

# Das Wichtigste schützen – den guten Ruf

«Compliance» ist allgegenwärtig und betrifft sämtliche Organisationen: Das Einhalten von Gesetzen, Richtlinien und ethischen Codizes beeinflusst die öffentliche Wahrnehmung. «Fokus Rechtsguide» wollte von Christian Wind, Partner bei der Kanzlei Bratschi AG, wissen, was ein praxistaugliches Compliance Management auszeichnet – und welche Risiken entstehen, wenn es fehlt.

**Christian Wind, als Partner bei Bratschi helfen Sie Organisationen in der Compliance.**

**Was darf man darunter verstehen?**

Von Unternehmen, Verbänden, Stiftungen und Behörden wird erwartet, dass sie Gesetze und Regeln einhalten. Was einfach tönt, ist äusserst anspruchsvoll in der Umsetzung. Viele Organisationen sind überwältigt von der Menge interner und externer Regeln, die beachtet werden müssen. Dazu braucht es ein massgeschneidertes Compliance Management System, das das regelkonforme Verhalten in der Organisation verankert und sicherstellt. Wir helfen, solche Systeme aufzusetzen und laufend zu verbessern.

**Compliance ist in Mode, aber eigentlich ist das Einhalten von Regeln ja nichts Neues.**

**Warum ist das Thema plötzlich so wichtig?**

Die Gesellschaft ist heute sehr sensibel geworden. Da trägt es nicht mehr viel. Nebst juristischen Konsequenzen droht vor allem ein Reputationsschaden, der eine Organisation viel mehr schmerzt. Der gute Ruf ist ihre wichtigste Ressource. Ist der einmal beschädigt, wenden sich Kunden, Partner und Mitarbeiter ab. Dies erfährt aktuell die Post; das Fehlverhalten der Postauto AG gefährdet ihre Reputation massiv.

**Wenn bereits grosse Organisationen wie die Post Probleme mit der Compliance haben, wie sieht es dann bei kleineren und mittleren Organisationen aus?**

Sehr unterschiedlich. 2015 hatten wir Deutschschweizer KMU dazu befragt. Die Erkenntnis war, dass Compliance noch ein Mauerblümchendasein fristet. Zwar werden wichtige Teilaspekte, wie interne Weisungen und Schulungen durchaus umgesetzt. Bei anderen wichtigen Faktoren, wie dem Einbetten von Compliance in die Personalprozesse oder der tatsächlichen

Kontrolle durch den Verwaltungsrat gibt es aber noch grosses Verbesserungspotential.

**KMU haben kaum oder wenig Erfahrung in Compliance und sind mit der Fülle von Anforderungen überfordert.**

**Was können Organisationen konkret tun, um sich zu verbessern?**

Viele Organisation haben ein grundsätzliches Problem: Sie sind zu klein, um Compliance-Spezialisten zu beschäftigen. Das wäre viel zu teuer. Hier können wir mit unserer Erfahrung und Kompetenz helfen, ein Compliance Management System zu entwickeln und zu implementieren, dass dem Unternehmen gerecht wird. Der erste Schritt dazu ist immer eine Auslegeordnung von dem, was bereits da ist. Sie zeigt Schwachstellen und wo tatsächlich Handlungsbedarf besteht. So können Organisationen ihre Ressourcen effizient und effektiv einsetzen.

**Solche Analysen sind aber mit hohem Aufwand verbunden. Wer ausser den grossen Unternehmen kann sich das leisten?**

Jede Organisation. Es müssen nicht die klassischen, strukturierten Interviews sein – die sind tatsächlich aufwändig, dafür sehr aufschlussreich. Wichtige Erkenntnisse gewinnt man bereits mit einer summarischen Kurzbeurteilung. Die ist zwar günstiger, aber es fehlt die Breite. Darum haben wir das webbasierte Umfragetool «Complerify» entwickelt. Das ist einerseits erheblich günstiger, weil standardisiert, andererseits bietet es die nötige Breite und Tiefe, weil es sich massschneidern lässt. Eine Organisation kann ihre Fortschritte über die Jahre messen, weil sich die Umfragen eins zu eins wiederholen lassen und quantifiziert sind.

**Standardisiert und massgeschneidert widerspricht sich aber.**

Nein, muss es nicht. Wir stellen gemeinsam mit dem Kunden einen auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Fragebogen zusammen. Da greifen wir auf vordefinierte Fragen zurück, können aber auch spezifische Fragen ergänzen. Damit wir umfassend abfragen, richten wir uns an einem einfachen Modell aus, dem Compliance-Würfel.

**Dieses Modell liegt auch Ihrem neuen Buch**

**«Leitfaden Compliance – Pragmatisch und ganzheitlich» zu Grunde. Worum geht es dabei?**

Der Compliance-Würfel beschreibt sechs Compliance-Dimensionen: Organisationskultur, Einbettung, Aktivitäten, Personen, Ressourcen und Fundament. Jede Dimension hat ihre spezifischen Herausforderungen und wird durch verschiedene Elemente konkretisiert. Ein Beispiel zur Organisationskultur: Sind a) Grundwerte vorhanden



und werden sie auch b) vorgelebt und c) einverlangt? Existiert eine Compliance- und Speak-up-Kultur? Der Würfel schafft Orientierung und Klarheit und gibt eine praxistaugliche Compliance-Anleitung. Jede Organisation kann damit sehr einfach eine Standortbestimmung vornehmen und die eigenen Stärken und Schwächen herausfinden.

TEXT SMA

## bratschi

**ÜBER DIE BRATSCHI AG.**

Bratschi ist eine der führenden und schnell wachsenden Kanzleien in der Schweiz; eine Vollservice-Kanzlei, die ihren Kundinnen und Kunden ein breites Spektrum an Rechts- und Beratungsdienstleistungen anbietet. Der Schwerpunkt der Kanzlei liegt im Wirtschafts- und Steuerrecht und in der Beratung mittelständischer Unternehmen.

[www.bratschi.ch](http://www.bratschi.ch)

**ZUR PERSON.**

Christian Wind, Dr. iur. HSG, Rechtsanwalt, LL.M., EMBA IMD, verbindet juristische Expertise und wirtschaftlichen Sachverstand mit über 17 Jahren Erfahrung im Umgang mit rechtlichen Herausforderungen und Compliance-Themen in vier namhaften multinationalen Unternehmen bevor er 2011 als Partner der Bratschi AG beiträgt. Deshalb versteht er die Bedürfnisse der Unternehmen bestens.

Weitere Informationen unter [www.bratschi.ch/compliance](http://www.bratschi.ch/compliance)

Das Buch «Leitfaden Compliance – Pragmatisch und ganzheitlich» können Sie über den Stämpfli Verlag unter [www.staempfliverlag.com](http://www.staempfliverlag.com) beziehen.