

Compliance im Sportverein – Regulierungswahn oder Hilfe zum Selbstschutz?

Herbstseminar 2016 in Göttingen

Compliance in der Wirtschaft I - Branche Schließtechnik

Michael Vorhold, Compliance Officer und Vizepräsident Internal Audit eines großen Herstellers für elektronische Zugangs- und Eintrittssysteme schilderte nach einleitenden Bemerkungen zur Geschichte des Compliance-Systems aus der Praxis, wie Kernelemente eines Compliance-Management-Systems (CMS) aussehen. 7 Elemente habe ein solches CMS: Kultur, Ziele, Organisation, Risiken, Programm, Kommunikation sowie Überwachung und Verbesserung. Grundlage aller Bemühungen sei es, für die Organisation eine Kultur mit definierten Werten zu formulieren, die von der Mitarbeiterschaft akzeptiert und vom gegenseitigen Vertrauen getragen werde. Als Stichworte seien hier u.a. die Begriffe Gesetzestreue, gutes Unternehmertum, Leistung, Mut und Vertrauen zu nennen.

Hieraus gelte es Ziele abzuleiten, die mit dem CMS erreicht werden sollten. Hier wäre es hilfreich, wesentliche Teilbereiche zu definieren und die dafür notwendigen Regeln zu formulieren.

Klassische Ziele seien dabei der Schutz vor Strafe oder der Schutz des guten Rufs der Organisation; notwendig sei weiter eine im Kern unabhängige Organisation, die sich direkt unter der Führungsebene mit allen Fragen der Compliance-Problematik befasse.

Integraler Bestandteil eines CMS sei weiterhin eine detaillierte Risikoanalyse, die je nach Organisationseinheit sehr unterschiedlich ausfallen könnte (Kontakt mit auswärtigen Dritten, Verfügungsgewalt über Geldflüsse etc.). Im Anschluss daran sei ein Compliance-Programm aufzustellen, das auf der Grundlage der identifizierten Risiken Grundsätze und Maßnahmen zur Risikominimierung einführe. Diese Grundsätze und Maßnahmen umfassten Meilensteine wie einen Verhaltenskodex, die Strukturierung des Regelwerks, die Entwicklung eines Kommunikationskonzepts, internes Marketing, die Freigabe von Prozessen, die Abhaltung von Schulungen sowie die Regelberichterstattung.

Ergänzt wurden diese Ausführungen mit der detaillierten Schilderung eines Praxisbeispiels, wie bei Kundenbesuchen mit Einladungen durch Geschäftspartner umzugehen sei. Deutlich wurde dabei, dass diese Materie oft nur mit dem nötigen Hintergrundwissen und der richtigen Sensibilität angegangen werden könnte. Dann könne es auch mal vorkommen, dass die Unternehmensziele Steigerung des Umsatzes oder des Gewinns hinter der Einhaltung von Compliance-Regeln zurückstehen müssten.

Niclas Stucke

Premiumpartner



Freiburger Kreis e.V.
Arbeitsgemeinschaft größerer
deutscher Sportvereine
Sandstraße 162
50226 Frechen

Telefon: 02234 2024-47
Telefax: 02234 2024-48
info@freiburger-kreis.de
www.freiburger-kreis.de
Steuernr.: 99019/34806