

Know your Mitarbeiter

Man sollte seine Mitarbeiter kennen, will man sie lehren, compliant zu sein. Doch die meisten CCOs machen ihre Arbeit immer noch im Blindflug.

Die großen Unternehmen in Deutschland führen mittlerweile eine Geschäftspartner-Due-Diligence durch. Solche Programme werden von den Compliance-Abteilungen durchgesetzt und heißen „Know your customer“. Man will eben wissen, mit wem man



Tappen Sie manchmal auch im Dunkeln? Gute Methoden helfen.

trockene Schulungen zu Compliance-Themen durchführen. Sie bemühen sich, ihre Botschaften didaktisch ansprechend und psychologisch richtig an die Mitarbeiter zu kommunizieren. Doch das reicht nicht. Auch alle im Unternehmen

es zu tun hat. Warum also nicht den nächsten Schritt gehen und genau kennenlernen, mit wem man es im Unternehmen zu tun hat? Oder wie sonst sollen die CCOs feststellen, ob sie in ihrer Herangehensweise auf dem richtigen Weg sind? Wie bekommen die Compliance Officer mit, ob sie die Mitarbeiter mit ihren Botschaften wirklich erreichen?

Als positive Entwicklung innerhalb der Compliance-Gemeinde ist festzustellen, dass die Compliance Officer mittlerweile nicht mehr einfach nur darauf verweisen, wo Richtlinien zu finden sind, an jeden Mitarbeiter ein juristisch ausgefeiltes, meist unlesbares Code-Of-Conduct-Papier versenden und

zu irgendwelchen Compliance-Themen zu schulen, um danach dem Vorstand und Aufsichtsrat eine schöne Schulungsrate vorzuweisen. Was soll das bringen? Es ist die Pflicht eines jeden Compliance Officers, ständig über die eigene Organisation zu lernen und sein Vorgehen zu reflektieren. Was kann man als Compliance Officer tun, um diesen blinden Fleck zu beseitigen?

Berechtigt, aber nicht systematisch

Die meisten Compliance Officer bekommen durch die Diskussionen während der Schu-

>> [FORTSETZUNG AUF SEITE 2](#)

Gehen oder bleiben?

Ob eine Region zu riskant für Geschäfte ist, weiß die Compliance-Abteilung. Aber meist sitzt der CCO bei solchen Entscheidungen nicht mit am Tisch.

Afghanistan, Nordkorea, Somalia: Die Schlusslichter des gerade veröffentlichten Transparency International Corruption Perceptions Index (CPI) 2012 sind keine Überraschung. Dass sie einen derart guten Nährboden für Bestechung und andere Wirtschaftsdelikte bilden, dürfte deutsche und europäische Unternehmen in den meisten Fällen nicht behelligen, haben doch die wenigsten direkte Geschäftskontakte in diese Staaten.

Aber auch große Wirtschaftsmächte wie China oder Russland kommen im CPI zum wiederholten Male nicht gut weg: Liegt China mit mageren 39 von 100 möglichen Punkten noch im Mittelfeld, landet Russland mit gerade einmal 28 Punkten auf dem 133. Platz.

China sei bereits eine Katastrophe, aber immer noch besser als Russland, heißt es mit Blick auf diese Zahlen. Zwar ist Korruption bei weitem nicht das einzige Problem, das Geschäftsbeziehungen in viele Länder erschwert – aber es ist ein besonderes: „Korruption ist immer am schwierigsten in den Griff zu bekommen, da hier der Antrieb durch den unmittelbaren Profit einzelner Personen am größten ist,“ sagt Dr. Konstantin von Busekist, Partner im Bereich Risk & Compliance bei der KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft.

Trotzdem hält das dürftige Zeugnis viele Unternehmen nicht davon ab, ihre Fühler

>> [FORTSETZUNG AUF SEITE 9](#)

Inhalt

Rat und Tat S. 2

Die Strategin



Marlies Schneider, Chief Compliance Officer der Infineon Technologies AG, setzt bei der Neuausrichtung der Compliance-Organisation auf ihre lange Berufserfahrung und Vernetzung im Konzern. S. 4

Kollegen & Karriere

Dr. Jürgen Claassen, Dr. Hildegard Bison, Phillip Ellmann, Dr. Tobias Holzmüller, Dr. Ulrich Rust und Gero von Pelchrzim übernehmen neue Aufgaben. S. 4

Stellenangebote

S. 4

Im Interview

Die neue EU-CSR-Strategie geht auch Compliance Officer an, sagt Dr. Birgit Spiesshofer. Daher müssen sich die CCOs über CSR informieren und überlegen, was es für ihr Unternehmen und ihre Branche bedeuten kann. S. 5

Compliance-Steckbrief

Die Compliance-Struktur der Audi AG. Außerdem erzählt Dietmar Will, Chief Compliance Officer der Audi AG über die Compliance-Kampagne, die mit einem Designpreis ausgezeichnet wurde. S. 6

Zahlen & Fakten

„Wirtschaftskriminalität in Deutschland 2012“, eine Studie von KPMG zeigt zum fünften Mal, welche Delikte am häufigsten in den Unternehmen vorkommen. S. 7

In aller Kürze

Das U.S. Department of Justice und SEC haben den Leitfaden zum FCPA veröffentlicht. In Berlin ist das Deutsche Institut für Compliance (DICO) gegründet worden. S. 8

Schuld & Sühne

S. 9

Veranstaltungskalender

S. 9

<< FORTSETZUNG VON SEITE 1

Know your Mitarbeiter

lungen oder im persönlichen Gespräch genügend Feedbacks zu ihrer Arbeit. Man könnte auch auf einiges aus den Rückläufen nach Web Based Trainings schließen. Auch Fragen an den Help Desk oder Meldungen beim Hinweisgebersystem sind ein Indikator dafür, was verstanden wird und wie die Kollegen mit Compliance umgehen. „Ich habe während meiner Zeit als Chief Compliance Officer bei Siemens und auch als Vorstand für Compliance bei Ferrostaal immer den Austausch mit den Belegschaftsvertretern gesucht. Ich war auch in engem Kontakt mit dem Sprecherausschuss für die leitenden Angestellten, denn bei diesen laufen die Beschwerden der Mitarbeiter ein“, sagt Dr. Andreas Pohlmann, der sich inzwischen als Partner des eigenen Beratungsunternehmens Pohlmann & Company selbständig gemacht hat.

Auch Jörg Hoffmann, Chief Compliance Officer von Evonik, sucht aktiv nach Rückmeldungen: „Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen des Konzerns können zum Beispiel in dem Kurzfilmformat „Tone from the Box“ ihre Meinung zum Thema Compliance bei Evonik äußern. In lockerer Atmosphäre werden Mitarbeiter eingeladen, in einem Ministudio vor laufender Kamera unterschiedliche Fragen zum Thema Compliance zu beantworten. Dieses Format ist als Pilotprojekt bislang einmal im Intranet ausgestrahlt worden und soll fortgeführt werden“, berichtet Hoffmann.

Mit System

Und es gibt noch mehr Möglichkeiten. Eine Compliance-Umfrage – unternehmensweit oder nur innerhalb bestimmter Abteilungen – wäre eine systematische Methode, die repräsentative und aussagefähige Ergebnisse liefern und der Arbeit des CCO helfen könnte. „Die CCOs sprechen meistens mit den Führungskräften, die eine eigene Wahrnehmung haben. Ein differenzierteres Bild ergibt sich, wenn die Umfrage auch die Mitarbeiter mit einbezieht, die tagtäglich im operativen Geschäft mit Compliance-Themen konfrontiert werden“, sagt Carsten Gerz, Senior Account Manager von Interactive Dialogues.

Doch eine spezielle Compliance-Umfrage macht noch kaum ein Unternehmen in Deutschland. Das liegt zum einen an den knappen Ressourcen der meisten Compliance-Abteilungen, zum anderen dürften solche Umfrageideen beim Vorstand und bei den Betriebsräten meist auf wenig Begeisterung stoßen. Dennoch sind solche Projekte bei einigen Unternehmen in Planung, zum Beispiel bei BMW. Selbst Siemens hat so eine Umfrage nicht durchgeführt, zumindest nicht als Selbstzweck. „Wir haben bei Siemens alljährlich eine Employee-Perception-Survey unter

90.000 zufällig ausgewählten Mitarbeitern weltweit durchgeführt. Darin haben wir abgefragt, wie Compliance allgemein und das CMS von Siemens im Besonderen bei den Mitarbeitern gesehen wird“, erzählt Pohlmann. „Ziel war, das Führungsverhalten zu Compliance zu messen und die Ergebnisse in die jährlichen Boni der Führungskräfte einfließen zu lassen.“ Pohlmann hält eine gesonderte Compliance-Umfrage, um herauszubekommen, ob die CCOs auf dem richtigen Weg sind, für wichtig: „Die Compliance-Funktion muss sich wie jede andere Funktion im Unternehmen fragen, welchen Wertbeitrag sie für das Unternehmen liefert.“

Eine Umfrage kann man auch so gestalten, dass sie speziell auf einzelne Zielgruppen im Unternehmen (Vertrieb, Einkauf etc.) zugeschnitten ist. „Wichtig ist, die Befragung so zu strukturieren, dass die Mitarbeiter gut durch die Umfrage geführt werden und sie sich von den Fragen angesprochen fühlen“, meint Gerz.

Ein anderer Blickwinkel

Es gibt aber auch eine Methode, die nicht wie die Compliance-Umfrage ex post ansetzt, sondern schon im Vorfeld versucht, Hürden aus dem Weg zu räumen. Mirko Haase, Regional Compliance Counsel EMEA bei General Motors, ist gerade dabei, diese ex-ante-orientierte Methode im Unternehmen zu entwickeln: „Bei den Schulungen muss man versuchen, schon im Vorfeld homogene Lerngruppen zu bilden, also zu clustern, damit man die Mitarbeiter effektiv schult. Zentral ist die optimale Lernkurvenbildung. Das sind Ideen aus den Bereichen Soziologie und klassischer Lernpsychologie.“ Ein Clustering könnte helfen, die Schulungen an Vorwissen, ausgeübte Tätigkeiten und regionale Besonderheiten bzw. die Märkte, in denen die Mitarbeiter auftreten, anzupassen. Allerdings ist diese Methode zeitintensiv und von der Compliance-Abteilung alleine nicht zu stemmen. „Wir werden hier mit anderen Stellen im Unternehmen zusammenarbeiten, vor allem mit dem HR-Mitarbeitertraining“, erzählt Haase.

Mit zunehmendem Reifegrad des CMS wird es immer wichtiger werden, die Methoden zu systematisieren und ständig am Puls des Unternehmens zu sein. „Das ist das, was die Compliance-Funktion am Ende wirklich weiterbringt. Denn es ist falsch, im eigenen Saft zu kochen und eine Silomentalität zu pflegen“, meint Pohlmann. Gute CCOs sollten den Erfolg von Compliance-Maßnahmen in Zukunft nicht nur an der Höhe der Schulungsrate messen, sondern mindestens auch noch an den Ergebnissen von eigenständigen Compliance-Surveys. ||

Von Irina Jäkel, irina.jaekel@finance-magazin.de

Rat und Tat

Die Compliance Akademie bietet in Kooperation mit der Europa-Universität Viadrina ab Frühjahr 2013 einen modular aufgebauten Lehrgang „Certified Compliance Officer“ an. Die Seminare sind so konzipiert, dass sie einzeln oder in Modulen belegt werden können. Der Abschluss wird bei Erreichung von 28 Credit Points der Compliance Academy (CACP) ohne eine weitere Zusatzprüfung verliehen. Ob Korruptionsbekämpfung, Konfliktmanagement, interne Untersuchungen oder Fragen der persönlichen Haftung – die Teilnehmer selbst setzen ihre Schwerpunkte für das Fachzertifikat. Die Seminare werden an verschiedenen Standorten, darunter Münster, München und Frankfurt am Main, und zu verschiedenen Zeiten angeboten. Teilnahmegebühr ab 690 Euro. <http://www.ca-seminare.de/>

Die Executive Communication bietet am 4./5. Februar im Frankfurter Hotel Intercontinental einen Kommunikationsworkshop zu Compliance-Themen. Ziel des zweitägigen Workshops ist, Strategien für die Kommunikation zu Compliance-Themen und -Taktiken für die Versprachlichung der Unternehmensbotschaften zu entwickeln. Zu den Schwerpunkten des Workshops zählen: Professionalisieren der Kommunikation im Hinblick auf Unternehmensrichtlinien, Unternehmensrichtlinien in eine lebendige und originelle Sprache bringen, Rede- und Antwortstrategien für 'heikle' Situationen sowie klares und überzeugendes Sprechen in allen Auftrittssituationen. Anmeldung bis 9. Januar 2013. Kosten für jeden Teilnehmer 1.300 Euro. <http://www.expertexecutive.de>

Die CompCor Compliance Solutions lädt ein, das Compliance-Spiel „Integrity Now!“ an einem der Termine ab dem 5. Februar 2013 spielend kennen zu lernen. Dieses Brettspiel soll es ermöglichen, die Präsenztrainings der Compliance Officer zu Compliance-Themen attraktiver zu gestalten. Die Mitarbeiter bearbeiten im Verlauf des Spiels selbständig Compliance-Ereignisse und diskutieren die Lösungen mit dem Trainer. Dadurch sollen die Teilnehmer ein tieferes Verständnis für die Zusammenhänge und Lösungen und Spass am Compliance-Training gewinnen. <http://www.compcor.de/fileadmin/content/>

Am 8. März 2013 beginnt am Zentrum für Weiterbildung und Wissenstransfer (ZWW) der Universität Augsburg der nächste ZWW-Zertifikatskurs „Compliance Officer (univ.)“. Er richtet sich an Fach- und Führungskräfte aller Branchen, die bereits im Bereich Compliance tätig sind, und umfasst zehn Kurstage (jeweils freitags und samstags von 9.00 bis 18.00 Uhr). Die Teilnahmegebühr beträgt 5.950 Euro. Anmeldeschluss ist der 15. Februar 2013. <http://www.zww.uni-augsburg.de/compliance>



IMPULS KONGRESS

11. - 12.03.2013
MÜNCHEN

THEMA

Anti-Fraud & Compliance

*Schutz vor Geldwäsche, Betrug,
E-Kriminalität
& Wirtschaftsspionage*



Achim Schulz

Geschäftsführer der Schulz & Partner GmbH, Compliance-Lösungen für Mittelstand und Banken



Penelope Schneider

*Regierungspräsidium Darmstadt
Betreuung Arbeitskreis „Geldwäscheprävention“*



Dr. Jens Hoffmann

Leitung des Instituts Psychologie und Bedrohungsmanagement, Darmstadt



Alexander Schneider

Geschäftsbereich Risikomanagement und Anti-Geldwäsche, Schulz & Partner GmbH



Rüdiger Quedenfeld

Geschäftsführer der RQ Sicherheitsmanagement, Prävention Wirtschaftskriminalität



Rudolf Proschko

Leiter der Spionageabwehr Wirtschaftsschutz beim Bayerischen Landesamt für Verfassungsschutz

Die einzigartige Netzwerk-Plattform für Mittelstand und Finanzindustrie: Hier treffen Entscheider auf Entscheider!

Information und Anmeldung unter

+49 (0) 89 20 70 42 - 661

kongress@sp-unternehmerforum.de

www.sp-unternehmerforum.de

S & P Unternehmerforum
Seminare - Intensivtrainings

Die Strategin

Marlies Schneider, Chief Compliance Officer der Infineon Technologies AG setzt bei der Neuausrichtung von Compliance auf ihre lange Berufserfahrung.

Einhellig herrscht in der Compliance-Zunft die Meinung, der Compliance Officer sollte viel von Geschäftsprozessen des eigenen Unternehmens verstehen, und zwar am besten aus der eigenen Erfahrung direkt an der Front. Auf Marlies Schneider, seit Juni 2011 CCO von Infineon Technologies, trifft das ge-



Marlies Schneider ist Chief Compliance Officer der Infineon Technologies AG. Seit 1975 war sie im Siemens-Konzern, seit 2000 bei Infineon tätig. Sie studierte BWL und hatte mehrere leitende Positionen inne.

nau zu. Fast ihr ganzes Berufsleben, also mehr als 25 Jahre, hat sie im Siemens-Konzern verbracht, angefangen von der Ausbildung zur Industriekauffrau 1975 bis hin zu vielen leitenden Positionen. Seit 2000 ist sie bei der Infineon AG tätig, die 1999 als eigenständiges Unternehmen aus dem Halbleiterbereich von Siemens hervorging.

Nach ihrem BWL-Studium wechselte sie innerhalb von Siemens in den Einkauf von Schwermaschinenkomponenten. Um ihre danach folgenden Positionen aufzuzählen, würde hier der Platz nicht reichen. Hier nur die wichtigsten, die einen Eindruck davon geben, wie gut Schneider den Konzern kennt: Sie war jahrelang verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung der Auszubildenden, der kaufmännischen Führungskräfte und MBA-Kandidaten; sie war Manager in Logistik und Controlling, leitete kaufmännisch die Siemens-Division Automation & Drives in Ungarn und wurde danach CFO der tschechischen Siemens Elektropriestroje. Ab 2000 war sie Managing Director der Infineon-Holding und Managing Director der Qimonda-Holding in Holland sowie ab 2006 Senior Di-

rector Financial Statements bei Infineon und CFO der Infineon Wireless Solutions.

Rund um die Welt

Als Ausbilderin hat sie die ganze Welt bereist – in jedem Land, wo es Siemens gab, hat sie geschult. Ungarn, wo sie fünf Jahre lang gearbeitet hat, ist ihr besonders ans Herz gewachsen. „Ungarn ist mein Lieblingsland. Es hat eine vielseitige Kultur, und die Menschen sind sehr gastfreundlich und aufgeschlossen“, schwärmt sie. Sogar die ungarische Sprache hat sie gelernt.

Als Spezialistin für Rechnungswesen und Controlling war für Schneider von jeher die Einhaltung von Compliance-Regeln eine Selbstverständlichkeit. Ihr klarer Compliance-Auftrag bei Infineon ist es, das Bewusstsein für Compliance-Themen im Konzern noch weiter zu verstärken und auch der wachsenden Komplexität von Rechtsvorschriften adäquat Rechnung zu tragen. Dazu bekommt sie mehr Budget und mehr Personal als in den Vorjahren. Dabei setzt sie besonders auf ihre Mitarbeiter. „Meine Mitarbeiter verfügen über eine langjährige Berufserfahrung. Sie kennen den Konzern sehr gut und sind ihrerseits im Unternehmen bekannt“, erzählt Schneider. „Ihre Netzwerke kommen uns zugute, wenn es um die Verankerung von Compliance im Unternehmen geht.“ Nach etwas mehr als einem Jahr als CCO ist Schneider noch in der Ausbauphase. Sie hat viele Ziele für sich definiert, darunter neben den generellen Fragen – beispielsweise der langfristigen Zielsetzung für Compliance bei Infineon – auch praktische Vorhaben – wie die Implementierung der Geldwäschennovelle, die Durchführung von Webtrainings und die Überprüfung der internen Richtlinien, mittel- bis langfristig auch Auditing des CMS. „Mein Ziel ist es, Compliance so aufzustellen, dass wir strategisch das Unternehmen stärken und einen weiteren Beitrag zur Beibehaltung des positiven Images von Infineon leisten.“ || Irina Jäkel

Kollegen



Dr. Jürgen Claassen, seit Anfang 2011 im Vorstand von ThyssenKrupp AG und in seiner Funktion auch für Compliance zuständig, ist nicht mehr Mitglied des Vorstandes. Der 54-Jährige war wegen teurer Reiseeinladungen an Journalisten und Dienstreisen mit angeblichem Urlaubscharakter ins Visier der Justiz geraten.

Dr. Hildegard Bison ist die neue Chefjuristin für Europa des britischen Öl- und Energieunternehmens BP. In dieser Position folgt sie auf Dr. Klaus-Günther Hahn.

Phillip Ellmann ist seit Dezember 2012 neuer Leiter Recht beim Handels- und Logistikunternehmen Cremer in Hamburg. Der 34-Jährige ist bereits seit zwei Jahren in der Rechtsabteilung von Cremer tätig und folgt in dieser Position auf Dr. Christoph Torwegge. Zuvor war Ellmann in einer eigenen Kanzlei und bei Heuking Kühn Lüer Wojtek tätig.

Dr. Tobias Holzmüller wird zum Januar 2013 neuer Justiziar der Gema in München. Zuvor war der 37-Jährige assoziierter Partner bei Gleiss Lutz.

Dr. Ulrich Rust wird zum Januar Leiter Recht und Compliance bei der neu entstehenden Kraftwerkstochter RWE Generation. Zuvor war der 42-Jährige als stellvertretender Leiter Recht und Leiter des Corporate & Finance-Teams in der Rechtsabteilung des Essener Energiekonzerns RWE tätig.



Gero von Pelchrzim, bis Ende September 2012 Chief Compliance Officer des Handelskonzerns Praktiker AG, hat sich mit einer eigenen auf Strafrecht spezialisierten Kanzlei selbständig gemacht. Vor seiner Tätigkeit bei Praktiker war er Corporate Compliance Manager des Halbleiterkonzerns Qimonda AG.

Aktuelle Stellenangebote:

RENK AG sucht

Volljurist (m/w) - Schwerpunkt allgemeines Wirtschaftsrecht und Compliance

Commerz Finanz GmbH sucht

Sachbearbeiter Compliance (m/w)

Bankhaus Lampe KG sucht

Mitarbeiter/in Compliance/Geldwäsche

Voestalpine BWG sucht

Unternehmensjuristen (m/w)

Hochtief AG sucht

Compliance Counsel (m/w)

Deutsche Bahn sucht

Senior-Referent Compliance-Management (w/m)

Weitere Stellenangebote auf: www.finance-magazin.de

ANZEIGE

Compliance

Die Zeitschrift für Compliance-Verantwortliche

Hier klicken und kostenlos abonnieren:

www.compliance-plattform.de

„Die neue EU-CSR-Strategie geht Compliance Officer an“

Die CCOs müssen sich über CSR informieren und überlegen, was es für ihr Unternehmen und ihre Branche bedeuten kann, sagt Dr. Birgit Spiesshofer.

>> Die Europäische Kommission hat Ende 2011 die Mitteilung über ihre neue Strategie für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR) veröffentlicht. Bisher klammern die Compliance Officer den Bereich CSR aus. Das wird sich nun ändern. Wie betrifft diese neue EU-CSR-Strategie die Compliance Officer?

<< Den Compliance Officer wächst ein neues, sehr komplexes Aufgabenfeld zu. Kernthemen der neuen EU-Strategie sind ein neues Verständnis von CSR und ein Aktionsplan für den Zeitraum 2011 bis 2014. CSR wird nicht mehr wie bislang auf „freiwillige“ Maßnahmen reduziert, vielmehr gilt von nun an eine weite Definition: CSR ist „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“. Die Einhaltung geltenden Rechts, d.h. Compliance, ist das Minimum. In ihrem Aktionsplan legt die EU-Kommission dar, was sie darüber hinaus innerhalb welcher Zeiträume „beabsichtigt“, „erwartet“ und wozu sie „auffordert“, insbesondere Unternehmen und Mitgliedstaaten.

>> Welche Risiken resultieren daraus?

<< Im Moment noch nicht klar greifbare, vor allem nicht klar eingrenzbar. Die EU-Kommission erwartet beispielsweise von allen Unternehmen, dass sie „die Menschenrechte einhalten, so wie dies in den Leitprinzipien der Vereinten Nationen festgelegt ist“. Die Leitprinzipien enthalten aber im Wesentlichen prozedurale Vorgaben, insbesondere sollen Unternehmen eine Menschenrechts-Due Diligence durchführen, und zwar nicht nur für ihr eigenes Unternehmen, sondern auch für alle Geschäftspartner und die gesamte Liefer- und Dienstleistungskette. Unabhängig von dem im Regelfall immensen bürokratischen Aufwand wirft diese Vorgabe eine Reihe bislang ungeklärter Fragen auf: Die Menschenrechte sind in den internationalen Konventionen, auf die die Leitprinzipien Bezug nehmen, nur selten so konkret formuliert, dass ihnen eine klare Handlungsanweisung zu entnehmen wäre. Wie soll dann im konkreten Fall bestimmt werden, ob ein Unternehmen „die Menschenrechte einhält“? Von wem? In welchem Verfahren? Welche Gerichte sollen dafür zuständig sein - Gerichte des Sitzlandes des Unternehmens?



Salans

Dr. Birgit Spiesshofer ist Chair des CSR Committees des Council of Bars and Law Societies of Europe (CCBE), Co-Chair des CSR Committees der International Bar Association, Mitglied des Verfassungsrechtsausschusses und des Menschenrechtsausschusses des Deutschen Anwaltsvereins sowie Of Counsel der Sozietät Salans.

>> Was müssen die CCOs schon heute tun?

<< Sie müssen das Thema CSR als Bestandteil ihres Aufgabenbereichs begreifen, sich umfassend informieren und überlegen, was dies für ihr Unternehmen und ihre Branche bedeuten kann. Unternehmensgröße und Art der Geschäftstätigkeit sind dabei nach Auffassung der EU-Kommission zu berücksichtigen. ||

Das Interview führte Irina Jäkel.

ANZEIGE

DATENLECK? DATEN WEG?
IT-COMPLIANCE –
WIR HELFEN, IHRE DATEN ZU SCHÜTZEN.

WWW.BEITENBURKHARDT.COM
Die unabhängige Wirtschaftskanzlei

MATHIAS ZIMMER-GOERTZ · MATHIAS.ZIMMER-GOERTZ@BBLAW.COM
UERDINGER STRASSE 90 · 40474 DÜSSELDORF · TEL.: +49 211 518989-144 · FAX: +49 211 518989-29

BEIJING · BERLIN · BRÜSSEL · DÜSSELDORF · FRANKFURT AM MAIN · KIEW
MOSKAU · MÜNCHEN · NÜRNBERG · SHANGHAI · ST. PETERSBURG · WARSCHAU

BEITEN BURKHARDT

 Vorsprung durch Technik	
Unternehmensname:	AUDI AG
Mitarbeiterzahl:	49.868 (AUDI AG), 68.350 (Audi-Konzern), Stand 31.10.2012
Name Chief Compliance Officer:	Dietmar Will
Start Compliance:	2008 Gründung der Compliance-Abteilung und Ernennung des Chief Compliance Officers; 2011 Schaffung des Bereichs Governance, Risk & Compliance
Mitarbeiterzahl Compliance:	11 Mitarbeiter für Compliance innerhalb GRC; 16 Risiko-Compliance-Koordinatoren in den Geschäftsbereichen; 24 Compliance Officer in Gesellschaften mit Mehrheitsbeteiligung oder Managementverantwortung der AUDI AG
Compliance-Organisation:	Der Chief Compliance Officer berichtet in seiner Funktion als Leiter Governance, Risk & Compliance direkt an den Vorsitzenden des Vorstands sowie im Vorstandsbeauftragten an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats
Compliance-Aufgabenspektrum:	Monitoring der Aktivitäten der Fachbereiche hinsichtlich der Einhaltung von Gesetzen und Regelungen auf Angemessenheit, Wirksamkeit und Nachhaltigkeit; Beratung und Vermittlung von Know-how zur Sicherstellung gesetzes- und regelkonformen Verhaltens; Koordination der Compliance Officer in Gesellschaften mit Mehrheitsbeteiligung oder Managementverantwortung der AUDI AG; Kommunikation der Verhaltensgrundsätze des Audi-Konzerns sowie des Audi-Selbstverständnisses
Compliance-Instrumente:	Audi-Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct), adaptiert durch Beteiligungsgesellschaften; webbasierte Schulung zum Thema Antikorruption; Präsenzs Schulungen zu den Themen Antikorruption und Kartellrecht; Kommunikationskampagne; Helpdesk; Ombudsmann-System des Volkswagen-Konzerns; konzernweite Compliance-Risikoanalyse
Misstände werden gemeldet durch:	Ombudsmann-System des Volkswagen-Konzerns, Antikorruptions-Beauftragter des VW-Konzerns, Helpdesk, Chief Compliance Officer, Leiter Revision, Leiter Zentraler Rechtsservice
Compliance-Audits:	Jährliche konzernweite Compliance-Risikoermittlung inklusive Effektivitätschecks der Gegenmaßnahmen
Compliance-Due-Diligence:	IT-basiertes Business-Partner-Compliance-System (Konzeptionsphase)
Geschäftspartner Compliance:	Wesentliche Inhalte der Verhaltensgrundsätze werden gegenüber den Geschäftspartnern über die Businessplattform des Volkswagen-Konzerns kommuniziert
Besonderheiten:	Präventives Compliance-Verständnis; integrierte Kommunikationskampagne
Arbeitsschwerpunkte/Ziele 2013:	Fortführung der Präsenzs Schulungen zum Thema Kartellrecht und der webbasierten Schulung zum Thema Antikorruption; Einführung eines IT-basierten Business-Partner-Compliance-Systems; Einführung einer Plattform zur transparenten und verständlichen Darstellung interner Regelungen; Fortsetzung der Kommunikationskampagne

„Protect what you love“

Dietmar Will, Chief Compliance Officer der AUDI AG, über die Compliance-Kampagne, die mit einem internationalen Designpreis ausgezeichnet wurde.

>> Herr Will, Sie haben im Oktober für den Messestand Ihrer Compliance-Kampagne den red dot design award gewonnen. Es kommt ja nicht so oft vor, dass eine Compliance-Abteilung für ihre Kampagne einen Designpreis bekommt. Wie kam es dazu?

<< Der Messestand im Audi-Forum Ingolstadt war zentraler Bestandteil unserer Compliance-Informationskampagne. Die futuristisch anmutende Architektur des Stands hat viele Mitarbeiter neugierig gemacht – so konnten wir mit interessierten Kollegen Gespräche über die Bedeutung von Compliance führen. Deshalb haben wir den Stand als Wettbewerbsbeitrag eingereicht.

>> Worum geht es bei Ihrer Kampagne?

<< Wir wollen auf den Stellenwert von Compliance aufmerksam machen. Daher spricht unsere Kampagne die Leidenschaft der Mitarbeiter für die Produkte der Marke Audi an. Diese Leidenschaft haben wir in unsere Formensprache aufgenommen: Großformatige Bildstreifen heben die Sportlichkeit und Dynamik unserer Produkte hervor – auf dem Stand war zudem das Audi A5 Coupé ausgestellt. Auch unser Motto „Protect what you love“ unterstreicht, wie wichtig es ist, verant-

wortungsvoll zu handeln und etwas so Wertvolles wie die Marke Audi zu schützen.

>> Welche Reaktionen haben Sie auf die Kampagne erhalten?

<< Die Kampagne hat innerhalb des Unternehmens für eine deutlich positivere Wahrnehmung für Compliance gesorgt. Unser Anspruch war, in einen offenen Dialog mit den Mitarbeitern zu treten.

Viele Kollegen waren überrascht, dass man das Thema Compliance auch emotional und einladend kommunizieren kann. Aber auch von unseren Kunden, die auf den Stand im Audi-Forum gekommen sind, haben wir viel Zuspruch erhalten. Aus meiner Sicht konnten wir mit Hilfe der Kampagne unser Compliance-Verständnis deutlich machen: Stets im gesetzlichen Rahmen handeln, um Schaden von unseren Produkten und der Marke Audi abzuwenden. ||

Das Interview führte Irina Jäkel.

Den Film und Fotos der Compliance-Kampagne „Protect what you love“ der AUDI AG können Sie hier bis zum 7. Februar 2013 ansehen.

Kommentar

Furchterregend



Man ist sich einig: Es ist eine gute Sache, wenn Geschäftspartner bei Abschlüssen die eigene Compliance-Verpflichtung anerkennen. Sie sollen sich verpflichten,

alles Mögliche zu tun, um compliant zu sein. Schön gedacht, doch die Sache ver selbstständig sich. Mittlerweile haben solche Verpflichtungen die Größe eines Kompodiums, jede Abteilung im Unternehmen fühlt sich dazu berufen, etwas von sich in die Compliance-Verpflichtungen einzubringen. Das Ergebnis ist ein furchterregendes Konvolut für jeden Lieferanten, der sich tatsächlich die Mühe macht, dieses Werk durchzulesen. Hat man das Pech, selbst auf der Lieferantenseite eines US-amerikanischen oder britischen Unternehmens zu sein, wird das Ganze sogar gefährlich. Mal ehrlich, ist das der Sinn der Sache? Vielleicht sollte man diese Praktik überdenken, bevor sie sich noch weiter von der Ursprungsidee entfernt.

Irina Jäkel

IMPRESSUM

Haben Sie Anregungen, Fragen oder Kritik?

Über Ihr Feedback freuen wir uns.

Irina Jäkel (irj), Verantwortliche Redakteurin

Telefon: (0621) 437 45 - 110,

E-Mail: irina.jaekel@finance-magazin.de

Dr. Sarah Nitsche (san), Redakteurin

Telefon: (069) 75 91-26 31

E-Mail: sarah.nitsche@finance-magazin.de

Verlag

Herausgeber: FINANCIAL GATES GmbH

Geschäftsführung: Dr. André Hülsbömer, Volker Sach

60326 Frankfurt am Main, Mainzer Landstraße 199

HRB Nr. 53454, Amtsgericht Frankfurt am Main

Telefon: (069) 75 91-24 94

Telefax: (069) 75 91-32 24

Internet: www.finance-magazin.de

Bezugspreis Jahresabonnement: kostenlos

Erscheinungsweise: monatlich (10 Ausgaben im Jahr)

Objektleitung Marketing

Dorothee Groove

Telefon: (069) 75 91-32 17

E-Mail: d.groove@financial-gates.de

Verantwortlich für Anzeigen: Dorothee Groove

Fachbeirat der Online Zeitschrift Compliance: Andrea

Berneis, Paul Hartmann AG; Malgorzata Borowa, Kabel

Deutschland GmbH; Ralf Brandt, LTS Lohmann Therapie-Systeme

AG; Gerhard Brey, Osram AG; Otto Geiß, Fraport AG; Mirko

Haase, Adam Opel AG; Dr. Katharina Hastenrath, Frankfurt

School of Finance & Management; Olaf Kirchhoff, Mitutoyo

Europe GmbH; Torsten Krumbach, Sky AG; Prof. Dr. Bartosz

Makowicz, Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder;

Dr. Birte Mössner EnBW, Energie Baden-Württemberg AG;

Alexander von Reden, Schindler Deutschland GmbH; Dr. Dirk

Christoph Schaubert, Metro AG; Elena Späth, Klöckner & Co SE;

Dr. Eckhardt Sünner, Aufsichtsrat Infineon Technologies AG;

Bettina Vieler, Wincor Nixdorf AG; Heiko Wendel, Leoni AG;

Dietmar Will, Audi AG; Rudolf Zimmermann, ABB AG.

Layout: Daniela Seidel, FINANCIAL GATES

Illustrationen: iStock

Mitherausgeber: BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsge-

sellschaft mbH, D&B Deutschland, digital spirit GmbH, Interactive

Dialogues NV/SA, SAI Global

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recher-

chiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Voll-

ständigkeit des Inhalts von Compliance übernehmen Verlag

und Redaktion keine Gewähr. Für unverlangt eingesandte

Manuskripte und unverlangt zugestellte Fotografien oder

Grafiken wird keine Haftung übernommen.

Nachdenken über den Trainingsschwerpunkt

Eine neue Studie zur Wirtschaftskriminalität in Deutschland zeigt, dass die Compliance Officer verstärkt in den Bereichen Diebstahl und Betrug schulen sollten.

Die meisten Compliance Officer verwenden viel Zeit auf Schulungen im Bereich Korruption und Kartelle. Dabei sagt eine aktuelle Studie, dass diese Zeit besser im Bereich Diebstahl/Unterschlagung und Betrug/Untreue investiert wäre. Zum fünften Mal seit 1999 liegt die Studie „Wirtschaftskriminalität in Deutschland 2012“ von KPMG vor, die in Zusammenarbeit mit dem Sozialforschungsinstitut TNS Emnid durchgeführt wurde. Befragt wurde die erste und zweite Führungsebene von 332 Unternehmen aus verschiedenen Branchen zu ihren Erfahrungen mit Wirtschaftskriminalität, den implementierten Präventions- und Aufdeckungsmaßnahmen und zum Umgang mit den entdeckten Fällen. Interessant ist, dass die Befragten das Risiko von Wirtschaftskriminalität für andere Unternehmen deutlich höher einschätzten als für ihr eigenes. Vier von fünf Unternehmen sind mit ihren Präventions- und Aufdeckungsmaßnahmen völlig zufrieden, was, wie

Die gesamte Studie können Sie hier herunterladen.

Die häufigsten Delikte

In %	2006	2010	2012
Diebstahl/Unterschlagung	82	57	65
Betrug/Untreue	46	53	37
Datendiebstahl/Datenmissbrauch	23	53	31
Verletzung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	31	24	21
Verletzung von Schutz- und Urheberrechten	21	14	17
Korruption	17	10	6
Kartellverstöße	1	4	4
Geldwäsche	5	21	2
Manipulation von jahresabschlussrelevanten Informationen	6	13	3

Quelle: KPMG

die Autoren der Studie feststellten, oftmals im Widerspruch zu den tatsächlichen Vorkehrungen stehe.

Mehr als die Hälfte der 100 größten Unternehmen wurde in den beiden vergangenen Jahren Opfer von Wirtschaftskriminalität (im Vergleich zu ein Viertel bei den mittelständischen Unternehmen). Die Großunternehmen wurden am häufigsten von den Delikten Diebstahl/Unterschlagung und Betrug/Untreue betroffen. Deliktarten wie Geldwäsche, die Verletzung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen oder von Schutz- und Urheberrechten spielten auch eine bedeutende Rolle.

Noch vor den Bereichen Vertrieb und Lager/Logistik sehen die Großunternehmen vor allem Personalwesen, Geschäftsführung und Einkauf als die am häufigsten von Delikten betroffenen Bereiche an. Über die Hälfte der Täter wurden im Management und Topmanagement identifiziert. Bei den Aufklärungsmethoden setzten die Großunternehmen deutlich stärker als im Mittelstand auf elektronisch unterstützte Aufklärungsmethoden wie elektronische Datenanalysen, Analysen von E-Mail-Konten von Mitarbeitern sowie den Einsatz von Prüfungssoftware. ||

irina.jaekel@finance-magazin.de

ANZEIGE

Decide with Confidence



SAUBER BLEIBEN – MIT DEN D&B COMPLIANCE LÖSUNGEN

Sichern Sie den guten Ruf Ihres Unternehmens durch gesetz- und regelkonformes Verhalten. Mit den D&B Compliance Lösungen vermeiden Sie es, unwissentlich mit Unternehmen Geschäfte zu tätigen, die wegen Geldwäsche, Terrorismus, Embargos oder sonstigen Sanktionen auf einer sogenannten „schwarzen Liste“ stehen.

Erfahren Sie mehr auf: www.dnbcompliance.de



Transparency International: Corruption Perceptions Index 2012

Transparency International (TI) hat Anfang Dezember die aktuelle Ausgabe des Corruption Perceptions Index veröffentlicht. Spitzenreiter des jüngsten Rankings, das die im öffentlichen Sektor wahrgenommene Korruption bewertet, sind mit jeweils 90 von 100 möglichen Punkten Dänemark, Finnland und Neuseeland. Deutschland rangiert mit einem Wert von 79 Punkten auf Rang 13 und hat sich damit im Vorjahresvergleich um einen Platz verbessert. Nachbesserungsbedarf sieht die Organisation in Deutschland weiterhin im Bereich der Abgeordnetenbestechung sowie bei der Offenlegung von Nebeneinkünften Abgeordneter.

Die Schlusslichter des neuesten Rankings bilden mit lediglich 8 erreichten Punkten Afghanistan, Nordkorea und Somalia. In Europa schneidet dagegen Griechenland besonders schlecht ab: Das Land liegt 2012 auf Rang 94 (36 Punkte) und somit gleichauf mit Staaten wie z.B. Indien und der Mongolei. ||

sarah.nitsche@finance-magazin.de

Das aktuelle Ranking finden Sie hier.

In aller Kürze

Das U.S. Department of Justice und U.S. Securities and Exchange Commission hat in November 2012 einen Leitfaden zum Foreign Corrupt Practices Act ("FCPA") veröffentlicht. Der Leitfaden bringt keine Neuigkeiten und interpretiert auch den FCPA nicht neu. Aber es gibt nützliche Einblicke in das Vorgehen der Behörden und könnte den Unternehmen helfen, ihre die FCPA betreffenden Compliance-Richtlinien zu überprüfen.

<http://www.sec.gov/spotlight/fcpa/>

In Berlin ist Ende November 2012 das Deutsche Institut für Compliance (DICO) ins Leben gerufen worden. Die Gründungsmitglieder möchten Standards für Compliance und Qualifizierungen setzen und das Berufsbild des Compliance Officers weiterentwickeln. Außerdem verstehen sie sich als Ansprechpartner für alle Compliance-Interessierten in Wirtschaft, Verbänden und Gesetzgebung. Zu den Gründern des Vereins zählen solche Unternehmen wie die Deutsche Telekom, Siemens, EnBW, Metro, MAN oder der Allianz-Konzern. Den Vorstand bilden Manuela Markert, Leiterin des Zentralbereichs Compliance der Deutschen Telekom, sowie Klaus Moosmayer, Chief Counsel Compliance bei Siemens.

<http://www.dico-ev.de/>

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) Peter Schaar hat einen Leitfaden zur Gesetzesevaluation vorgestellt. Der "Leitfaden zur Durchführung von Ex-post-Gesetzesbewertungen unter besonderer Berücksichtigung der datenschutzrechtlichen Folgen" richtet sich an Abgeordnete und Beamte, die mit einer Gesetzesevaluation betraut sind.

Der Leitfaden setzt sich umfassend mit den Standards, Evaluationsinstrumenten und Methoden auseinander, die für die Evaluation gelten, und stellt die verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen dar.

<http://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/>

Das US-amerikanische CEB Compliance and Leadership Counsel hat Mitte November 2012 eine Vorabzusammenfassung zur Studie "2013 Budget, Staff and Priority Benchmarks" veröffentlicht. Lesenswert ist diese Studie deswegen, weil sie Vergleiche der Ziele und Budgets zwischen den Unternehmen ermöglicht. Die Studie befasst sich mit den Compliance- und Ethics-Budgets der US-CCOs für das Jahr 2013, der Mitarbeiterstärke sowie ihren Zielen für das kommende Jahr.

<http://forms.executiveboard.com/content/>



ANZEIGE

Brisante Dokumente werden bei uns nicht nur adäquat übersetzt, sondern auch adäquat behandelt 

Barbara Mayer-Rolshoven
Managing Partner

Efnan Dangir
Head of German Translation Department

Constance L. Riess
Managing Partner (COO)

Nicholas Hanna
Head of English Financial Translation Department

Gabriele Weyland-Tschentscher
Managing Partner (CEO)

Muttersprachlichkeit und hohe fachliche Expertise sind die Voraussetzung an unsere Übersetzer, deren Arbeit stets von einem gleichermaßen qualifizierten Kollegen überprüft wird. Dabei achten wir aber nicht nur auf das Ergebnis, das unseren und Ihren höchsten Ansprüchen genügt, sondern auch auf die absolute Integrität unserer Mitarbeiter.

Rechts- und Finanzübersetzungen
www.lingualegis.de



LINGUALEGIS

Nehmen Sie uns beim Wort.

<< FORTSETZUNG VON SEITE 1

Gehen oder bleiben?

nach China und Russland auszustrecken oder dort weiter zu expandieren. Wer will schon solche Leckerbissen kampfflos der Konkurrenz überlassen? Siemens ist seit über 160 Jahren in Russland, Audi eröffnet bald das zweite Werk in China – um nur einige Beispiele zu nennen. Demgegenüber steht eine Reihe von Unternehmen, die sich bewusst gegen den Gang in diese Länder entschieden haben. Am Ende ist die Rechnung einfach: Frist die Investition in die Risikominimierung den erwarteten Gewinn auf, geht sie nicht auf.

Je bedeutender ein Unternehmen und je größer die geplante Investition, desto mehr ändern sich aber auch die Umstände zu seinen Gunsten: „Wenn man in der Lage ist, einen Mehrwert für das Unternehmen bzw. die Anteilseigner zu schaffen, gibt es keine No-Go-Areas. Die Frage ist dann aber, wer die Spielregeln bestimmt.“ sagt ein Chief Compliance Officer. Die Voraussetzung dürften die meisten wohl nicht mitbringen. Sie müssen mit einer eingehenden Risikoanalyse die strategische Entscheidung vorbereiten.

Das erfordert den Input vieler Bereiche, aber besonders den der Compliance: „Wir müssen Methoden entwickeln können, um Rechtsverstöße in einem neuen Gebiet sicher zu verhindern“, erklärt Heiko Wendel, General Counsel bei Leoni. Ein aufwendiges und kostspieliges Unterfangen: Nicht nur die klassischen Compliance-Instrumente wie Schulungen und Kontrollen kommen dabei zum Zuge. Wendel und seine Kollegen sprechen bei der Vorbereitung zum Beispiel auch mit Botschaftern und anderen Personen, die mit der Landeskultur vertraut sind.

Wo der Mehrwert liegt

Einen wirklichen Mehrwert kann die Arbeit der Compliance-Abteilung aber nur liefern, wenn sie in einem frühen Stadium in den Strategieprozess eingebunden wird, meint Jörg Bielefeld, Partner bei Beiten Burkhardt: „Die anderen Fachbereiche müssen ebenfalls für Risiken sensibilisiert sein und die Compliance-Abteilung frühzeitig informieren. Das heißt, dass die Compliance-Kollegen beispielsweise Vertragsentwürfe frühzeitig sehen und mit Fragen und Änderungsvorschlägen gehört werden müssen.“ Genau da liege aber

der Knackpunkt: „Compliance wird in den meisten Unternehmen mittlerweile wahrgenommen – oft aber noch als Störfaktor.“

Wer ambitionierte Pläne des Vorstands mit dem Hinweis auf meist nicht unmittelbar greifbare Risiken mit einem Fragezeichen versieht, manövriert sich schnell in eine Sackgasse: „Wer immer nur bremst, stößt natürlich auf Widerstände. Der Chief Compliance Officer muss aber dahin gehen, wo es wehtut“, meint von Busekist. Eine Schwierigkeit, mit der die CCOs sich längst nicht nur bei Expansionsfragen beschäftigen müssen. Klare Empfehlungen auszusprechen erfordert eine enorme Akzeptanz – und keine Konfliktscheu. „Wir geben nach unserer Analyse eine klare Empfehlung an den Vorstand, soweit das möglich ist. Wenn wir zu der Entscheidung kämen, dass ein Gebiet zu riskant ist, würde der Vorstand das mit Sicherheit akzeptieren“, sagt Leoni-Chefjurist Wendel selbstbewusst. Andere geben sich deutlich zurückhaltender und begnügen sich mit der Präsentation der Ergebnisse ihrer Risikoanalyse.

Da aber am Ende die Entscheidung allein beim Vorstand liegt, ist der CCO meist außen vor – und muss sich mit der Hoffnung begnügen, dass mögliche Bedenken aus seinem Stab nicht einfach weggewischt werden und das Management sich darauf zurückzieht, die Compliance wenigstens formell beteiligt zu haben. Von Busekist hat das in der Beratung mehrfach erlebt: „Der Chief Compliance Officer ist immer wieder nur ein Feigenblatt.“ Die Beobachtung teilt auch Bielefeld: „In vielen Fällen wird die Compliance auch erst gefragt, wenn ein Deal schon unter Dach und Fach ist. Leider läuft das dann auf eine reine Alibi-funktion hinaus. Als Chief Compliance Officer würde ich dann konsequent sein und die Vertrauensfrage stellen.“

Für den CCO oft leichter gesagt als getan, das geben auch Experten zu. Natürlich stelle man sich die Frage, ob man weitermachen wolle, sagt einer, der erlebt hat, dass ein Unternehmen klare Bedenken bei der Erschließung eines neuen Marktes nicht hören wollte. Dann bleibt nur eines: Die eigenen Aktivitäten ganz genau dokumentieren – und alternative Stellenangebote prüfen. ||

Von Sarah Nitsche, sarah.nitsche@finance-magazin.de

Schuld und Sühne



Die EU-Kommission hat gegen sieben internationale Konzerne **Geldbußen** in Höhe von insgesamt 1,47 Milliarden Euro wegen der Beteiligung an einem bzw. an zwei **Kartellen** im Sektor Kathodenstrahlröhren verhängt. Fast zehn Jahre lang hatten die Unternehmen weltweit Preisabsprachen getroffen, Märkte und Kunden untereinander aufgeteilt und ihre Produktion beschränkt. Ein Kartell agierte im Sektor Bildröhren für Fernsehgeräte und ein weiteres im Sektor Bildröhren für Computerbildschirme.

Die Unternehmen **Chunghwa, LG Electronics, Philips und Samsung SDI** waren an beiden Kartellen beteiligt, während sich **Panasonic, Toshiba, MTPD** (gegenwärtig eine Tochter von Panasonic) und **Technicolor** (vormals Thomson) nur an dem Fernsehbildröhrenkartell beteiligten.

<http://europa.eu/rapid/>

Das österreichische Kartellgericht hat zwischen Juli und November 2012 wegen vertikaler Preisabsprachen (auch „Preisbindung zweiter Hand“ genannt) zwischen Herstellern und (Einzel-)Händlern von Dämmstoffen Bußgelder in Höhe von insgesamt 435.000 Euro gegen drei Händler (Baumärkte) verhängt.

Die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) hatte im Jahr 2011 bei einigen Herstellern von Dämmstoffen und bei einer Reihe von Händlern Hausdurchsuchungen durchgeführt. Nach der Auswertung der Ermittlungsergebnisse hatte die BWB beim Kartellgericht (KG) eine Reihe von Bußgeldanträgen gegen (vorerst) einen Hersteller sowie gegen die Baumärkte (Einzelhändler) eingebracht.

<http://www.bwb.gv.at/Aktuell/Seiten/>

Die Schweizer Großbank **UBS** muss in Großbritannien wegen des Skandals um den **UBS-Händler Kweku Adoboli** ein Bußgeld in Höhe von 29,7 Millionen Pfund (rund 37 Millionen Euro) zahlen. Wegen „ernsthafter Schwächen“ im Kontrollsystem sei die Bank nicht in der Lage gewesen, die Fehlspekulationen Adobolis frühzeitig aufzudecken, teilte die britische Finanzmarktaufsicht **FSA** mit.

<http://www.fsa.gov.uk/library/communication/>

Es gibt weitere Anklagen im Falle von kriminellen Machenschaften rund um die österreichische Bank **Hypo Alpe Adria Group (HGAA)**. Anfang Dezember hat die Staatsanwaltschaft **Klagenfurt** Anklagen gegen vier ehemalige Bankverantwortliche erhoben, unter anderem gegen die früheren Bankvorstände **Wolfgang Kulterer** und **Tilo Berlin**. In der Anklage geht es um eine Transaktion mit Vorzugsaktien der **Hypo Leasing** aus dem Jahr 2006. Auch die **Flick-Privat-Stiftung** wird sich vor Gericht verantworten müssen.

<http://derstandard.at/1353208416607/>

Veranstaltungskalender

Datum	Titel	Ort	Kosten
11. Januar	Compliance-Seminar	Augsburg	495 Euro
31. Januar/1. Februar	Compliance Circle München Jahreskongress	München	595 Euro
4./5. Februar	2. AWA Compliance Summit 2013	Münster	ab 590 Euro
14./15. März	4. Anti-Korruption & Compliance Summit 2013	Frankfurt am Main	1.999 Euro
11./12. April	2. Corporate Governance Compliance Strategies 2013	Berlin	2.499 Euro