage zugunsten der Staatskasse. Dem Unternehmen ist somit häufig mit einer Strafanzeige gegen eigene Mitarbeiter und Manager wenig gedient. Es sieht nach außen zwar womöglich gut aus, es wirkt entschlossen, kann aber intern viele neue Probleme verursachen.

Zu (2) Grundsätzlich sind die Erwartungen an eine wirtschaftsstrafrechtliche Verfolgung zu hoch. Man erwartet ein effektives Wirtschaftsstrafrecht, aber die Realität ist ernüchternd. Spektakuläre Berichte in den Medien über Verurteilungen zu hohen Haftstrafen täuschen über das negative Gesamtbild hinweg. Als „Höhenflug mit Bauchlandung“ wurde das neue Wirtschaftskriminalrecht alsbald bezeichnet (Liebl 1986) – ein seit langem weltweit negativer Befund.⁶ Vielmehr sind gravierende strukturelle Besonderheiten im Bereich des Wirtschaftsstrafrechts auszumachen, die das Durchsetzungspotenzial des Strafrechts erheblich schwächen: insbesondere schwierige Rechts- und Beweisfragen und mangelnde Ressourcen in der Justiz. Daraus folgen Einstellungsquoten, sehr lange Verfahren und häufig relativ milde Strafen (Bussmann/Lüdemann 1988; Bussmann 1989).

Zu (3) Darüber hinaus gibt es ohnehin falsche Vorstellungen über die abschreckende Wirkung von strengen Strafen. Nach über zwanzig Jahren internationaler Forschung wissen wir, die Wirkung des Strafrechts wurde anfänglich überschätzt.⁷ Der Abschreckungs-Mythos hält sich wohl nur aufgrund seiner unbestreitbaren Plausibilität so

⁵ Die Schätzungen schwanken zwischen knapp 7% (PriceWaterhouseCoopers 2001: 19) und 25% (Ernst & Young 2003).

⁶ Boers (2001), Bussmann (1989), Heinz (1998), Shover (1998), Nelken (1997).

⁷ Bspw. Paternoster/ Simpson (2001 [1992]), Schumann et al. (1987), zur Relevanz von Werten Karstedt (1999), Karstedt/Farrall (2003). Überblick bspw. Bock (2000: 274ff.), Kaiser (1996: 258ff.), Kunz (2001: 325ff.)

hartnäckig in Politik, Medien und Öffentlichkeit. Strenge Strafen schrecken nicht ab. Es genügt, dass überhaupt reagiert wird, denn die Begehung von Straftaten hängt weniger von schlchten Kosten-Nutzen-Kalkülen und entsprechenden Gelegenheiten ab, sondern vor allem von fehlenden moralischen und normativen Hemmungen.

Moralische Orientierungen wirken als Filter vor der Berücksichtigung kalkulierender Variablen, wie in der folgenden Faktorenpyramide zur Wahrscheinlichkeit von Straftaten vereinfacht dargestellt wird (siehe Abbildung 1). Erst wenn ein potenzieller Täter diese moralische Hürde genommen hat, werden Vorteile der Tat und Risiken der Entdeckung und Bestrafung gegeneinander abgewogen. Der Mensch als homo-oeconomicus, der immer alles das tut, was ihm nützt, ist ein Mythos (Karstedt/Greve 1996). Die meisten Menschen begehen Verbrechen einfach deshalb nicht, weil sie sie nicht richtig finden. Sie denken zumeist noch nicht einmal hierüber nach, wägen eben nicht Chancen und Risiken gegeneinander ab. Kriminologische Forschungen zum *Versicherungsbetrug* (Fetchenhauer 1999) weisen nach, dass es kaum auf die Bedrohung durch schwere rechtliche oder gar soziale Konsequenzen ankommt, sondern Betrügereien werden von Kunden einzig deshalb nicht begangen, weil man sie selbst nicht billigt.



Abbildung 1: Faktorenpyramide zur Wahrscheinlichkeit von Straftaten (eigene Quelle)

Die Höhe der zu erwartenden Strafe ist deshalb von untergeordneter Bedeutung. Das Strafrecht kann allenfalls sehr langfristig das Norm- und Unrechtsbewusstsein in der Allgemeinheit schärfen (sog. positive Generalprävention). Eine nennenswerte *Abschreckungswirkung* haben Strafen nicht, auch gegenüber Wirtschaftsdelikten fand sich keine empirische Evidenz (Überblick bei Simpson 2002).

Eine abschreckende Wirkung kommt hingegen dem *subjektiven Entdeckungsrisiko* zu. Je höher dieses Risiko eingeschätzt wird, desto eher werden Straftaten unterlassen (Bussmann 2003 m.w.N.). Aber auch hier gilt, je schwerer das Delikt, desto eher hemmen primär moralische Überzeugungen, Werte, Normen die Begehung. Verbre-

chen werden in der Regel nicht begangen, selbst wenn keine Entdeckungsrisiken bestehen. Aus diesem Grund leisten Strafanzeigen eine wesentlich geringere Abschreckungswirkung als allgemein angenommen. Abschreckend ist somit primär das kommunizierte Risiko der Entdeckung und der konsequenten Sanktionierung. Die Reaktion muss hingegen keinesfalls strafrechtlich sein, denn die abschreckende Wirkung staatlicher Strafen ist relativ gering.⁸

Zu (4) Kriminologische Forschungen zeigen zudem, dass die Neigung eine Strafanzeige zu stellen, bei allen Straftaten mit zunehmender *Nähe der Beziehungen*, somit gerade innerhalb von Gemeinschaften, deutlich abnimmt. Eine drohende öffentliche Skandalisierung senkt die Bereitschaft von Mitarbeitern oder Managern überhaupt auf verdächtige Sachverhalte im Unternehmen aufmerksam zu machen, während die Abschreckungswirkung wie zuvor begründet, sehr gering ist. Das Dunkelfeld hellt man folglich am schwersten durch Drohungen mit Strafanzeigen auf.

Nüchtern betrachtet, erreichen somit Unternehmen die besten kriminalpräventiven Ergebnisse durch ihre Wachsamkeit und interne Sanktionierung. Das Drohen mit öffentlichen „Anklagen“ ist eher dysfunktional. Alle vier genannten Aspekte sind somit sorgfältig zu bedenken, wenn sich ein Unternehmen für eine konsequente „Politik der Strafanzeige“ entschließt.

2.2 Alternativen für Unternehmen

Dies gilt umso mehr, wenn das Leistungspotenzial von Alternativen in die Überlegungen einbezogen wird. So kann das betroffene Unternehmen ein eigenes Ermittlungsverfahren einleiten (ausführlich Cole 1996) und selbst Sanktionen aussprechen. Deren abschreckende Wirkungen werden gemeinhin unterschätzt. Schließlich steht dem Management mit Ausnahme der Freiheitsstrafe nahezu das gesamte zivil-/arbeitsrechtliche Instrumentarium sowie auch quasi strafrechtliche Sanktionen zur Verfügung (Berg 2001: 103f.; Homann 1997: 203f.; Maier 2001: 146, 152ff.).

Entscheidend ist, das Unternehmen darf den Vorfall nicht stillschweigend „beerdigen“, sondern muss reagieren. Generell wissen wir aus der kriminologischen Forschung sogar, dass *informelle* Sanktionen aus dem unmittelbaren Umfeld der Täter in der Regel besser als Kriminalstrafen greifen (Dannecker 2000: 50). Derartige Sanktionen einer Gemeinschaft lösen aufgrund der vielen persönlichen Beziehungen beispielsweise einen sehr nachhaltigen Effekt des „Shaming“ aus (vgl. Braithwaite 1989, 1998). Insbesondere verhindert jedes überzogene Anprangern die Entstehung wichtiger Schamgefühle beim Überführten; sozial-psychologisch leicht nachvollziehbar.

Die Implementation solcher Sanktionsmaßnahmen sollte durch *Richtlinien über das Vorgehen bei Verdacht auf Wirtschaftsstraftaten* erfolgen, die einige Unternehmen bereits eingeführt haben (Hofmann 1997: 251ff.). Bereits dem Aufstellen derartiger Richtlinien kommt eine bewusstseinsschärfende und auch abschreckende Funktion zu. Derartige Guidelines ermöglichen eine Standardisierung des Umgangs mit Wirtschaftsdelikten im eigenen Unternehmen und sie runden das Spektrum der kriminalpräventiven

⁸ Diese Funktion kann grundsätzlich jedes andere soziale System auch übernehmen, siehe hierzu die Ausführungen zur Bedeutung von business ethics und unternehmenseigener Reaktionen.

Maßnahmen ab, da sie die wichtige konsequente Verfolgung und Ahndung von Delikten gewährleisten. Das Unternehmen kann hierzu eine Praxis etablieren, in der entweder eigene Abteilungen oder externe spezialisierte Anwälte bzw. Wirtschaftsprüfungsgeellschaften mit einer Untersuchung von Verdachtsmomenten beauftragt werden (Cole 1996; Heißner 2001: 302ff.; Hofmann 1997). Zum Zwecke der Ermittlung bedarf es somit nur in seltensten Fällen einer Strafanzeige.

Wägt man somit alle Vor- und Nachteile gegeneinander ab, dann bleibt das Auslösen eines Strafverfahrens in der Regel nur eine Option im Sinne einer *ultima ratio*. Eine Strafanzeige kommt für ein Unternehmen in Betracht, wenn der Beschuldigte trotz erheblicher Verdachtsgründe jegliches Fehlverhalten bestreitet oder die verursachten Schäden extrem hoch sind und dies zudem bereits in den Medien skandalisiert wurde; die Reputation des Unternehmens auf dem Spiel zu stehen droht.

Grundsätzlich wäre es jedoch ein Fehler, auf eine abschreckende Wirkung von Strafanzeigen bzw. Kriminalstrafen zu setzen. Vielmehr zeigt die Forschung, dass der Vermittlung von *Werten* und *Normen* der höchste präventive Effekt zukommt.

3. Ursachen der Wirtschaftskriminalität und Präventionskonzepte

3.1 Typische Persönlichkeitsmerkmale von Wirtschaftsstraftätern

Über 40% der Unternehmen berichten, dass sie Bewerber auch unter kriminalpräventiven Aspekten überprüfen (PriceWaterhouseCoopers 2003: 18). Zum Kreis der *Täter* zählt mittlerweile durchaus das eigene Management. Nach Umfragen waren 64% der Täter die eigenen Mitarbeiter bzw. Manager (29%, KPMG 1999).⁹ Die „Risikogruppe“ wird somit weniger außerhalb des eigenen Unternehmens vermutet, sondern durchaus innerhalb.

Allerdings sind Wirtschaftsstraftäter in hohem Maße sozial unauffällig (Weisburd/Waring 2001: 70f.) und somit schwer mit Hilfe von prognostischen Verfahren zu identifizieren. Zwar werden sie in der kriminologischen Forschung als *Risk Seeker* (Wheeler 1990) oder als sehr entscheidungsfreudige, stark karriere-, erfolgs- und publicityorientierte (Überblick Simon/Hagan 1999: 145ff.; Löw 2002: 58ff.) bzw. extrovertierte Persönlichkeiten bezeichnet (Coleman 1998: 180f.). Aber nach den Kriterien des Management Recruitments und Developments wird gerade Wert auf die Persönlichkeit eines „*Erfolgstypen*“ gelegt.¹⁰ Manager haben kreativ und besonders flexibel agieren zu können; folglich Eigenschaften, die sowohl für das legale als auch illegale „Business“ von Vorteil sind (vgl. Coleman 1998: 180).

Der typische Wirtschaftsstraftäter (gegen Unternehmen) ist somit empirisch gesehen, der „normale“ erfolgreiche Manager. Auch aus diesem Grund sind Wirtschaftsunternehmen besonders von Wirtschaftsdelikten bedroht.

⁹ Andere Studien gaben mit 53% als häufigste Tätergruppe das eigene Management an, während die eigenen Mitarbeiter zu 30% Wirtschaftsdelikte begeingen. Ernst & Young (2003: 11).

¹⁰ Steinmann/Schreyögg (2000: 678f.), Staehle (1999: 866ff.)

Wenn es somit nicht konkrete Anhaltspunkte in der Person gibt, wie völlige Überschuldung oder unverhältnismäßiger Lebensstil oder gar einschlägige Vorbelastungen, dann gibt es kaum zuverlässige Persönlichkeitsindikatoren, um Kriminalitätsrisiken abschätzen zu können. Vielmehr gilt: Kommt es zu einer Straftat zum Nachteil des eigenen Unternehmens, so ist es wenig ratsam, die Ursache in der Person des Überführten zu suchen, sondern in aller Regel liegt der „Fehler im System“.

Deshalb empfiehlt sich ein *holistischer Präventionsansatz*, der das Unternehmen als Ganzes in den Blick nimmt und auf Schwächen und ungenutzte Stärken absucht (siehe unten zu Corporate Identity und Business Ethics). Wirksame Kriminalprävention ist Unternehmensprävention und keine Individualprävention, die nach latenten Verdächtigen sucht.

3.2 Opportunity Structures

Was können somit Unternehmen zur Kriminalprävention selbst tun? Als vermutete Ursachen von Wirtschaftskriminalität nennen Studien von KPMG (1999) und Price-WaterhouseCoopers (2003) unter anderem problematische Organisationsstrukturen in Unternehmen (wie unzureichende Kontrollen, Lean Management, Leistungsdruck) sowie zunehmende Internationalisierung und technologischen Wandel. Als probates Mittel eines Risikomanagements wird neben einem intensiveren Controlling (ausführlich Hofmann 1997) von verschiedenen Beratungsunternehmen zu einem umfassenden Konzept der Vermeidung von Gelegenheiten geraten, wie Vier-Augen-Prinzip bei Geschäftsverhandlungen, eine strengere institutionelle Aufgabentrennung von verschiedenen Funktionen sowie mehr Transparenz.¹¹

Dieses Konzept vermehrter Kontrolle im Unternehmen und Vermeidung von Gelegenheiten kann zwar auch aus kriminologischer Sicht sehr wirksam sein. Es gilt der Lehrsatz: „*Die Gelegenheit schafft den Täter.*“¹² Gleichwohl weiß man, dass trotz des wachsenden Ausbaus von internen Sicherheitsstandards dieser Weg schnell an Grenzen stößt. Kontrollmaßnahmen steigern notwendigerweise die *Unternehmenskomplexität* und schaffen zudem ab einem gewissen Punkt ein Klima zunehmenden Misstrauens (siehe unten zur *Corporate Identity*). Aus Sicht der Managementlehre und der Kriminologie spricht man deshalb von einem *Kontrollparadoxon*.¹³ Betriebliche Kontrollen gehen immer auf Kosten von Flexibilität und Transparenz – somit problematisch für einen Organisationsbereich der Gesellschaft, der seine Kraft gerade aus seiner Dynamik und Schnelligkeit zieht (im einzelnen Bussmann 2003).

Wir haben somit immer eine *doppelte Kontroll-Paradoxie* zu bedenken! Zum einen erhöhen Kontrollen die Sichtbarkeit von unternehmensinterner Kriminalität; sie scheint paradoxerweise zuzunehmen, obwohl man mehr denn je dagegen unternimmt (siehe oben 1.). Hier hilft eine besonnene Analyse. Zum anderen bergen verstärkte Kontrol-

¹¹ Berg (2001: 101), Huntington/Davies (1999), KPMG (1999), Pallazzo (2001).

¹² Sessar (1997), speziell zu Wirtschaftsdelikten Weisburd/Waring (2001: 146f.), kritisch Coleman (1998: 199ff.).

¹³ Steinmann/Olbrich/Klustrermann (1998: 138f.), vgl. auch Berg (2001: 101), vgl. auch Wyss (1999: 132f.), bzgl. Korruption Killias (1998).

len und Schutzmaßnahmen ihrerseits kriminogene Risiken, oft führen sie sogar nur zu einer Verlagerung der Begehungsmuster.¹⁴

Schließlich wird leicht übersehen, dass Opportunity Structures als solche erst perzipiert werden müssen. Kontrollmaßnahmen setzen somit eigentlich zu spät an, denn Gelegenheiten existieren nicht objektiv, sondern unterliegen einem durch Werte und Normen gefilterten Wahrnehmungsprozess (Karstedt/Greve 1996). Deren Akzeptanz verhindert häufig eine bewusste Wahrnehmung krimineller Optionen, weil derartige Verhaltensweisen entschieden abgelehnt werden.¹⁵ Gelegenheiten zu strafbaren Handlungen gibt es immer, sie werden jedoch meistens nicht als solche perzipiert.

3.3 Corporate Identity

Kriminalprävention im Unternehmen muss deshalb grundsätzlicher und umfassender ausgerichtet werden. Die klassische Idee erfolgreichen Managements, die *Corporate Identity* (vgl. bspw. Neuberger 2002: 373ff.), stellt auch aus Sicht verschiedener kriminologischer Ansätze eine wirksame Strategie zur Kriminalprävention dar. *Social Bond Theorien* kehren interessanterweise ebenfalls die gegebene Fragestellung um und fragen nicht danach, warum jemand kriminell wird, sondern warum die Mehrheit es nicht wird (Bussmann 2003). Diese Kriminalitätstheorien betonen insbesondere die Bedeutung persönlicher Bindungen an andere Menschen oder Gruppen (*attachment*), weil man ihren Erwartungen entsprechen und auch seine soziale Existenz nicht riskieren möchte (*commitment*). Des Weiteren hat das *involvement* im jeweiligen Verband eine kriminalitätshemmende Wirkung. Zusätzlich kommt es nach diesem Konzept darauf an, dass man die Werte und Normen (*beliefs*) der Gemeinschaft akzeptiert.

Der Ansatz der Corporate Identity stellt folglich auch aus Sicht der Kriminologie eine wirksame Strategie der Kriminalprävention dar. Hiernach erhöht ein Klima der Distanz und Anonymität im Unternehmen die Wahrscheinlichkeit von Straftaten. Eine hohe emotionale und soziale Bindung an das Unternehmen gewährleistet einen gewissen Schutz vor Schädigung des eigenen Unternehmens, aber auch das Teilen von *seinen* Werten und Grundüberzeugungen (*beliefs*). Zweifellos ist es plausibel und kriminologisch bestätigt, dass die emotionale und soziale Bindung an eine Gemeinschaft – hier ein Unternehmen – einen gewissen Schutz vor Schädigungen gewährleistet: Wer sich mit dem Unternehmen identifizieren kann und integriert ist, der schädigt es nicht; präziser formuliert, die Hemmschwellen sind höher.

Empirische Bestätigung fand diese Erklärung in unserer jüngsten Umfrage, die wir in Deutschland und England durchführten.¹⁶ Je mehr Personen über eigene Viktimisierungen berichteten, desto häufiger begingen sie selbst Vermögensdelikte. Auf Unternehmen angewendet, je mehr Manager sich unfair behandelt, somit „viktimisiert“

¹⁴ Bekanntestes Beispiel war die Einführung von schussicherem Glas für Kassenschalter in Banken. In der Folge verlagerte sich die Kriminalität auf Geisennahmen und Überfälle von Geldtransportern.

¹⁵ Insofern stellt die oben abgebildete Faktorenpyramide eine Vereinfachung dar, da Werte und Normen durchaus auch die Wahrnehmung von Gelegenheiten beeinflussen.

¹⁶ Forschergruppe: Karstedt/Farrall (Keele University, England) und Bussmann/Hienzsch/England (Universität Halle-Wittenberg).

fühlen, desto höher steigt die Wahrscheinlichkeit von Wirtschaftsdelikten gegen das eigene Unternehmen. Die zahlreichen sozialpsychologischen Studien aus der Gruppe der *Equity-Forschung* weisen alle in diese gleiche Richtung. In betriebspsychologischen Untersuchungen fand sich u.a. ein Zusammenhang zwischen der mangelhaften Begründung von Lohnkürzungen und dem Anstieg der Diebstahlsquote (Greenberg 1990; Marcus 2000: 107f. m.w.N.). Forschungen zur *Verfahrensgerechtigkeit* (procedural justice) bestätigen das Bild und lenken den Blick auf den entscheidenden Aspekt. Hiernach kommt es für Menschen stärker darauf an, *wie* sie behandelt werden, als was sie im Ergebnis bekommen (Lind 1994). Es geht um Fairness, somit um Beziehungen und Werte, wesentlich weniger um objektivierbare materielle Verteilungsfragen.

Das Konzept der Corporate Identity trifft somit einen wichtigen Punkt, gleichwohl ist zu sehen, dass sein Impact durch Personalfluktuation erheblich eingeschränkt wird. Denn seit längerem wird weltweit insbesondere unter Führungskräften eine zunehmende Abnahme der *Unternehmenstreue* beobachtet (Leendertse/Lay 2000). Der zweite Vorbehalt folgt aus der bloßen Bindung des Personals an sein *Unternehmen*, aber nicht an die Wirtschaft insgesamt, denn *Attachment* und *Commitment* richten sich typischerweise auf das *eigene Unternehmen* (Neuberger 2002: 384). Auch ein kriminelles Syndikat kann grundsätzlich ein hohes Maß an Corporate Identity aufweisen. Strategien zur Verbesserung der Corporate Identity leisten somit nur einen eingeschränkten Beitrag zur Kriminalprävention, denn sie helfen nicht bei Straftaten gegen fremde Unternehmen, bspw. durch Bestechung. Indem Wirtschaftskriminalität zwischen Unternehmen hierdurch nicht angegangen wird, kann der Gefahr einer Doppelmoral nicht begegnet werden. Das Konzept der Corporate Identity vermag somit die Kriminalprävention zum Schutze des *eigenen Unternehmens* nicht zu optimieren.

Die weitere Restriktion ergibt sich daraus, dass Social Bond Theorien wie auch die soziologische und kriminologische Forschung zusätzlich eine Akzeptanz von *Werten* und *Normen* fordert (*beließ*; siehe unten 4.). Der Vermittlung von Werten kommt somit nicht nur bei der Wahrnehmung von *Opportunity Structures*, sondern auch im Konzept der Corporate Identity eine hohe Bedeutung zu.

4. Die Bedeutung von Werten für Kriminalität

4.1 Forschungslage

Unter Deutschlands Managern gilt als Hauptursache für Kriminalität im eigenen Unternehmen der Verfall gesellschaftlicher *Werte* (67%, KPMG 1999). Neben einer mangelnden Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen werden in den zuvor genannten Unternehmensbefragungen auch fehlende Unternehmensleitlinien (*Business Ethics*) genannt.

Diese verbreitete Ansicht trifft den Kern des Problems. In kriminologischen Forschungen zeigte sich immer wieder, dass keine andere Kriminalitätsursache von vergleichbarer Bedeutung ist – weder bestimmte Persönlichkeitsmerkmale noch Gelegenheiten. Zwar schaffen vermehrte Gelegenheiten und geringere Kontrollen erhöhte Kriminalitätsrisiken, aber eine hohe Akzeptanz von Gesetzen und Werten hemmt die Nutzung von kriminellen Gelegenheiten. Beispielsweise haben für die Entstehung von

Versicherungsbetrug moralische Bewertungen die höchste Erklärungskraft (Fetchenhauer 1998: 1999). Menschen agieren eben nicht nach einfachen rational choice Kalkülen, sondern sie bewegen sich zuvörderst in einer spezifischen Wertekultur.¹⁷

Dies heißt umgekehrt aber auch, dass bestimmte Werte auch Kriminalität begünstigen können. Eine These lautet, dass die Wirtschaftsgesellschaft sich selbst die Werte geschaffen hat, die für einen Anstieg der Vermögenskriminalität mitverantwortlich sind. Daniel Bell verwies bereits 1953 in seinem Aufsatz „*Crime as an American Way of Life*“ auf die entstandene Kultur eines rigidien Wettbewerbs, der Werte wie Solidarität und Rücksichtnahme fremd seien und dagegen einen Sozial-Darwinismus transportiere (Coleman 1987; Messner/Rosenfeld 1997). Die Keimzellen der Wirtschaft, die einzelnen Unternehmen, sind auch aus diesem Grund besonders stark gefährdet, Opfer dieser Wertorientierungen zu werden, da diese Wertmuster hier besonders dominieren. So erklärt die kriminologische Forschung die Straftaten wirtschaftlicher Eliten gerade mit der defizitären Akzeptanz der entsprechenden Normen.¹⁸

In unserer eigenen Studie, die wir im letzten Jahr in England und Deutschland durchführten, zeigte sich dementsprechend zweierlei:

- Bürger berichten umso häufiger von Vermögensdelikten, je höher ihr Einkommen ist. Die kriminelle Motivation steigt somit nicht mit wirtschaftlicher „Not“, sondern mit Prosperität – „crime from greed rather than from need.“
- Je stärker Personen die Werte einer konsequenten Marktwirtschaft befürworten, desto weniger fühlen sie sich an Rechtsnormen unbedingt gebunden und sie neigen sogar zum Rechtszynismus.¹⁹

Hinzu kommt ein weiteres Phänomen. Man kann nicht generell von einer Erosion der Werte in unserer Gesellschaft sprechen, sondern Langzeitstudien zeigen im Generationenvergleich, dass für uns heute eine *Fragmentierung* der Normgeltung und ihre contextsensitive Anwendung typisch geworden sind.²⁰ Dies heißt, je nach Situation und Kontext werden die Normen unterschiedlich angewendet und akzeptiert – fragmentiert. Moralen haben folglich zunehmend ihre absolute Geltung verloren.

Diese Fragmentierung der Normgeltung ist zudem der Nährboden für *subkulturelle Milieus*, in denen bestimmte Normen und Moralen kaum noch beachtet werden. Was außerhalb eines Unternehmens selbstverständlich als illegal angesehen wird, kann im Arbeitsalltag eines Unternehmens gebilligt werden. Insbesondere konnten wir in unserer jüngsten Studie nachweisen, dass die Häufigkeit von Vermögensdelikten sehr hoch mit der Unterstützung durch entsprechende *soziale Netzwerke* korreliert. Je mehr sich Personen der Unterstützung durch Andere in Ihrer Umgebung sicher sind, sei es durch Billigung oder aktive Hilfen, desto häufiger begehen sie entsprechende Delikte.

¹⁷ Siehe Nachweise bei Fußnote 2 zur eingeschränkten Abschreckungswirkung von Strafen sowie weiterführend speziell zu corporate crime bspw. Simpson (2002), Vaughan (1998).

¹⁸ Coleman (1998: 181ff.), Cole (1996: 8), Frehsee (1991), Green (1997: 248f.), Simon/Hagan (1999: 136f.), Karstedt (1999), Karstedt/Farrall (2003).

¹⁹ „It feels good to ‚bend‘ the rules and get away with it.“ Or „Sometime you need to ignore the law and do what you want to.“

²⁰ Nachweise in Nunner-Winkler (2000: 332), Karstedt (1999), Karstedt/Farral (2003).

Es kommt somit auch darauf an zu verhindern, dass sich in Unternehmen entsprechende „*Subkulturen*“ etablieren, in denen Neutralisierungen und Rechtfertigungen von Bereicherungen auf Kosten des eigenen Unternehmens blühen.

4.2 Das kriminalpräventive Potenzial von Business Ethics

Der Vermittlung von Werten und Normen kommt folglich unter verschiedenen Gesichtspunkten eine entscheidende Bedeutung in der Kriminalprävention zu. Sie können zur Erhöhung der Corporate Identity beitragen (s.o.) und innerhalb eines solchen Konzepts verankert sein, aber auch darüber hinausreichende Funktionen haben.²¹

Richtig ist deshalb, dass seit den achtziger Jahren in Unternehmen ein wachsendes Bewusstsein für die Implementation von *Business Ethics* entstanden ist (Schlegelmilch 1990; Ulrich/Wieland 1999). Eine eigene schriftliche Umfrage unter 800 deutschen Großunternehmen ergab für 2001, dass über 50% der mittleren und Großunternehmen über ethische Unternehmensleitlinien verfügen. Aus kriminologischer und sozialwissenschaftlicher Sicht gelten *Business Ethics* als besonders kriminalpräventiv wirkungsvoll.²² Zusammenfassend lässt sich sagen, ethische Richtlinien ...

- stimulieren Kommunikation und Diskussion über ethische Grenzen,
- sensibilisieren für ethische Werte,
- kommunizieren rechtliche Grenzen,
- fördern Effekte der Selbstbindung.²³

Immerhin hielt nach einer Studie die Hälfte der US-Unternehmen Ethikprogramme für kriminalpräventiv wirksam (Nachweis bei Steinherr/Steinmann/Olbricht 1998: 199). Zwar kann man nach den großen Unternehmensskandalen wie WorldCom und Enron gerade im „Mutterland“ der *Business Ethics* an deren kriminalpräventiver Wirkung durchaus zweifeln. Aber zum einen kann selbst die effektivste Kriminalprävention keinen hundertprozentigen Schutz bieten und zum anderen liegt der Schwachpunkt dieses Konzepts in seiner Implementation im Unternehmen. Ethische Richtlinien sind häufig zu abstrakt formuliert, werden zu wenig kommuniziert und damit auch zu wenig gelebt.

Abstrakte Guidelines nutzen das Potential nicht aus, wenn nur allgemein Werte ange- sprochen werden wie Beachtung von Menschenrechten, Gleichbehandlung, Fairness, Respekt oder Integrity, Sustainability sowie Compliance. Viele Richtlinien sind indes zu wenig konkret, wie eigene Untersuchungen zu deutschen Unternehmen ergeben haben (Palazzo 2001: 212ff.). Hingegen wird die kriminalpräventive Wirkung von *Business Ethics* entscheidend erhöht, wenn *explizit* strafrechtliche Normen in die Richtlinien *eingebettet* werden. Auf diese Weise können Effekte der expliziten Selbst-

²¹ Der Grundgedanke ist, dass Unternehmen und Personal sowohl nach außen als auch nach innen moralisch verantwortlich handeln, siehe bspw. Homann/Blome-Drees (1992), Kreikebaum (1996), Steinmann/Löhr (1991), Lay (1989).

²² Zur Korruption Kerner/Rixen (1996: 377), Palazzo (2001), kritisch Coleman (1999: 224f.), Shover (1998: 154f.).

²³ Drumm (2001: 750), Neuberger (2002: 754) Palazzo (2001).

bindung ausgelöst werden, so dass eine Kommunikation, Bewusstseinsbildung, Akzeptanz und Habitualisierung von dort kodifizierten Werten und insbesondere Wirtschaftsstrafrechtsnormen zu erwarten ist.²⁴

Eine eigentlich selbstverständliche weitere Voraussetzung ist die Implementation von Richtlinien zur Unternehmensethik in den *Unternehmensalltag*, wenn es kein „*law in the books*“ bleiben soll. Normen, somit auch Business Ethics, können wie ein Medium wirken, das zur Kommunikation über Grenzen und Werte anregt. Die Regeln müssen bei entsprechenden Anlässen immer wieder „zitiert“ werden. Sie müssen somit „gelebt“ und Teil der Unternehmenskultur werden, um auf diese Weise in das Bewusstsein des Managements zu gelangen. Auch hieran scheint es jedoch in vielen Unternehmen zu mangeln. Sehr wirksam wäre es, entsprechende Inhalte u.a. in Curricula von Management-Schulungen einzuführen, wie es die US-amerikanischen *Sentencing Guidelines* explizit verlangen.²⁵

Jedes Verhüllen oder Verschweigen von strafbaren Vorfällen ist folglich verfehlt, denn Schweigen, jegliches Tabuisieren wäre der Nährboden für weitere Kriminalität. Allein deshalb ist eine Aufklärung des Vorfalls unverzichtbar, auch eine überbetonte Diskretion innerhalb des Unternehmens wäre unter präventiven Gesichtspunkten dysfunktional. Über Wirtschaftsdelinquenz muss im Unternehmen kommuniziert werden können, nur so kann eine Sensibilisierung erreicht werden. Insbesondere bietet jeder Fall die Möglichkeit, um an der Corporate Identity und moralischen Integrität des Unternehmens weiter zu arbeiten.

5. Conclusio

Mittlerweile wissen wir aus zahlreichen kriminologischen Studien viel sowohl über Ursachen von Wirtschaftskriminalität als auch über wirksame Präventionsmöglichkeiten. Manche Faktoren und Gegenmaßnahmen werden eher überbewertet, andere unterschätzt oder sie haben unintended Nebenwirkungen, wie insbesondere Strafanzeigen. Der Vermittlung von Werten und Normen kommt hingegen unter allen möglichen Ursachen und Präventionsstrategien die höchste Bedeutung zu. Dies gilt gerade im Bereich der Wirtschaft, denn hier kumulieren die Probleme sowohl hinsichtlich der Opportunity Structures, der Persönlichkeitsmerkmale als auch gerade bezüglich der dominanten und teilweise konfligierenden Wertorientierungen.

Ein spezifisch kriminalpräventiv ausgelegtes Wertemanagement moderiert alle kriminogenen Faktoren und stellt deshalb das Herzstück jeder unternehmenseigenen Kriminalprävention dar, denn Business Ethics können den Einfluss von ...

- verführerischen Gelegenheiten,
- charakterlichen Schwächen,
- Techniken der Neutralisation,
- sub-kulturellen Netzwerken,
- und Rechtszynismus erheblich eindämmen.

²⁴ Cole (1996: 111ff.), Drumm (2000: 748ff.), Neuberger (2002: 750ff.), Palazzo (2001).

²⁵ Steinherr/Steinmann/Olbrich (1998), Steinmann/Schreyögg (2000: 115f.).

Sie stärken zudem die Corporate Identity und sensibilisieren die Mitarbeitenden für die Bedeutung sozialer Werte und rechtlicher Grenzen des eigenen Handelns.

Der kriminalpräventive Impact von Business Ethics wird jedoch zumeist entweder zu sehr unterschätzt oder aber es bestehen in der Praxis noch zu große Implementationsdefizite. Zwar ist Wirtschaftskriminalität – empirisch gesehen – grundsätzlich normal, aber keinesfalls mangelnde Präventionskultur und schlechtes Krisenmanagement. Hier ließe sich in vielen Fällen aus kriminologischer Sicht das Kriminalitätsrisiko effektiver absenken.

Literaturverzeichnis

- Albrecht, Hans-Jörg* (2003): Forschungen zur Wirtschaftskriminalität in Europa: Konzepte und empirische Befunde. In: Albrecht, Hans-Jörg (Hrsg.): Kriminalität, Ökonomie und Europäischer Sozialstaat. Heidelberg: 37-69.
- Bell, Daniel* (1953): Crime as an American Way of Life, in: The Antioch Review, 13: 131-154.
- Berg, Andreas* (2001): Wirtschaftskriminalität in Deutschland: Ursachen und Bekämpfung von Korruption und Untreue, Osnabrück.
- Bock, Michael* (2000): Kriminologie. Für Studium und Praxis. 2. Aufl. München.
- Boers, Klaus* (2001): Wirtschaftskriminologie. Vom Versuch, mit einem blinden Fleck umzugehen, in: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform: 335-356.
- Braithwaite, John* (1989): Crime, Shame and Reintegration, Cambridge.
- Braithwaite, John* (1998): Restorative Justice, in: Michael Tonry (Eds.): International Handbook of Crime and Punishment, Oxford: 323-344.
- Bussmann, Kai-D.* (1989): Der Mythos Strafrecht hat Konjunktur - Wirtschaftsstrafrecht und Abolitionismus, in: Kritische Vierteljahresschrift für Gesetzgebung und Rechtswissenschaft: 126-148.
- Bussmann, Kai-D.* (2000): Evolution und Kriminalität. Kriminalität als notwendiger Teil gesellschaftlicher Entwicklung, in: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform: 233-246.
- Bussmann, Kai-D.* (2003): Business Ethics und Wirtschaftsstrafrecht. Zu einer Kriminologie des Managements, in: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform: 89-104.
- Bussmann, Kai-D./ Lüdemann, Christian* (1988): Rechtsbeugung oder rationale Verfahrenspraxis? Über informelle Absprachen in Wirtschaftsstrafverfahren, in: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform: 81-92.
- Bussmann, Kai-D./ Werle, Markus* (2003): Sensibilität von Unternehmen für Kriminalität und soziale Probleme, Forschungsbericht, Ms. Halle/S.
- Cole, Richard B.* (1996): Management of Internal Business Investigations. A Survival Guide, Springfield.
- Coleman, James William* (1998): The Criminal Elite. Understanding White-Collar Crime, 4. Aufl., New York.
- Dannecker, Gerhard* (2000): Die Entwicklung des Wirtschaftsstrafrechts in der Bundesrepublik Deutschland, in: Wabnitz, Heinz-Bernd/Janowski, Thomas (Hrsg.): Handbuch des Wirtschafts- und Steuerstrafrechts: 1-50.
- Drumm, Hans-Jürgen* (2000): Personalwirtschaft, 4. Aufl., Berlin et al.
- Ernst & Young* (2003): Fraud – The unmanaged Risk. 8th Global Survey, Johannesburg.

- Fetchenhauer, Detlef* (1999): Möglichkeiten und Grenzen von Rational Choice: Erklärungen für betrügerisches Verhalten am Beispiel des Versicherungsbetrugs, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie: 283-312.
- Frehsee, Detlev* (1991): Zur Abweichung der Angepassten, in: Kriminologisches Journal, 25- 45.
- Geis, Gilbert* (1992): White-Collar Crime: What is it?, in: Schlegel, K./Weisburd D. (Hrsg.), White-collar Crime Reconsidered. Boston.
- Green, Garry S.* (1997): Occupational Crime, 2. Aufl., Chicago.
- Greenberg, John* (1990): Employee Theft as a Reaction to Underpayment Inequity: The Hidden Costs of Pay Cuts, in: Journal of Applied Psychology, 75: 561-568.
- Heinz, Wolfgang* (1998): Begriffliche und strukturelle Besonderheiten des Wirtschaftsstrafrechts, in: Gropp, Walter (Hrsg.): Wirtschaftskriminalität und Wirtschaftsstrafrecht in einem Europa auf dem Weg zu Demokratie und Privatisierung, Leipzig: 13-50.
- Heißner, Stefan* (2001): Die Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität. Eine ökonomische Analyse unternehmerischer Handlungsoptionen. Berlin.
- Hermes Kreditversicherung* (1997): Hermes - Schutz vor Veruntreuung sowie Hermes Ratgeber, Hamburg.
- Hofmann, Rolf* (1997): Unterschlagungsprophylaxe und Unterschlagungsprüfung, 2. Aufl., Berlin.
- Homann, Karl* (1997): Unternehmensethik und Korruption, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung: 187-209.
- Homann, Karl/ Blome-Drees, Franz* (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.
- Huntington, Ian/ Davies, David* (1999): Wirtschaftskriminalität im Unternehmen, dt. Bearb. Dieter Lohse (KPMG, Hrsg.), Frankfurt a.M.
- Kaiser, Günther* (1996): Kriminologie. Ein Lehrbuch, 3. Aufl. Heidelberg.
- Karstedt, Susanne* (1999): Beutegesellschaft. Zur moralischen Ökonomie moderner Marktgesellschaften, in: Soziale Probleme, 10: 99-115.
- Karstedt, Susanne/ Farral, Steven* (2003): The Moral Maze of the Middle Class: The Predatory Society and its Emerging Regulatory Order, in: Albrecht, Hans-Jörg/Serassis, Telemach/Kania, Harald (Hrsg.): Images of Crime II. Representations of Crime and the Criminal in Politics, Society, the Media and the Arts, Freiburg, im Erscheinen.
- Karstedt, Susanne/ Greve, Werner* (1996): Die Vernunft des Verbrechens, in: Bussmann, Kai-D./Kreissl, Reinhard, Kritische Kriminologie in der Diskussion, Opladen: 171-210.
- Kerner, Hans-Jürgen/ Stephan Rixen* (1996): Ist Korruption ein Strafrechtsproblem? Zur Tauglichkeit strafgesetzlicher Vorschriften gegen die Korruption, in: Goltdammers's Archiv für Strafrecht: 355-396.
- Killias, Martin* (1998): Korruption: vive la repression! Oder was sonst, in: Schwind, H.-D./Kube, F./Kühne H. H. (Hrsg.): Kriminologie an der Schwelle zum 21. Jahrhundert. Festschrift für Hans Joachim Schneider, Berlin New York: 239-254.
- KPMG* (1999): Tatort Chefetage, in: Managermagazin, 12: 210-223.
- Kreikebaum, Hartmut* (1996): Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart.
- Kunz, Karl-Ludwig* (2003): Kriminologie. Eine Grundlegung. 3. Aufl. Bern et al.
- Lay, Rupert* (1989): Ethik für Manager, Düsseldorf.
- Leendertse, Julia/ Lay, Rupert* (2000): Illoyale Hopper, in: Wirtschaftswoche, 2: 160-183.
- Levi, Michael* (2000): Shaming and the Regulation of Fraud and Business „Misconduct“, in: Karstedt, Susanne/ Bussmann, Kai-D. (Hrsg.): Social Dynamic of Crime And Control, Oxford: 117-132.

- Liebl, Karlheinz* (1986): Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität. Höhenflug mit Bauchlandung?, in: Kriminologisches Jurnal, 1: 50-59.
- Lind, E. Alan* (1994): Procedural Justice and Culture: Evidence for Ubiquitous Process Concerns, in: Zeitschrift für Rechtssoziologie: 24- 36.
- Löw, Arnold*, (2002): Integriertes Risiko-Management der Wirtschaftskriminalität. St.Gallen
- Maier, Kilian* (2001): Wirtschaftskriminalität und Interne Revision, Bamberg.
- Marcus, Bernd* (2000): Kontraproduktives Verhalten im Betrieb, Göttingen et al.
- Messner, Steven/ Rosenfeld, Richard* (1997): Crime and the American Dream, 2. Aufl., Belmont.
- Nelken, David* (1997): White-Collar Crime, in: Maguire, Mike/Morgan, Rod/Reiner, Robert (Hrsg.): The Oxford Handbook of Criminology. Oxford: 891- 924.
- Neuberger, Oswald* (2002): Führen und führen lassen, 6. Aufl., Weinheim, Basel.
- Nunner-Winkler, Gertrud* (2000): Wandel in den Moralvorstellungen. Ein Generationenvergleich, in: Nunner-Winkler, G./Edelstein, W. (Hrsg.): Moral im sozialen Kontext, Frankfurt a.M.: 299-336.
- Palazzo, Bettina* (2001): Unternehmensexthik als Instrument der Prävention von Wirtschaftskriminalität und Korruption, in: Die Kriminalprävention, 2: 52-60.
- Paternoster, Raymond/ Simpson, Sally* (2001) [1992]: Routine Activity and Rational Choice, in: Shover, Neal/Wright, John Paul (Hrsg. 2001): Crimes of Privilege. Readings in White-Collar Crime: 194-210.
- PriceWaterhouseCoopers* (2001): Europäische Umfrage zur Wirtschaftskriminalität 2001, Frankfurt/a.M.
- PriceWaterhouseCoopers* (2003): Wirtschaftskriminalität 2003. Internationale und deutsche Ergebnisse, Frankfurt/a.M.
- Schlegelmilch, Bodo B.* (1990): Die Kodifizierung ethischer Grundsätze in europäischen Unternehmen: eine empirische Untersuchung, in: Die Betriebswirtschaft, 50: 365-374.
- Schwind, Horst-Dieter* (2003): Kriminologie. Eine praxisorientierte Einführung mit Beispielen. 13. Aufl. Heidelberg.
- Schumann, Karl F./Berlitz, Claus/Guth, Hans-Werner/Kaulitzki, Reiner* (1987): Jugendkriminalität und die Grenzen der Generalprävention. Neuwied, Darmstadt.
- Sessar, Klaus* (1997): Zu einer Kriminologie ohne Täter - Oder auch: Die kriminogene Tat, in: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform: 1-24.
- Shover, Neal* (1998): White-Collar Crime, in: Michael Tonry (Hrsg.), International Handbook of Crime and Punishment, Oxford: 133-158.
- Simon, David R./ Hagan, Frank E.* (1999): White-Collar Deviance, Boston et al.
- Simpson, Sally S.* (2002): Corporate Crime, Law, and Social Control, Cambridge.
- Staeble, Wolfgang H.* (1999): Management, 8. Aufl., München.
- Steinherr, Christine/Steinmann, Horst/Olbrich, Thomas* (1998): Die U.S.-Sentencing Commission Guidelines. Eine Dokumentation, in: Alwart, Heiner (Hrsg.): Verantwortung und Steuerung von Unternehmen in der Marktwirtschaft, München.
- Steinmann, H./Olbrich, Th./Klustersmann, B.* (1998): Unternehmensexthik und Unternehmensführung. Überlegungen zur Implementationseffizienz der US-Sentencing Guidelines, in: Alwart, Heiner (Hrsg.): Verantwortung und Steuerung von Unternehmen in der Marktwirtschaft, München: 113-152.
- Steinmann, Horst/ Löhr, Albert* (1991): Unternehmensexthik, 2. Aufl., Stuttgart.
- Steinmann, Horst/ Schreyögg, Georg* (2000): Management, 5. Aufl., Wiesbaden.

- Tiedemann, Klaus* (1993): Strafrecht in der Marktwirtschaft, in: *Festschrift für Stree*, Walter/ Wessels, Johannes (Hrsg.). Heidelberg: 537ff.
- Ulrich, Peter/ Wieland, Josef* (1999): Unternehmensethik in der Praxis. Impulse aus den USA, Deutschland und der Schweiz, 2. Aufl., Bern et al.
- Vaughan, Diane* (1998): Rational Choice, Situated Action, and the Social Control of Organizations, in: *Law & Society Review*, 32: 23-61.
- Weisburd, David/ Waring, Elin* (2001). White-Collar Crime and Criminal Careers, Cambridge.
- Wheeler, Stanton* (1990): The Problem of White-Collar Crime Motivation, in: Schlegel, Kip/ Weisburd, David (Hrsg.): *White-Collar Crime Reconsidered*: 108- 123.
- Wyss, Eva* (1999): Kriminalität als Bestandteil der Wirtschaft. Eine Studie zum Fall Werner K. Rey, Pfaffenweiler.