

01/2008 – März

HR § Compliance

Informationsdienst: Compliance im Personalwesen und Internes Kontrollsystem (IKS)

Ethik · Gesetze · Praxishilfen · IT · Produkte · Personalien · Beratung · Netzwerke · Qualifizierung

Interview mit Hans Leyendecker, profiliertes Journalist und Enthüller zahlreicher Wirtschaftsaffären:

»Es fehlt das Unrechtsbewusstsein.«

»In deutschen Firmen wird geschmiert und getrickst, was das Zeug hält. Unlauteres Geschäftsgebaren, ob zum Nutzen habsüchtiger Manager oder zum vermeintlich Besten des Unternehmens, ist an der Tagesordnung.« Diese deutlichen Worte finden sich auf dem Klappentext des aktuellen Buches von Hans Leyendecker mit dem Titel »Die große Gier«. Als Leitender Redakteur der Süddeutschen Zeitung brachte er allein oder im Team etliche Wirtschaftsaffären an Tageslicht. Für seine Enthüllungen erhielt er zahlreiche Auszeichnungen im In- und Ausland. Sein Plädoyer: Ohne Ethik kein Profit, da sonst der langfristige Schaden für die deutsche Wirtschaft enorm sei. (cs)

Frage: Sie haben zahlreiche »Spielarten« von Wirtschaftskriminalität aufgedeckt, und von unternehmensinternen Mechanismen erfahren, die Betrug begünstigen. Sie haben Täter wie Opfer im Gerichtssaal erlebt. Kann Sie ernsthaft noch etwas erstaunen im »Spiel« um Macht und Geld?

Hans Leyendecker: Für mich war bei der Recherche überraschend, wie verheerend die Situation für die Mitarbeiter ist, die als Hinweisgeber – als Whistleblower – fungieren. In der Regel wird der Hinweisgeber als Denunziant an den Pranger gestellt. Es geschieht ganz selten, dass er nicht als Verräter

behandelt wird. Man muss sich fragen, ob es richtig ist, auf einen Missstand aufmerksam zu machen, wenn das solche Folgen hat. Ich empfehle Hinweisgebern, ihre Kenntnisse nur zu offenbaren, wenn ihre Anonymität absolut gesichert ist. Auch an Journalisten sollten sie sich nicht wenden, wenn sie fürchten müssen, dass ihre Identität bekannt wird. Die meisten Opfer müssen diejenigen bringen, die versuchen, anständig zu sein.

Frage: Die Unternehmen müssten doch eigentlich für die Aufdeckung dankbar sein, oder nicht?

Hans Leyendecker: Naja, die Dankbarkeit hält sich in Grenzen. Wer petzt, gilt als Verräter. Hinzu kommt, dass unsere Rechtsprechung hinter anderen Ländern stark zurückliegt. Hinweisgeber müssten vor Arbeitsgerichten besser geschützt werden; derzeit werden sie eher demontiert. Es werden Verfahren gegen sie eingeleitet, weil sie im Verdacht stehen, Unterlagen an die Öffentlichkeit gegeben zu haben. Die Arbeitsgerichte verfolgen Hinweisgeber, die mit Geschäftsgeheimnissen operieren.

Frage: Wenn der aufrechte Gang schlecht bekommt, heißt die Konsequenz, es ist besser zu schweigen?

Editorial

Compliance – die Erfüllung von gesetzlichen Bestimmungen und internen Standards – gewinnt bei Personalverantwortlichen derzeit dramatisch an Bedeutung. Sie setzen sich einerseits intensiv damit auseinander, welche HR-Prozesse IT-gestützt Regelverstöße verhindern können. Andererseits steht das HR-Management vor der Herausforderung, den Umgang mit Regeln, Maßstäbe und Verstößen voranzutreiben, zu kommunizieren und auch zu kontrollieren.

Der Informationsdienst HR & Compliance will Personalverantwortliche bei ihren Compliance-Aufgaben unterstützen. In 2008 werden wir Sie in vier Ausgaben über Praxisbeispiele, Analysen, die aktuelle Rechtsprechung und Produkte u.a. informieren. Ihre Anregungen sind bei der Redaktion willkommen.

Die nächste Ausgabe erscheint im Juni 2008. Geplante Themen:

- Aufbau einer Compliance-Organisation,
- Kontrollen durch die Personalabteilung,
- Handlungsempfehlungen für Compliance-Beauftragte,
- Produkte, Berater, Services,
- Schulungen bei den Beschäftigten.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre,
Franz Langecker
(Chefredakteur) langecker@datakontext.com

HR & Compliance



Hans Leyendecker, Autor des Buches »Die große Gier« und Leitender Redakteur der Süddeutschen Zeitung

Hans Leyendecker: Man muss Systeme einführen, die funktionieren. Meiner Auffassung nach stellen externe Ombudsleute eine gangbare Alternative dar. Die Beauftragten legen ihr Hauptaugenmerk darauf, den Wistleblower zu schützen. Sie suchen gemeinsam mit dem Hinweisgeber nach einem Weg, wie man seine Anonymität sichern kann. Beispielsweise recherchieren sie, wie viele Leute von dem Missstand erfahren haben könnten, und wie man die Basis erweitern kann. Sie beraten ihn dabei, wie er tatsächlich anonym bleiben kann.

Frage: Das öffentliche Bewusstsein gegenüber Filz und Vetternwirtschaft war selten so wachsam wie in diesen Tagen. Gleichzeitig scheint die Bereitschaft zu wachsen, in die eigene Tasche zu arbeiten. Täuscht der Eindruck?

Hans Leyendecker: Man kann davon ausgehen, dass mehr Regelverstöße aufgedeckt werden, ob tatsächlich mehr begangen werden, ist unklar. Vor wenigen Jahren gab es nur wenige Korruptionsfahnder für das oft nur schwer durchschaubare Delikt der Wirtschaftskriminalität. Inzwischen gibt es bei Schwerpunktstaatsanwaltschaften spezialisierte Beamte, und die Ermittler haben das Feld der Wirtschaft als Aufgabengebiet entdeckt.

Frage: Sie verfolgen viele Korruptionsprozesse im Gerichtssaal. Haben Sie den Eindruck, dass die Beschuldigten ein Unrechtsbewusstsein haben, wenn sie vor dem Richter stehen?

Hans Leyendecker: Nein, sie zeigen kein Unrechtsbewusstsein. Genauso wie man im Alltag dazu neigt, sich selbst in die Tasche zu lügen. Die meisten sprechen Beteuerungen aus, aber es gibt nur ganz wenige Angeklagte, die im tiefsten Inneren erkennen, dass sie tatsächlich verfehlt haben und die Schuld nicht auf andere abschieben. Als »normales« Verhalten gilt eher zu behaupten: »Ich war es ja eigentlich nicht.«

Frage: Glauben die Beschuldigten, sie handeln im Interesse ihres Unternehmens?

Hans Leyendecker: Diese Sicht wird gerne eingenommen. Die Beschuldigten geben an, sie hätten nicht in die eigene Tasche gearbeitet und nur zum Wohl des Unternehmens gehandelt. Diese Haltung ist nicht ehrlich. Derjenige, der betrügt oder trickst, »erarbeitet« sich Vorteile in seinem Unternehmen, über einen Bonus, eine Verbesserung

seiner Stellung oder er bekommt eine neue Position, weil er auf ungewöhnliche Weise viel erreicht hat. Er hat versucht, gute Geschäftsabschlüsse zu erzielen, an die er sonst nicht gekommen wäre, und dafür erhält er eine Belohnung. Also bereichert er sich, und es dient seiner eigenen Macht.

Frage: Wie viel Mitverantwortung haben die von Kennzahlen getriebenen Unternehmen, die immer mehr Umsätze und steigende Gewinne erwarten? Verrutschen die Relationen?

Hans Leyendecker: Der Shareholder value trägt dazu bei, dass man kurzfristig neue Gewinne anmelden muss und mit allen Mitteln versucht, das Ziel zu erreichen. Aber »mit allen Mitteln« heißt nicht, dass man kriminell wird, sondern dass man kreativer wird; z.B. neue Produkte entwickelt. Konkurreren ja, aber nicht indem man gegen Gesetze verstößt. Der Shareholder value gilt inzwischen als Entschuldigung für alles. Aber wenn man langfristig auf kriminelle Regelverstöße setzt, schadet es dem Unternehmen. Niemand darf sich darauf hinausreden, dass es in einer globalisierten Wirtschaft keine anderen Wege geben würde. Studien aus den USA zeigen, dass die Sauberen wesentlich bessere Resultate erwirtschaften.

Frage: Sie beschreiben in Ihrem Buch die Gefahr, dass die Compliance-Abteilung als Komplize betrügerischer Machenschaften auftreten kann. Wer hat idealerweise die Oberkontrolle?

Hans Leyendecker: Die Unternehmensleitung muss die Orientierung schaffen, die Regeln vorgeben und einen Syndikus einsetzen. Die Compliance Abteilung sollte Wachhund im Unternehmen und gleichzeitig auch Prediger sein – und Null-Toleranz üben. Sie überwacht die Einhaltung der Leitlinien und geht gegen Verstöße vor. Compliance-Beauftragte sollten nur verantwortlich gegenüber dem Vorstand sein. Und wenn dieses Gremium Hinweise darauf hat, dass die Abteilung unzureichend informiert und funktioniert, dann muss es umgehend reagieren.

Hans Leyendecker: Die große Gier. Korruption, Kartelle, Lustreisen: Warum unsere Wirtschaft eine neue Moral braucht. Rowohlt, Berlin, 2007 ISBN 978 2 87134 594 4

Impressum

Verlag/Vertrieb:
 DATAKONTEXT GmbH
 Annemarie Krause (Vertrieb)
 Tel.: 02234/9 66 10-0, Fax: -9
 www.datakontext.com
 fachverlag@datakontext.com
 Herausgeber: Franz Langecker
 Redaktion: Christiane Siemann
 (Freie Mitarbeiterin)
 siemann@datakontext.com
 Tel.: 0211/57 08 86
 Anzeigen: Anne Dietz
 dietz@datakontext.com
 Tel.: 02234/9 66 10-24 1, Fax: -9
 Marketing: Wolfgang Scharf
 scharf@datakontext.com
 Tel. 02234/96610-23
 Erscheinungsweise: Vier Ausgaben
 in 2008
 Bezugshinweise: Jahresabonnement-Inland: 58,- € (inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten). Jahresabonnement-Ausland: 68,- € (zzgl. Versandkosten). Vorteilspreis für Studenten (gegen Nachweis) 29,- € (inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten). Einzelheft: 17,- € (inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten).
 Abonnementkosten sind im Voraus zu entrichten.
 Der Abonnementpreis erhöht sich für das Ausland um die Zustellgebühren und um evtl. Differenzen aus dem Mehrwertsteuerrecht.
 Satz: KompetenzCenter, Mönchengladbach
 Druck: Druckerei R. Roth GmbH, Solingen
 Alle Rechte vorbehalten
 © by DATAKONTEXT GmbH
 1. Jahrgang 2008