

A. Einführung

I. Einleitung

Compliance ist, soviel ist inzwischen überall angekommen, an sich recht prägnant zu erklären. Es geht schlicht um die Einhaltung von Gesetzen. Was sich so schlagwortartig formulieren lässt, ist in seiner Reichweite und seinen Verzahnungen ein wahrhaft weites Feld. Compliance umfasst Fragen der Vorbeugung vor Wirtschafts- und Vermögensstraftaten ebenso wie Fragen des Arbeitsschutzes; Fragen der korrekten Betriebsratsbeteiligung ebenso wie Fragen des Datenschutzes. Während ursprünglich unter Compliance in erster Linie die Einhaltung börsenrechtlicher Vorschriften verstanden wurde, ist nunmehr die Beachtung aller gesetzlichen Regelungen in den Mittelpunkt gerückt. Dabei sieht Compliance je nach dem um welche Art Unternehmen es sich handelt anders aus. Der Sportartikel-Hersteller¹ ist anderen Rechtsnormen unterworfen als das Kreditinstitut. Das Grundproblem ist jedoch immer identisch: Die jeweils geltenden Vorschriften müssen eingehalten werden, und das muss sichergestellt und überwacht werden.

Dass Unternehmen sich an die jeweils für sie geltenden Gesetze und Richtlinien halten, ist eigentlich selbstverständlich, wirkt aber unter dem noch recht jungen Begriff Compliance² ziemlich progressiv. Und doch verbirgt sich dahinter mehr als der Selbstzweck moderner Unternehmen.

Compliance bedeutet Verantwortung. Die Verantwortung der Geschäftsleitung, die sich aus zunehmenden Regularien oder der voranschreitenden Globalisierung und damit einhergehenden stetig wachsenden Pflichten und Haftungsrisiken ergibt. Solche Risiken zu erkennen, ihnen vorzubeugen und im Bedarfsfall adäquat zu reagieren, ist Bestandteil effektiver Compliance. Dabei beginnt die Compliance-Organisation im Kleinen: bei der Bewusstwerdung von Gefahren für das Unternehmen, bei der Sensibilisierung von Mitarbeitern und anderen Unternehmensangehörigen für ihre Pflichten, bei dem Schaffen von Prinzipien, denen sich jeder im Unternehmen verpflichtet fühlt.

Damit wird aus Compliance mehr als die bloße formale Organisation der Kontrolle und Überwachung, dass Gesetze auch tatsächlich eingehalten werden. Nämlich ein Bestandteil

¹ Soweit diese Arbeit nicht zwischen der maskulinen und femininen Form unterscheidet, so geschieht dies nur aus Gründen der Übersichtlichkeit und besseren Lesbarkeit, gemeint sind selbstverständlich jeweils die männliche wie die weibliche Form, also beispielsweise sowohl Hersteller als auch Herstellerinnen.

² Vetter, in: Wecker/van Laak, Compliance in der Unternehmerpraxis, 2008, S. 29.

der Unternehmenskultur und Unternehmenspolitik. Ein unternehmerischer Wert. Und damit ein Vorteil im Wettbewerb.³

Dies vorausgeschickt verwundert es nicht, dass Unternehmen ihre Compliance-Haltung und -Organisation mehr und mehr nicht nur im unternehmensinternen Bereich praktizieren, sondern damit nach außen treten. Zunehmend wollen Unternehmen daher ihre in Compliance-Richtlinien manifestierten Standards nicht nur für ihre Mitarbeiter angewandt sehen, sondern auch auf Dritte erstrecken. Lieferanten, Kunden und Geschäftspartner sollen sich in ihrem Handeln an den Compliance-Klauseln des Vertragspartners orientieren.

Diese Arbeit untersucht, inwieweit eine Erweiterung des Anwendungsbereichs von Compliance-Klauseln eines Unternehmens überhaupt möglich ist.

II. Gegenstand der Untersuchung

Den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit bilden Compliance-Klauseln. Dabei stehen nicht die weitgehend bekannten an die Mitarbeiter eines Unternehmens gerichteten Verhaltenskodizes im Mittelpunkt, sondern Compliance-Klauseln, die im unternehmerischen Geschäftsverkehr Anwendung finden. Immer häufiger verstehen Unternehmen ihre Compliance-Maßstäbe nicht mehr nur als rein interne Angelegenheit. Vielmehr wird die eigene Compliance-Struktur und -Kultur als selbstständiger unternehmerischer Wert angesehen, den es auch nach außen zu verkörpern und zu vermitteln gilt. Es geht demnach um die „Außen-Compliance“.

So beschreibt etwa die Siemens AG in ihrem Lieferanten-Portal im Internet: „Wir haben uns weltweit verbindliche Leit- und Richtlinien gegeben, die ethisches und gesetzeskonformes Verhalten von allen Mitarbeitern und Führungskräften fordern. Unsere Arbeit und der Umgang der Mitarbeiter untereinander sowie mit unseren Kunden und Geschäftspartnern basieren darauf.“ So sei es Teil der Corporate Responsibility von Siemens, offen mit Lieferanten zu kommunizieren und gemeinsam ein nachhaltiges und verantwortliches Wirtschaften in der gesamten Lieferkette sicherzustellen.⁴ Die Daimler AG formuliert ähnlich: „Begeisterung, Wertschätzung, Integrität und Disziplin. Diese Werte wollen wir

³ In Australien und Italien etwa haben Unternehmen bei Produktausreibungen bessere Chancen, wenn sie über Compliance-Programme verfügen; In den USA machen Pharmaunternehmen offensiv Werbung mit ihren ethischen Standards. Vgl. *Thoralf Schwanitz*, „Hinterm Horizont geht's weiter“, in: *Financial Times Deutschland* vom 06.10.2009, S. 22.

⁴ Siemens-Online-Portal für Lieferanten, abrufbar unter: <https://w9.siemens.com/cms/csp/de/supplier-portal/supplier-siemens/corp-responsibility/Pages/corp-responsibility.aspx>; zuletzt aufgerufen am 08.01.2011.

innerhalb unseres Unternehmens und in unseren Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten leben.“⁵ In der Daimler Nachhaltigkeits-Richtlinie werden sodann Anforderungen an die Daimler-Lieferanten definiert.

Hinter dieser Entwicklung mag die Erkenntnis stehen, dass regelkonformes Verhalten auch von einem regelkonformen Umfeld abhängt; dass die Bemühungen um rechtlich einwandfreies und moralisch unbedenkliches Verhalten im eigenen Unternehmen deutlich weniger fruchten, wenn es zu Verstoß-Anreizen durch externe Faktoren kommt. Hintergrund dieser Entwicklung mag jedoch auch die Intention sein, die an das eigene unternehmerische Handeln gestellten Anforderungen dadurch zu bestätigen, dass sich auch die Auswahl der Geschäftspartner daran orientiert, ob diese compliant agieren.

Der Frage, was Unternehmen motiviert, ihre Compliance-Klauseln auch auf Dritte erstrecken zu wollen, widmet sich daher auch ein Teil dieser Arbeit. Untersucht werden soll dabei insbesondere, ob sich aus gesetzlichen Regelungen eine Pflicht zur Erstreckung der Geltung eigener Richtlinien ergeben kann.

Des Weiteren soll überprüft werden, ob eine solche Erstreckung überhaupt rechtlich wirksam vereinbart werden kann und welche Instrumente hierfür ggf. zur Verfügung stehen. Dabei wird ein besonderer Fokus auf eine typische Vertragskonstellation im unternehmerischen Geschäftsverkehr, die Verwendung von AGB, gelegt.

⁵ Daimler Richtlinie zur Nachhaltigkeit, Präambel, abrufbar unter: <https://daimler.portal.covisint.com/web/mb/downloads>; zuletzt aufgerufen am 08.01.2011.