
Rezension

Stefan Behringer (Hrsg.): Compliance kompakt. Best Practice im Compliance-Management. 4., neue bearbeitete Auflage. Erich Schmidt Verlag: Berlin 2018, ISBN 978-3-503-18209-1. Seiten 420, 49,95 Euro.

Die neuere Geschichte zeigt zahlreiche Beispiele von Betrugsskandalen, Steuerkriminalität und Parteispenden-Affären. Der Herausgeber und die Autoren des gut strukturierten Werkes befassen sich mit „Compliance“, um die Folgen von kriminellen Handlungen in Wirtschaft und Organisationen aufzuzeigen.

An den 19 Kapiteln des Werkes haben 17 renommierte Fachleute mitgewirkt. Diese vierte Ausgabe berücksichtigt neueste Gesetze zum Thema Datenschutz und Geldwäsche. Es werden Antworten gegeben, z.B. was der Begriff der Compliance bedeutet, welche sozialen, wirtschaftlichen und juristischen Prioritäten sich für die Gesetzgebung ergeben, welche Formen der Compliance man berücksichtigen muss und schließlich wie Compliance in der Praxis zielführend und erfolgreich umzusetzen ist. Nach Behringer dienen Unternehmensskandale als Basis für Compliance (vgl. S. 33).

Es ist ein Buch sowohl mit pädagogischem als auch mit ethischem Anspruch.

Zunächst wird der Compliance-Begriff definiert. Er stammt wie die gesamte Compliance-Forschung a.d. Angelsächsischen: „to comply with“ bedeutet u.a. „etwas nachkommen“ (vgl. S. 34). Eine ausführliche Compliance-Definition lautet: „Alle Maßnahmen zur Einhaltung von gesetzlichen und anderen Regeln, die dem Unternehmen extern vorgegeben sind, und die Ausarbeitung von Regeln, die sich das Unternehmen selber gegeben hat, sowie die dazu eingeführten Maßnahmen. Maßstab

für die sich selbst zu gebenden Regeln ist dabei ein ethisches und verantwortliches Handeln“ (S. 36). Relevant ist die sogenannte „Compliance-Pyramide“; sie besteht aus drei Stufen „gesetzlicher und anderer verpflichtender Regeln“, „Best Practice“ und „sozialer Verantwortung“. Das „Fraud Triangle“ wiederum zeigt als Modell eine Art der „Anatomie“ der Entstehung einer kriminellen Handlung und besteht aus drei Komponenten, und zwar „Gelegenheit“, „Motivation“, und „Rechtfertigung“. Diese drei Komponente lassen sich wie folgt beschreiben: erstens die Gelegenheit für den Täter, zweitens Motivation als Bedürfnis, eine kriminelle Tat zu begehen, und drittens die (Selbst-)Rechtfertigung für eine Straftat. An diesem Dreieck lässt sich erkennen, dass Motivation und Rechtfertigung in der Person des Täters liegen, die Gelegenheit jedoch (Gelegenheit macht Diebe) ist Sache der „Compliance Organisation“, um unerwünschte Gelegenheiten überhaupt nicht erst zu ermöglichen. Eine starke Corporate Identity(CI) und entsprechende Unternehmenskultur können dafür sorgen, dass es z.B. keine bzw. kaum Möglichkeiten gibt, um in einem Unternehmen um kriminelle Handlungen zu begehen. Compliance benötigt Mechanismen, welche die Einhaltung der gesetzlichen Regeln sicherstellen. Es stellt sich die Frage, nach der Notwendigkeit bzw. Relevanz der Compliance. Behringer fragt zu recht, was Compliance allgemein bedeutet: Ist es Kostenfaktor, Mode, Notwendigkeit oder Erfolgsfaktor (vgl. S. 43). Warum spielt Compliance, sozial- und wirtschaftspolitisch gesehen, zunehmend eine wesentliche Rolle? Die Antwort lautet: Compliance kann zur Einhaltung der Gesetze in einem Unternehmen beitragen und muss von allen gelebt

werden; sie schafft Synergien, die langfristig einem Unternehmen von Vorteil sein können. Voraussetzung hierfür ist die Einhaltung aller juristischen Regeln in einem Unternehmen; man spricht in diesem Zusammenhang von „Legal Compliance“. Compliance ist eine immens wichtige Aufgabe der Geschäftsführung und muss von allen Mitarbeitern eines Unternehmens respektiert und gelebt werden. Im Bereich des Compliance spielt auch der Begriff des „Whistleblowing“ eine wesentliche Rolle. Darunter ist die Preisgabe von Informationen an Ermittlungsbehörden über Verstöße gegen Gesetze im Unternehmen zu verstehen. Whistleblowing kann aber auch als „Verpfeifen“, „Ausplaudern“ bzw. „Verraten“ verstanden werden. Wörtlich übersetzt ist der „whistle-blower“ ein „Ausplauderer“ oder „interner Informant, der Informationen nach außen gibt“ (S. 322). In diesem Buch wird Whistleblowing als „Hinweisgeben“ bzw. „Hinweisgeber“ (S. 323) verstanden.

„Accounting Compliance“ wiederum befasst sich grundsätzlich mit Buchführung und Rechnungslegung. Relevant ist in einem Unternehmen die „Tax Compliance“, sie soll das Unternehmen vor Haftungspflichten schützen: „Dabei ergibt sich eine Gratwanderung zwischen den Interessen der Gesellschafter und denen des Fiskus, denn die Gesellschafter legen in aller Regel Wert auf eine Minimierung der Steuern, während der Staat nach höherem Steueraufkommen strebt“ (S. 147). „Tax Compliance“ soll optimal und legal „Steuervorteile“ für Unternehmen ausschöpfen. Des Weiteren müssen in Unternehmen die Spielregeln eventueller Insolvenz eingehalten werden, um strafrechtlich nicht mit dem Vorwurf der Insolvenzverschleppung konfrontiert zu werden, hier spricht man von „Insolvency Compliance“.

Zunehmend wichtig ist in der Unternehmenspraxis die „IT-Compliance“ als Teil der „allgemeinen Compliance“ (vgl.

S. 193). „Regulatory Compliance“ befasst sich mit Anforderungen an Produkte eines Unternehmens (vgl. S. 211). „Compliance Management“ dagegen mit Rückmeldungen des Kunden zu Produktqualität und Dienstleistungen mit dem Ziel, den Kunden positiv und zufrieden einzustimmen. Folglich muss ein Unternehmen das „Export Compliance“ (S. 271) ernst nehmen. „Export Compliance“ kann sich als Risikostrategie für Unternehmen herausstellen, falls nicht geeignete Strukturen geschaffen werden. Compliance und Controlling, gepaart mit Verhaltenskodex, können eine bestimmte Unternehmens-Philosophie prägen. Die Einführung von Regelwerken im Sinne des „Best Practice“ z.B. „Code of Ethics“, „Ethik-Richtlinien“, „Code of Conduct“, „Verhaltenskodex“ und „Verhaltenskodex gegen Korruption“ ist vielschichtig und soll u.a. das ehrliche Miteinander fördern und zur Korruptionsvorbeugung und Bekämpfung beitragen.

Eine gesonderte Rolle spielt in diesem Buch „Compliance und Corporate Social Responsibility (CSR)“: Am 11. April 2017 trat das „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernberichten“ in Kraft, das sogenannte CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz“ (vgl. S. 341). Es handelt sich dabei darum, dass Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sich verpflichtet haben, eine sogenannte nicht-finanzielle Erklärung abzugeben. Diese Unternehmen müssen in diesem Bericht Angaben zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen, aber auch zur Achtung der Menschenrechte und zur Korruptionsbekämpfung machen. In diesem Kontext spricht man von einer Verantwortungspyramide. Corporate Social Responsibility und Compliance können in einem Unternehmen im Sinne einer „Compliance-Organisation“ gemeinsam an einer ethischen Basis arbeiten. Dabei müssen bestimmte Compliance Regeln, Strukturen und Compliance-Qualifikationen für Ma-

nager mit juristischen Kompetenzen geschaffen werden (vgl. S. 383).

Diese lesenswerte und besonders für Manager hoch aktuelle Pflichtlektüre analysiert signifikante und klare Compliance-Wege in der Unternehmenspraxis. Für eine der nächsten Auflagen wäre eine Zusammenfassung in englischer Übersetzung wünschenswert. So würde diese Lektüre in allen EU-Ländern die Bedeutung und Notwendigkeit der Compliance als europäische Herausforderung untermauern. Diese Arbeit richtet sich zwar in erster Linie an kommerzielle Unternehmen; doch können davon Behörden und Nonprofit-Organisationen (Vereine, Fundraising-Agenturen und Stiftungen) ebenfalls erheblich profitieren. Wirtschaftsbetrug und Verstoß gegen geltende Gesetze können überall stattfinden, sowohl in der freien Wirtschaft als auch in einem jugendpädagogischen Freizeitverein. Compliance ist mehr als eine „Überwachung“ konformen Handelns; sie ist auch gelebte Corporate Identity (CI). Im Portfolio eines Unternehmens muss Compliance

die höchste Priorität haben. Ordnungsgemäße Buchführung, Controlling und aussagekräftige Belege schützen Unternehmen vor strafrechtlichen Konsequenzen. Compliance muss als ein Kontroll-Instrument zugelassen, verstanden und umgesetzt werden. Korruption gab es schon immer, sie lässt sich mit Compliance-Instrumenten bekämpfen. Dafür müssen aber klare Gesetze geschaffen werden u.a. im Sinne von Nachvollziehbarkeit. Deutsche Gesetze sind eindeutig, um jedoch z.B. erfolgreich global zu handeln, müssen ebenso globale Gesetze bzw. „Global Compliance“ geschaffen werden. Es ist den einzelnen Unternehmen zu überlassen, ob sie gesonderte Compliance-Abteilungen einrichten. Entscheidend für Unternehmen ist jedoch, welchen Stellenwert Compliance für sie in der Praxis hat. Die juristische und moralische Verantwortung für Compliance trägt in einem Unternehmen eindeutig die Geschäftsführung.

*Dr. Siegmund Pisarczyk,
Diplompädagoge & Non Profit Manager*