

Minenfeld Compliance

Ein Wort, das in der jüngeren Vergangenheit für viel Aufregung, vor allem in der Event-Branche, sorgte: Ein Compliance-Manager versucht, auf Basis der Fakten den Hintergrund auszuleuchten.

Text: Joachim Rosenberger

Ein böses Wort macht die Runde: Compliance. Kaum jemand weiß, was es genau bedeutet, kaum jemand kennt Einzelheiten. Trotzdem sind viele Protagonisten der Event-Branche verunsichert, nervös, hart an der Grenze zur Hysterie: Firmen stornieren aus Unsicherheit Events, heißt es, Locations verlieren ebenso Aufträge wie

Veranstalter, Künstler, Caterer und Techniker. Das neue Gesetz gehöre dringendst entschärft, und es müsse ein für alle Mal für jeden verständlich klargestellt werden, was verboten und was erlaubt sei, denn diese Unsicherheit lähme die ganze Branche.

Es wabert: Wirte in der Umgebung des Parlaments in Wien servieren bereits

„Antikorruptions-Menüs“ um 99 Euro. Das mag als Skurrilität durchgehen.

Aber eine Pressemitteilung des Senats der Wirtschaft titelte mit „Compliance – am Weg zur entmündigten Gesellschaft?“. Worum es ging: „Bürokratischer Regelwahn gefährdet Eigenverantwortung, Vernunft sowie die wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Entwicklung“, hieß es – Anlass zu dieser Mitteilung war eine Matinee mit dem (Zitat) „brennenden“ Thema „Stoppt den Compliance-Wahn!“.

Ein interessanter Ansatz: Compliance bedeutet zunächst nichts anderes, als Gesetze und Regelungen einzuhalten. Compliance Management will nichts anderes, als in Unternehmen dafür zu sorgen, dass besagte Gesetze und Regelungen bekannt sind und eingehalten werden.

Ruft da jemand im Senat der Wirtschaft ernsthaft dazu auf, Gesetze zu ignorieren oder zu brechen? Oder hat da jemand ganz schlicht keinerlei Ahnung, wovon er schreibt?

KorrStrÄG 2012 – die Aufregung

Per 1. 1. 2013 trat das Korruptionsstrafrechts-Änderungsgesetz 2012 (KorrStrÄG 2012) in Kraft: Der wesentliche Unterschied zu den vorangegangenen Fassungen liegt u. a. darin, dass der Begriff des Amtsträgers präzisiert wurde, dass alle Personen des öffentlichen Rechts (jetzt inklusive der Abgeordneten zum Parlament) erfaßt wurden, dass ein strafrechtlich verpönter, ungebührlicher Vorteil definiert wurde, ebenso wie das sogenannte „Anfüttern“ – es kam zu einer Strafverschärfung im Bereich der Geschenkkannahme und der Bestechung im privaten Sektor.

Es geht u. a. um einen etwas sperrigen Begriff: den des Amtsträgers. Amtsträger ist jeder, der – vereinfacht dargestellt – als Organ oder Dienstnehmer für eine Gebietskörperschaft oder eine internationale Organisation Aufgaben der Gesetzgebung, Verwaltung oder Justiz als deren Organ oder Dienstnehmer wahrnimmt oder für ein Unternehmen arbeitet, an dem eine oder mehrere inländische oder ausländische Gebietskörperschaften unmittelbar oder mittelbar beteiligt sind.

Klingt kompliziert, ist es auch. Ein Indikator ist, ob das Unternehmen vom Rechnungshof geprüft wird: Der Rech-



© www.123rf.com

nungshof listet diese Firmen jedoch auf seiner Website auf (<http://www.rechnungshof.gv.at/beratung/pruefobjekte.html>), es sind fast 6000, also nachschauen kann jeder.

Eine weitere Klippe heißt „Vorteilsannahme zur Beeinflussung“: Nicht mehr ist, dass das Fordern, Annehmen oder Sichversprechenlassen bzw. das Anbieten, Versprechen oder Gewähren eines Vorteils für die pflichtwidrige oder pflichtgemäße Vornahme oder Unterlassung eines Amtsgeschäfts strafbar ist.

Neu ist dagegen, dass die Straffälligkeit schon ohne Bezugnahme auf ein konkretes Amtsgeschäft eintritt, wenn die Zuwendungen dazu dienen, Amtsträger für alle Fälle gewogen zu stimmen – also „anzufüttern“.

Nicht ungebührlich sind jedoch Vorteile, deren Annahme gesetzlich erlaubt ist oder die im Rahmen von Veranstaltungen gewährt werden, an deren Teilnahme ein amtlich oder sachlich gerechtfertigtes Interesse besteht – und dies in Form orts- oder

landesüblicher Aufmerksamkeiten geringen Werts. Großes „Aber“: Es sei denn, dass die Tat gewerbsmäßig begangen wurde.

Allgemeine Verunsicherung

All dies hat Aufregung verursacht: Bislang wurde kein Fall ausjudiziert, aber die Verunsicherung besteht sowohl auf Seiten der Amtsträger als auch in der Event-Branche. Um Herbert Sojak von HC Marketing Consult zu zitieren: „Die Branche leidet

Compliance in Österreich – brauch' ma des?

Natürlich fängt das allgemeine Unbehagen schon damit an, dass es bislang niemandem gelungen ist, den Begriff Compliance genau ins Deutsche zu übersetzen: In der aktuellen Interpretation beschreibt Compliance die Deckung von gefordertem Verhalten – z. B. von Gesetzen, unternehmensinternen Regelwerken oder freiwilligen Kodizes – mit tatsächlichem Verhalten. Die Gesamtheit der Maßnahmen, die das sicherstellen sollen, bezeichnet man als Compliance Management – nicht mehr, nicht weniger.

D. h., Compliance befasst sich auch, aber nicht ausschließlich mit Korruption bzw. Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung.

Compliance Management ist eine junge Disziplin: Ursprung war der Sarbanes-Oxley Act von 2002, ein US-Bundesgesetz, das als Reaktion auf Bilanzskandale von Unternehmen wie Enron oder Worldcom die Verlässlichkeit der Berichterstattung von Unternehmen, die den öffentlichen Kapitalmarkt in Anspruch nehmen, verbessern sollte. Viele Länder sind diesem Beispiel gefolgt.

In Österreich sind börsennotierte Unternehmen durch den österreichischen Corporate Governance Kodex dazu verpflichtet, Banken, Versicherungen, pharmazeutische Unternehmen durch branchenspezifische gesetzliche Vorgaben ebenso. Allen anderen Unternehmen wird empfohlen, dem zu folgen.

Unmittelbarer Zweck von Compliance Management ist, das Unternehmen, das Management und die Mitarbeiter vor Schaden zu bewahren: Dazu gehört in erster Linie, jene rechtlichen Rahmenbedingungen und andere Regulatorien aufzuzeigen, denen das Unternehmen und alle seine Mitarbeiter unterworfen sind – und das kann je nach Branche eine Menge sein: Kartellrecht, Korruptionsstrafrecht, Bestimmungen des Datenschutzes, die Regeln der Ausfuhrkontrolle, des Wirtschafts- und Waffenembargos, das Geldwäschegesetz, die Europäische Kosmetikverordnung – schon wenn ein Maler seine Mitarbeiter unterrichtet, wie leere Farbkübeln laut Umweltrecht zu entsorgen sind, ist dies bereits Compliance Management.

Das ist aus zwei Gründen von Bedeutung: Einerseits wegen der ständig steigenden Flut an neuen Gesetzen, Verordnungen, Vorschriften etc. – insofern gibt Compliance Orientierung im Vorschriftendschungel, nicht zu reden von Handlungsvorgaben, Schulungen und der Kontrolle der Einhaltung der Compliance-Regeln. Andererseits, weil auch Strafverfahren gegen Unternehmen an sich geführt werden können.

Zu bedenken ist weiter, dass jedes österreichische Unternehmen, das etwa in den USA oder in Großbritannien aktiv ist – und sei es z. B. nur über einen Importeur oder Distributor – dem bereits

Top 20 FCPA Settlements (millions)

Company	Settlement (millions)	Year
Siemens	\$800	2005
KBR/Halliburton	\$579	2005
BAE	\$400	2005
ENI S.p.A.	\$365	2006
Technip	\$338	2006
JGC Corporation	\$219	2007
Daimler	\$185	2007
Alcatel-Lucent	\$137	2007
Deutsch / Magyar Telekom	\$95	2008
Panalpina	\$82	2008
Johnson & Johnson	\$70	2009
ABB	\$58	2009
Pride International	\$56	2010
Marubeni Corporation	\$54	2010
Baker Hughes	\$44	2011
Wilbros	\$32	2011
Chevron	\$30	2011
Titan	\$29	2012
Bridgestone	\$28	2012
Vetco	\$26	2012

© Baker McKenzie

erwähnten Sarbanes-Oxley Act oder dem UK-Bribery Act unterliegt. Gesetzeswerke wie das österreichische Verbandsverantwortlichkeits-Gesetz oder der britische Bribery Act sehen allerdings eine Straffreiheit der Unternehmen vor, wenn diese zumindest „adäquate“, das heißt der Unternehmensgröße angemessene Compliance-Systeme installiert haben.

Wenn nicht, kann das teuer werden, wie man anhand der Grafik (Quelle: Baker & McKenzie, 2012) sieht – aufgelistet sind hier die US-Strafen auf Basis der Verurteilungen nach FCPA (Foreign Corrupt Practice Act). Und zwar nicht nur für das Unternehmen, sondern auch für seine Organe, d. h. Vorstände, Geschäftsführer, Prokuristen etc.

Zwar hat Austrian Standards erst jüngst die brandneue Önorm 192050 veröffentlicht: Sie deckt alle derzeit gängigen Benchmarks wie OECD Guidelines, UK-Bribery Act usw. ab und definiert etwa die Rolle des Managements („Tone from the Top“), von Compliance Officers, Risikobewertungen, Handlungsvorgaben, Schulungen und Kontrolle der Einhaltung der Compliance-Regeln.

Nichtsdestoweniger ist Compliance in Österreich eine junge Disziplin: Vorsichtigen Schätzungen zufolge gibt es hierzulande nicht mehr als 300 Compliance Officers oder Beauftragte – zum Vergleich: Laut Österreichischem Rechtsanwaltskammertag gab es Ende 2012 in Österreich 5756 Rechtsanwälte, dazu 89 niedergelassene europäische Rechtsanwälte und dazu noch ca. 2000 Rechtsanwaltsanwärter.

darunter, dass keiner genau weiß, was er dürfen darf – typisch österreichisch.“

Und Erik R. Kastner von Opus Marketing: „Nicht die Event-Branche ist verunsichert, sondern die Kunden, weil keiner

weiß, was erlaubt ist. Schon möglich, dass zu lange Schindluder getrieben wurde. Aber möglicherweise hat das Pendel jetzt zu weit ausgeschlagen.“

Martin Brezovich von eventplan, Vorsitzender des Vorstandes und Sprecher des Event Marketing

Board Austria (EMBA), bekennt sich persönlich und namens seiner Mitstreiter dazu, Korruption in allen Erscheinungsformen zu bekämpfen und alle gegen Korruption gerichteten Maßnahmen zu unterstützen. Trotzdem sieht er in den aktuellen Änderungen einen unüberlegten Schnellschuss und die getroffene Regelung unausgewogen, unpräzise und schlecht.

Im Speziellen stößt ihm die Geringfügigkeitsgrenze von 100 Euro auf: Brezovich moniert, dass zu präzisieren sei, was kalkulatorisch als Wert einer Einladung zu erfassen ist, und verwehrt sich gegen die Unterstellung, dass Einladungen zu Events per se bereits korrumpierend wären.

Was sagt das Gesetz?

Der Gesetzgeber sagt im Gegensatz zur obigen Meinung sehr genau, was er seinen Amtsträgern gestattet und was nicht: Die Fibel des Bundesministeriums für Justiz zum KorStrÄG 2012 sieht durchaus Repräsentationsaufgaben der Amtsträger, die Teilnahme an Veranstaltungen kann tatsächlich zur Informationsgewinnung dienen. Es ist nur im jeweils gegenständlichen Fall abzuwägen, ob ein amtliches, sachliches Interesse an der Teilnahme besteht.

Seitens des Einladenden können durch aus Repräsentations-Überlegungen bestehen, er kann sich eine Aufwertung, einen Werbeeffect seiner Veranstaltung erhoffen. Es kann aber genauso gut sein, dass dahinter der Versuch steht, einen Amtsträger in der Wahrnehmung seiner Aufgaben zu beeinflussen.

Das mag der öffentliche Arbeitgeber nicht. Das mögen übrigens auch immer öfter private Arbeitgeber nicht, sie lassen Einladungen vorab durch die Compliance-Abteilung überprüfen und gestatten

danach die Teilnahme – oder auch nicht: Maßgeblich ist in jedem Fall, wie sich das Vorgehen aufgrund der gesamten Umstände, unter denen es geschieht, darstellt.

Es kommt also auf die Motivation der Einladung an, auf die Konstellation des Einladenden und des Eingeladenen zueinander, auf die Anzahl der Gäste, überhaupt auf den Gesamtcharakter der Veranstaltung.

Eine Hausregel der Pharmaindustrie lautet übrigens, man darf Ärzte durchaus zu Veranstaltungen einladen – Spaß haben dürfen sie allerdings nicht mehr.

Hundert Euro – geringfügig oder nicht?

Grundsätzlich gestattet sind die berühmten „3 K“: Kuli, Kalender, Klumpert mit einem deutlichen Firmenaufdruck – ein Faber Castell für 195 Euro fällt allerdings nicht mehr darunter.

Amtsträger dürfen Kleinigkeiten annehmen, aber nicht fordern, schon gar

nicht gewerbsmäßig, d. h. in der Absicht, sich eine fortlaufende, die Geringfügigkeit übersteigende Einnahme zu verschaffen.

Die Geringfügigkeits-Grenze von 100 Euro ist übrigens im Korruptions-Strafrecht nicht explizit erwähnt: Der Oberste Gerichtshof hat diese Wertgrenze jedoch auch explizit zum Korruptions-Strafrecht judiziert, und zwar noch anhand der inzwischen ein wenig veralteten 1000-Schilling-Grenze.

In anderen Rechtsbereichen hat der Oberste Gerichtshof eine Erhöhung auf 100 Euro vorgenommen – und dies mit der Geldwertentwicklung und der Erhöhung der Wertgrenze begründet: Eine aktuelle Entscheidung existiert zwar, soweit überblickbar, nicht, es ist jedoch davon auszugehen, dass der OGH im Fall des Falles die genannte Wertanpassung vornehmen würde.

Die Hundert-Euro-Grenze gilt also – und manche Vertreter der Event-Branche laufen dagegen Sturm. Ihr Argument: Eine



©HC-System Promotion

Herbert Sojak

Korruption in Österreich

Bei der Einschätzung der Verbreitung von Korruption zeigte Österreich Ende 2012 eine starke Verschlechterung: Laut Korruptionswahrnehmungs-Index von Transparency International fiel Österreich von Platz 16 im Jahr 2011 auf Rang 25 von insgesamt 172 Plätzen. Mit 69 Punkten liegt Österreich damit gleichauf mit Irland und hinter den USA mit 73 und Frankreich mit 71 Punkten, aber auch hinter Chile und Uruguay mit jeweils 72 Punkten. Deutschland kommt mit 79 Punkten weltweit auf Platz 13.

Im Vergleich der EU-27 und anderer demokratischer Industriestaaten in Europa, Nordamerika und Asien befindet sich Österreich damit nur noch im Mittelfeld – im Vergleich zu den früheren EU-15 und der angelsächsischen Demokratien sogar nur noch im unteren Drittel (nur die südlichen EU-Mitgliedsstaaten liegen hier noch schlechter).

Der Korruptionswahrnehmungs-Index sagt freilich nicht direkt etwas über den Korruptionsgrad aus: Vielmehr wird durch Auswertung internationaler Untersuchungen ermittelt, wie stark Korruption wahrgenommen wird. Das ist in Zeiten, in denen ein Skandal den nächsten zu jagen scheint, naturgemäß recht ausgeprägt.

Ironie am Rande: Mitte der 2000er-Jahre lag Österreich auf Platz zehn – unverdient, denn tatsächlich haben ja einige Affären, die derzeit noch ihrer Aufklärung harren, genau in jenem Zeitraum ihren Ursprung.

Als Ergebnis wurden 2012 u. a. „schwerwiegende Lücken“ im Korruptionsstrafrecht geschlossen und ein neues Parteiengesetz erlassen: Diese Maßnahmen könnten Österreich mittelfristig wieder weiter nach vorn helfen, wenn sie denn „glaubwürdig“ umgesetzt werden.

Tatsächlich wurde jedoch kaum ein Gesetzeswerk schneller durch die Instanzen gepeitscht als das Korruptionsstrafrechts-Änderungsgesetz 2012: Am 16. Mai 2012 wurde der Antrag durch einen Abgeordneten eingebracht, bis 28. Juni wurde er beschlossen, am 1. Jänner 2013 trat das Gesetz in Kraft.

Im erst Anfang Oktober veröffentlichten Bericht „Exporting Corruption“ – einer jährlichen unabhängigen Beurteilung der Effektivität der Durchsetzung der OECD-Konvention gegen Korruption – wurde Österreich, übrigens wie schon 2012, in die Kategorie „moderate Umsetzung der OECD-Richtlinien“ eingestuft – Transparency International erkennt an, dass erste Schritte gesetzt wurden, um Korruption effektiver zu verfolgen. Dennoch gibt es noch einiges an Verbesserungsbedarf.

Einladung zu einem Event ist nicht mit dem Wert eines Bargeschenks zu vergleichen, die Geringfügigkeits-Grenze sollte daher in diesem Zusammenhang nicht gelten. Darüber lässt sich diskutieren.

Denn wie erwähnt, steht aus Sicht des Gesetzgebers der amtlich-sachliche Zweck der Veranstaltung im Vordergrund, und



© Hallamasch

Andreas Hladky

ebenso, wie transparent Zweck, Wert und Anlass kommuniziert werden. Das mag zu negativen Entscheidungen in der Frage des Besuchs vonseiten der Amtsträger führen.

Ob es dagegen Sinn macht, die Wertgrenze zu verschieben, sei dahingestellt. Wohin denn? Eine Erhöhung dürfte politisch kaum opportun sein, eine Präzisierung, was den Wert einer Einladung ausmacht – die Konsumation, die Location, die Vortragenden, Catering etc. – könnte allerdings helfen.

Wer darf also dürfen?

Mit der Diskussion über die Geringfügigkeits-Grenze scheint allerdings der Blick auf das Ganze in den Hintergrund getreten zu sein: Denn welcher Unternehmer in der Privatwirtschaft will denn, dass seine Mitarbeiter Geschenke von anderen Unternehmen im Wert von 100 Euro erhalten oder zu Events derselben oder höheren Wertstufe eingeladen werden?

Auf praktisch jeder Hierarchiestufe wäre zu hinterfragen, welchem Zweck das dient – vielleicht ist nichts dahinter, vielleicht doch: Das zu hinterfragen, soll ausgerechnet bei Amtsträgern nicht legitim sein? Dies allerdings ist nicht nachzuvollziehen.

Etliche Unternehmen haben sich jedoch schon – wohl oder übel – auf die neuen Verhältnisse eingestellt: Wie anlässlich der Ski-WM in Schladming nachzulesen war, hatten etliche Unternehmen und prominente Sponsoren wie Audi, Voest oder Gösler erst gar keine Amtsträger eingeladen. Trotzdem blieb laut Veranstalter die Anzahl der VIPs im üblichen Rahmen.

Seit letztem Dezember gibt es im auch ORF Compliance-Regeln – und der Aufruhr darüber hielt sich in Grenzen. Die drei österreichischen Tageszeitungen „Der Standard“, „Die Presse“ und „WirtschaftsBlatt“ sind im Sommer mit einer gemeinsamen Compliance-Initiative an die Öffentlichkeit getreten: Im Internet wurden

jeweils „Leitlinien“ („Standard“) bzw. „Verhaltensregeln“ („Presse“) veröffentlicht – man wolle „in Sachen Ethik ein Signal an die Branche setzen“, hieß es.

Engelbert Washietl, ehemaliger Chefredakteur des „WirtschaftsBlatts“ und Mitglied des PR-Ethikrats, will Compliance in der Presse jedenfalls nicht als Misstrauensbekundung gegen Mitarbeiter verstanden wissen – „strukturelles Misstrauen“ sei aber angesagt: Klare Regeln seien für Journalisten ein Vorteil, „weil sie sich an etwas festhalten“ können.

Und sicher nicht nur für Journalisten.

Die Tone from the Top-Regel

„Tone from the Top“ ist eine unbedingte Forderung verschiedener nationaler und internationaler Kommentare und Richtlinien zur Organisation von Compliance-Systemen: Gemeint ist damit, dass sich die



© MCI

Martin Brezovich

Führung eines Unternehmens voll hinter die Compliance-Bemühungen zu stellen hat – andernfalls wird das Konzept innerbetrieblich nicht funktionieren und im Schadensfall wohl nicht im Sinne der Verteidigung gewertet werden.

Transparency International beurteilt die österreichischen Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung als „moderate Umsetzung der OECD-Richtlinien“: Warum diese Maßnahmen noch nicht weiter gehen und warum die Einstellung zu Korruption vielfach noch mehr als verwaschen ausfällt, liegt mit Sicherheit daran, dass der öffentliche „Tone from the Top“ in Österreich – im Unterschied zu vielen anderen Ländern – das Wesen der Compliance noch nicht wirklich erfasst hat. (Hier wäre dann an Fälle wie Buwog, Telekom, Hohegger oder Grasser, samt der jeweiligen Unschuldsumutung in jedem Falle, zu denken.)

Dazu ein Statement von Andreas Hladky, Geschäftsführer der Event-Agentur Hallamasch und Sprecher der österreichischen Veranstaltungswirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich, der ein umfassendes Bedrohungsszenario ortet: „Compliance im Event-Bereich zu diskutieren heißt, dass man die grundlegende Mechanik politischer Korruption nicht einmal im Ansatz verstanden hat. Nur in Europa fällt es Politikern und der Compli-



© Opus Marketing

Erik R. Kastner

ance-Industrie ein, Amtsträgern den Restaurant- oder Eventbesuch zu verbieten. Die derzeitigen gesetzlichen Regelungen zum Schaden der Tourismus- und Freizeitwirtschaft verhindern nichts und schaden vielen. Wir lehnen sie als Branche daher insgesamt ab.“

Zu fragen wäre natürlich, wer diese ominöse Compliance-Industrie denn sein soll – und festzuhalten ist natürlich auch, dass grundsätzlich nichts dagegen spricht, dass Amtsträger Restaurants oder Events besuchen – nur bezahlen können oder sollten sie ihre Rechnungen definitiv selbst.

Soll aber der Event-Bereich insgesamt ohne Compliance auskommen? Das heißt, ohne Beachtung der gesetzlichen Rahmenbedingungen? Kann das wirklich ein Branchensprecher in der WKO gemeint haben?

Gemeint sein kann aus Sicht der Eventbranche nur, dass einerseits zu kleinliche, andererseits aber auch offensichtlich nicht zuzende gedachte gesetzliche Regelungen – man denke nur an die sehr kurze Frist, in der das KorStrÄG 2012 durchs Parlament gepeitscht wurde: sechs Wochen von der Gesetzesbringung bis zum Beschluß –, die eigentlich auf politische bzw. wirtschaftliche Korruption zielen sollten, auf ihre praktische, branchenverträgliche Anwendbarkeit hin überprüft und – vor allem – verständlich formuliert werden sollten.



© Michael Jähoda

Über den Autor

Joachim Rosenberger war u. a. Exportleiter bei den Salinen

Austria und Werbeleiter bei Adeg und ist jetzt Certified Compliance Officer mit Schwerpunkt Internationales Prozess- und Compliance Management.



www.rosenbergerconsult.at