

Compliance

Ein ganzheitlicher Ansatz in jeder Hinsicht

Customer Relationship Management und Compliance sind eng verzahnt. Das verbindende Element ist das Prinzip Know Your Customer (KYC), also den Kunden und sein Verhalten gut zu kennen.

Compliance-Verständnis heute

Compliance ist im heutigen Wirtschaftsleben ein Sammelbegriff für Strategien und Systeme zur Verhinderung von Verstößen gegen Normen im weitesten Sinne. Von den potenziellen Folgen solcher Normverstöße hängt es weitgehend ab, welchen Stellenwert die Compliance in einer Branche, in einem Unternehmen oder in einem Unternehmensbereich genießt. Es geht also nicht nur um die Befolgung von aktuell geltenden Gesetzen, sondern auch um die bewusste und gewollte Einhaltung von Regeln in einem umfassenden Verständnis. Darüber hinaus enthält der Begriff eine bedeutsame ethische Dimension, welche – dem Konzept der integrativen Wirtschaftsethik folgend – nach der Legitimität des Handelns fragt und somit einen ganzheitlichen Ansatz zugrunde legt.

Nicht nur ein Organisationskonzept

Compliance ist zum einen kein bloßes Organisationskonzept und stellt zum anderen keine lediglich juristische Kernfunktion eines Unternehmens dar. Oft wird der Finanzsektor als Beispiel aufgeführt. Indessen: Anforderungen und Prozesse sind für die Wirtschaft als Ganzes maßgebend. Die gesamte Wirtschaft nämlich sieht sich mit entsprechenden Fragestellungen konfrontiert. Beispiele dazu sind etwa die Schmiergeldskandale bei Siemens und MAN, die Spitzelaffäre Deutsche Telekom, die Datenaffäre Deutsche Bahn sowie diverse Bankenskandale.

Anforderungen an den ganzheitlichen Ansatz

1. Recht

Compliance ist zunächst geprägt vom Ziel, Rechtsverstößen vorzubeugen, sie zu entdecken und zu ahnden. Zu diesem Zweck werden rechtliche Bestimmungen auf eine Vielzahl von spezifischen Normen (Weisun-

gen) heruntergebrochen sowie ergänzt und durch Compliance-Standards präzisiert.

2. Integrität

Der integritätsbezogene Ansatz ist offener und weiter, proaktiv und von Werten geprägt, kann somit als umfassend bezeichnet werden. In ihm enthalten ist als Selbstverständlichkeit die Einhaltung des Rechts, und zwar nicht nur in seiner Formulierung,



sondern in seinem wohlverstandenen Sinn und Geist. Management-Integrität wird heute im Sinne einer positiven Zielsetzung als grundsätzliche Voraussetzung guter Unternehmensführung erwartet. Das Wort Integrität stammt aus dem Lateinischen: integritas kann als Redlichkeit, Unversehrtheit und Unbescholtenheit übersetzt werden. Ein integrier Mensch stimmt in sich überein: Er tut, was er sagt. Der Satz, „eigentlich bin ich ganz anders, nur komme ich selten dazu“, umschreibt das Gegenteil.

3. Respekt für den Kontext

Der Respekt für den Kontext kann zu einem Teil unter den Begriff der Integrität subsumiert werden (Verhältnis zum Ganzen) und er beinhaltet zusätzlich das Denken in größeren Zusammenhängen sowie eine selbstauferlegte Beschränkung. Es geht um die Mentalität von Wirtschaft und Gesellschaft. Diese muss mitgeprägt sein von den Wirtschaftsakteuren, die sich wirklich mit der Frage auseinandersetzen, was denn ihre Funktion in der Zivilgesellschaft als Ganzes ist. Regeln allein können dies nicht definieren. Regeln ist immanent, dass sie unterlaufen werden können. Sie ersetzen die Reflexion nicht.

Dieser Ansatz schließt ein a) den Respekt vor dem Thema Compliance an sich, b) den Respekt für die Personen, welche im Besonderen die Verantwortung dafür tragen sowie c) den Respekt für die Abläufe, die damit verbunden sind. Dieser Respekt handelt heute ganz besonders von der Mitverantwortung der Unternehmen für ökologische und soziale Fragen. „Die frühmoderne Metaphysik des Marktes – die Ideallehre vom „freien Markt“, der ganz von selbst dafür sorgt, dass alles gut wird – ist längst von den sehr realen Erfahrungen mit der problematischen Umwelt-, Sozial- und Humanverträglichkeit des Wirtschaftslebens entzaubert worden. Unternehmerisches Handeln steht zwar nicht immer, aber immer öfter mitten im Brennpunkt gesellschaftlicher Wert- und Interessenkonflikte.“ Thomas Friedman formulierte die Unterscheidung zwischen nachhaltigem und situationsbezogenen Werten: „Nachhaltige Werte bedeuten: Ich bin immer hier, ich werde immer verantwortlich sein. Situationsbezogene Werte bedeuten: Ich kann es tun, also sollte ich es tun.“

Das Recht erweist sich meist als untaugliches oder ungenügendes Hilfsmittel, um diese Verantwortung durchzusetzen – die Forderung nach dem Handeln nach Treu und Glauben etwa im Gesellschaftsinteresse bietet ebenfalls wenig Handhabe.

■ *Monika Roth*

Prof. Dr. jur. Monika Roth ist Rechtsanwältin in der Kanzlei roth schwarz roth in Binningen (CH) und Studienleiterin des DAS Compliance Management am IFZ Zug (Hochschule Luzern). Monika Roth publiziert regelmäßig. Ihr neuestes Buch trägt den Titel „Compliance – Voraussetzung für nachhaltige Unternehmensführung“.

www.roth-schwarz-roth.ch