



## Unternehmen vernachlässigen Compliance

25.02.2010 - 09:45 Uhr, PwC PriceWaterhouseCoopers

Frankfurt am Main (ots) - PwC-Studie: Über die Hälfte der deutschen Großunternehmen hat kein Programm zur Kriminalitätsprävention / Compliance ist häufig nur oberflächlich etabliert / Offene Unternehmenskultur ist die beste Prävention

Die meisten deutschen Großunternehmen verzichten noch immer auf ein Compliance-Programm. Wie eine Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg aufzeigt, haben 56 Prozent von 500 befragten Unternehmen keine konsistenten Richtlinien und Methoden zur Abwehr von Wirtschaftskriminalität und Durchsetzung ethischer und rechtlicher Standards etabliert. Bei mehr als jedem zweiten dieser Unternehmen steht die Einführung eines Compliance-Programms auch mittelfristig nicht auf der Agenda.

"Die Skepsis gegenüber dem Thema Compliance ist noch immer groß. Doch viele Unternehmen überschätzen die Kosten und unterschätzen den Nutzen eines Compliance-Programms", betont Steffen Salvenmoser, ehemaliger Staatsanwalt und Partner bei PwC. So lehnen sechs von zehn Unternehmen die Einführung von Kontroll- und Präventionsmechanismen aus Sorge vor zuviel Bürokratie ab. Gut jedes zweite hält Compliance schlicht für zu teuer.

Doch auch bei vielen Unternehmen, die über ein Compliance-Programm verfügen, zeigt die Studie Verbesserungsbedarf auf. Häufig sind die Programme zu eng auf bestimmte Delikte und Zielgruppen zugeschnitten. Zudem fehlen oft die nötigen personellen Ressourcen.

Für die Studie "Compliance und Unternehmenskultur - Zur aktuellen Situation in deutschen Großunternehmen" wurden von Mai bis Juni 2009 500 Großunternehmen in Deutschland befragt.

Personaldecke ist zu dünn

Wie viele Mitarbeiter mit dem Thema Compliance befasst sind, hängt vor allem von der Größe der Unternehmen ab. Im Durchschnitt haben Unternehmen zehn Beschäftigte, die für die Kontrolle und Durchsetzung der internen Regelwerke zuständig sind.

Allerdings gibt es bei gut einem Drittel der Befragten mit mehr als 1.000 Beschäftigten und bei etwa jedem achten Großunternehmen mit über 5.000 Beschäftigten lediglich einen einzigen für Compliance zuständigen Mitarbeiter. "Bei Unternehmen dieser Größenordnung ist dies eindeutig nicht ausreichend. Unter diesen Voraussetzungen haben Compliance-Bemühungen kaum Aussicht auf Erfolg", kritisiert Salvenmoser. Von den befragten Unternehmen halten 61 Prozent ihre Compliance-Ressourcen für ausreichend, während 22 Prozent die vorhandene Ausstattung als "mittelmäßig" und 17 Prozent sogar als "unzureichend" einstufen.

Die Compliance-Verantwortung liegt bei den meisten Unternehmen (69 Prozent) bei der Geschäftsführung, gut sechs von zehn Befragten haben einen Compliance-Beauftragten. Wenn die Zuständigkeit für die Regelüberwachung übertragen wird, liegt diese meist bei der Rechtsabteilung (55 Prozent der Unternehmen), eine eigene Compliance-Abteilung haben nur 29 Prozent der Befragten.

Kunden und Lieferanten bleiben außen vor

Compliance-Programme richten sich bei der großen Mehrzahl der Unternehmen an Führungskräfte (92 Prozent) sowie die weiteren Mitarbeiter (82 Prozent). Externe Personen sind demgegenüber weitaus seltener eingebunden. Nur knapp jedes zweite Unternehmen (47 Prozent) bezieht seine Lieferanten und Subunternehmer in das Regelwerk ein, andere "Drittparteien" (beispielsweise Kunden) werden nur von 39 Prozent der Compliance-Programme angesprochen.

Auch bei der Kommunikation der ethischen und rechtlichen Grundsätze sowie Handlungsanweisungen zeigen sich Defizite. Zwar nutzen 85 Prozent der Befragten unternehmensinterne Kommunikationswege wie Meetings und Rundschreiben, und 65 Prozent verfügen über ein Compliance-Handbuch. Externe Adressaten sprechen jedoch selbst die Unternehmen, die diese Zielgruppe in ihrem Compliance-Programm identifiziert haben, nur in zwei von drei Fällen an. Damit kennt jeder dritte unternehmensexterne Geschäftspartner nicht die Regeln, an die er sich halten soll.

Defizite zeigt die Studie auch bei der inhaltlichen Ausrichtung der Compliance-Programme auf. So bleibt der Umgang mit Spenden und Sponsoring bei 30 Prozent der Befragten unregelmäßig und gut jedes dritte Unternehmen befasst sich nicht mit wettbewerbswidrigen Absprachen. Zudem haben gut 30 Prozent der börsennotierten Befragten keine expliziten Regeln und Vorkehrungen zur Abwehr von Insiderhandel.

Compliance-Vereinbarungen und Programme sind nur dann sinnvoll, wenn ihre Einhaltung auch überwacht und dokumentiert wird. Bei knapp neun von zehn Unternehmen gibt es mindestens einmal jährlich einen Compliance-Report für die Geschäftsleitung, sieben von zehn Befragten haben zudem ein internes Monitoring. Demgegenüber hat erst jedes vierte Unternehmen seine Mitarbeiter dazu befragt, in wie weit sie das Compliance-Programm kennen und unterstützen. Einer unabhängigen externen Prüfung haben sich bislang 35 Prozent der Befragten unterzogen.

#### Compliance braucht offene Unternehmenskultur

Ein wesentlicher Faktor für die Wirksamkeit von Compliance-Programmen ist die Unternehmenskultur. Unternehmen mit einer positiven Unternehmenskultur, d.h. starkem Zusammenhalt unter den Mitarbeitern, hoher informeller Sozialkontrolle und niedriger Toleranz gegenüber Regelverstößen, decken deutlich seltener Fälle von Wirtschaftskriminalität auf als andere Befragte. Dabei ist bemerkenswert, dass Betriebe mit positiver Unternehmenskultur häufiger Kontroll- und Präventionsmechanismen etabliert haben.

Beispielsweise verfügen 38 Prozent der befragten Unternehmen mit positiver Unternehmenskultur über ein Anti-Korruptionsprogramm, während dies nur auf 21 Prozent der Befragten mit unterdurchschnittlicher Unternehmenskultur zutrifft. Dennoch wurden 14 Prozent dieser Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren Opfer von Korruption, jedoch nur neun Prozent der Befragten mit positiver Unternehmenskultur.

"Das so genannte Kontrollparadox - wer mehr kontrolliert, findet auch mehr Verstöße - trifft auf Unternehmen mit einer überdurchschnittlichen Unternehmenskultur gerade nicht zu. Dies ist ein Beleg dafür, dass Compliance-Programme wirksam sind, wenn sie von allen Beteiligten konsequent umgesetzt werden und die Rahmenbedingungen im Unternehmen stimmen", kommentiert Claudia Nestler, Partnerin bei PwC im Bereich Forensic Services.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.pwc.de/de/crimesurvey](http://www.pwc.de/de/crimesurvey)

#### Redaktionshinweis:

Die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit rund 9.000 Mitarbeitern und einem Umsatzvolumen von rund 1,37 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. An 29 Standorten arbeiten Experten für nationale und internationale Mandanten jeder Größe. PricewaterhouseCoopers bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahen Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie Deals und Consulting (Advisory).

#### Pressekontakt:

Claudia Barbe  
PricewaterhouseCoopers AG WPG  
Presseabteilung  
Tel.: (069) 95 85 - 3179  
E-Mail: [claudia.barbe@de.pwc.com](mailto:claudia.barbe@de.pwc.com)

Originaltext:

PwC PriceWaterhouseCoopers

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8664/pwc-pricewaterhousecoopers>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_8664.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_8664.rss2)