



Compliance-Bewusstsein muss gestärkt werden

Das Aalener Institut für Unternehmensführung (AAUF) veröffentlicht dritte Forschungsstudie an der Hochschule Aalen zum Compliance-Management in der Praxis.

24.09.2019 | Das Aalener Institut für Unternehmensführung (AAUF) beschäftigte sich im Rahmen der Studienserie „Erfolgsfaktoren der Unternehmensführung“ mit dem Thema „Compliance Management in der Praxis“. Compliance nimmt bei einer guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung eine bedeutende Rolle ein und gewinnt zunehmend an Bedeutung. An der Studie beteiligten sich 122 Unternehmen.

Aalen

Der noch vor gut 10 Jahren im deutschen Sprachraum nahezu unbekannte Begriff Compliance stammt aus dem anglo-amerikanischen Rechtskreis und bedeutet in etwa die Einhaltung, Befolgung und Übereinstimmung bestimmter Gebote. Der Begriff zielt jedoch nicht nur auf die Erfüllung der gesetzlichen Regelungen ab, sondern ist im Zusammenhang mit einer wert- und werteorientierten Unternehmensführung zu sehen. Das Fehlverhalten von Unternehmen gerät aufgrund von Wirtschaftsskandalen immer mehr in die Öffentlichkeit und Berichte über wirtschaftskriminelles Handeln werden fast täglich in Zeitungen veröffentlicht. Die Anzahl der Straftaten ist 2017 im Bereich der Wirtschaftskriminalität im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Insgesamt wurden 74.070 Fälle registriert, was einem Anstieg von 28,7 Prozent entspricht und damit auch deutlich über dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre liegt.

Da die Entdeckungswahrscheinlichkeit und die Strafhöhe durch die zunehmende Überwachung und steigende Anzahl an Regelwerken weiter ansteigen, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Unternehmen selbst im Mittelpunkt eines Skandals stehen werden. Das Thema Wirtschaftskriminalität ist in das Bewusstsein der Gesellschaft gerückt, dadurch gewinnt das Thema Compliance zunehmend an Bedeutung.

Doch wie sieht die praktische Umsetzung von Compliance in deutschen Unternehmen aus? In welchem Umfang beschäftigen sich Unternehmen mit dem Thema Compliance? Wie wird Compliance-Management organisiert, wer ist verantwortlich und welche Ziele verfolgen Unternehmen damit? Um diese Fragen zu beantworten, hat sich das AAUF in seiner dritten Forschungsstudie „Compliance-Management in der Praxis“ dieser Thematik gewidmet.

Ergebnisse der Forschungsstudie

Obwohl das Thema Compliance aufgrund diverser Wirtschaftsstraftaten deutlich in den Fokus von Medien und Politik geraten ist, zeigt die AAUF Studie, dass Compliance ein Thema ist, dessen Relevanz von den meisten Unternehmen als gering eingeschätzt wird.

Compliance ist für die meisten Unternehmen „Chef-Sache“: mit 79 Prozent ist am häu-

figsten die Geschäftsführung oder der Vorstand für Compliance zuständig, nur 38 Prozent der Unternehmen verfügen über eine eigene Compliance-Abteilung und 33 Prozent besetzen die Position des Chief Compliance Officer.

Eine Anlaufstelle und Handlungsempfehlungen zu Compliance-Themen sind bei 62 Prozent vorhanden. Über eine Whistleblowing-Hotline oder Briefkästen für anonyme Hinweise verfügen 21 Prozent der befragten Unternehmen.

Die meisten Unternehmen sehen die Funktion des Compliance-Managements als Präventionsmaßnahme zur Vermeidung von Fehlverhalten oder als Korrektur zur systematischen Verbesserung des Vorgehens. Als wichtige Compliance-Instrumente sehen 85 Prozent das Vorleben der Führungskräfte, 84 Prozent die Verhaltenskodizes für Mitarbeiter und 79 Prozent das Unternehmensleitbild oder die Führungsgrundsätze.

Zu den wichtigsten Zielen zählt an erster Stelle die Prävention oder Korrektur von Non-Compliance, gefolgt von der Verbesserung der Unternehmenskultur, die Wahrnehmung des Unternehmens als verlässlicher Partner, die Verringerung oder der Ausschluss von Haftungsrisiken, eine höhere Transparenz und die Verbesserung der Reputation.

Der Umgang mit Cyber-Risiken sehen 6 Prozent als eine starke und 37 Prozent als eine sehr starke Herausforderung. Des Weiteren haben 67 Prozent der Unternehmen spezifische Regelungen zum Thema Cyber-Kriminalität etabliert. Weitere Herausforderungen werden im Zusammenhang mit der kontinuierlichen Überwachung von Compliance-Prozessen, der Förderung der Compliance-Kultur, der Integration der Compliance in Organisationsstrukturen und einer wirksamen Compliance-Kommunikation gesehen.

Empfehlungen für die Praxis

Die Studie verdeutlicht, dass Compliance ein Thema ist, welches noch nicht ausreichend in den Unternehmen diskutiert wird.

Zunächst wird eine ganzheitliche Etablierung von Compliance durch die Schaffung einer Compliance-Kultur empfohlen, da Compliance nicht nur auf die Verhinderung von Straftaten, sondern auch auf die Einhaltung ethischer Grundsätze und Aufdeckung von Wirtschaftsstraftaten abzielt. Versäumnisse bei der Einführung und Ausgestaltung von Compliance-Systemen können erhebliche Haftungsrisiken bergen, welche die Reputation des Unternehmens nachhaltig schädigen können.

Auch die Ausbaufähigkeit der Hinweisgebersysteme in deutschen Unternehmen, die sowohl für interne als auch für externe Hinweisgeber dienen, sollten weiter ausgebaut werden. Weiterer Handlungsbedarf besteht auch im Hinblick auf dem Schutz gegen Cyberkriminalität, welches in zu wenigen Unternehmen auf der Agenda steht.

Grundsätzlich muss das Compliance-Bewusstsein bei allen Mitarbeitern und Führungskräften gestärkt werden. Eine ganzheitliche Etablierung von Compliance ist im

Hinblick auf die langfristige Erfolgssicherung unerlässlich.