

Claudia Dittmers

Werteorientiertes Compliance-Management

Die Werte von Compliance-Beauftragten und ihr Einfluss
auf die Compliance-Kultur im Unternehmen



Nomos

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	19
Abkürzungsverzeichnis	23
Einleitung	25
A. Einführung	25
B. Gang der Darstellung	31
C. Praktische Relevanz	35
Teil 1 Compliance im Unternehmen	37
A. Compliance aus Sicht des Unternehmens	39
I. Juristisch geprägte Perspektive	42
II. Ethisch geprägte Perspektive	45
III. Betriebswirtschaftlich geprägte Perspektive	48
IV. Spezialgesetzliche Perspektive	51
1. Corporate Compliance	51
2. Criminal Compliance	51
3. Kartellrechtliche Compliance	53
V. Compliance als Schnittmenge	53
B. Entstehungsgeschichte der Compliance und Einfluss internationaler Gesetze und Richtlinien	54
I. Entwicklung in den USA	54
II. Einfluss des UK Bribery Act	59
III. Entwicklung in Deutschland	60
IV. Aktueller Bezugsrahmen für deutsche Unternehmen	62
C. Zielsetzungen der Compliance	63
D. Motivationale Faktoren zur Einhaltung der Compliance	68
I. Regulierungstheoretische Einflussfaktoren rational handelnder Unternehmen	69

II. Irrational handelnde Wirtschaftsstraftäter	76
1. Das Leipziger Verlaufsmodell wirtschaftskriminellen Handelns	78
2. Der Wirtschaftsstraftäter in seinen sozialen Bezügen	82
III. Werteorientierte Kriminalprävention	85
1. Grundlegende kriminologische Theorien	86
2. Implikationen für die Praxis	96
a) Empirische Studien zu Werten und Wirtschaftskriminalität	100
b) Schlussfolgerungen einer werteorientierten Kriminalprävention	102
Teil 2 Das Compliance-Management-System im Unternehmen	105
A. Organisationsrahmen und Management	107
I. Aufbauorganisation	108
II. Ablauforganisation	108
III. Terminologien	109
IV. Managementaufgabe	111
B. Funktion und Zielsetzung	113
I. Risikobegrenzungs- und Schutzfunktion	114
II. Beratungs- und Informationsfunktion	115
III. Kontroll- und Überwachungsfunktion	115
IV. Marketingfunktion	116
C. Compliance-Commitment	117
I. Terminologie	118
II. Wesen	121
D. Compliance-Risikoanalyse	123
I. Rechtsrisiken	125
II. Reputationsrisiken	126
E. Compliance-Strategie	127
F. Instrumente eines Compliance-Management-Systems	128
I. Compliance-Kommunikation	129
1. „Top-Level-Commitment“ („Tone from the Top“)	130
2. Compliance-Mission-Statement	131
3. Compliance-Richtlinien	132
4. Compliance-Schulungen	134

5. „Compliance-Helpdesks“ und Mitarbeiter-Handbuch	135
6. Hinweisgebersysteme	136
II. Compliance-Kultur	139
III. Spezielle Compliance-Programme	142
IV. Compliance-Überwachung	143
V. Compliance-Organisation	144
1. Organisationsmodelle	144
a) Autonome Compliance-Organisation	145
b) Matrix Compliance-Organisation	145
2. Umsetzung	146
3. Horizontale Delegation	148
4. Vertikale Delegation	149
5. Aufgaben	152
G. Herkömmliche Rahmen- und Implementierungsbedingungen	157
H. Graphische Übersicht	159
Teil 3 Compliance-Beauftragte im Unternehmen	161
A. Abteilungszuordnung der Compliance-Funktion	162
I. Aktuelle Entwicklung	162
II. Meinungsstand in Deutschland	164
III. Meinungsstand im anglo-amerikanischen Rechtsraum	167
1. Autonomie und Unabhängigkeit	168
2. Transparenz	170
3. Rolle	171
4. Schlussfolgerungen	172
IV. Praxisrelevanz und Ergebnis	174
B. Personelle Besetzung der Compliance-Funktion	176
I. Entwicklung des Berufsbildes	176
II. Gesetzliche Anforderungen	178
III. Rechtsprechung	180
IV. Anforderungsprofil	181
1. Fachliches Anforderungsprofil	181
2. Persönliches Anforderungsprofil	185
a) Formale Betrachtungsweise	189
b) Gesinnungsorientierte Betrachtungsweise	195
aa) Einfluss von Unternehmensjuristen als Compliance-Beauftragte	196

bb) Einfluss der berufsspezifischen Prägung	201
cc) Schlussfolgerungen	204
dd) Kritik an den Schlussfolgerungen	205
ee) Übertragbarkeit auf Deutschland	205
C. Compliance-Beauftragte als motivationaler Faktor	207
I. Werte von Compliance-Beauftragten	210
1. Überblick über die (inter-) disziplinäre Wertediskussion	211
2. Herleitung des Wertebegriffs	216
3. Werteterminologien	221
4. Werte als Einstellungs- und Verhaltensdispositionen	223
a) Die Wertpyramide nach <i>Rokeach</i>	224
b) Die Theorie des geplanten Verhaltens nach <i>Ajzen</i>	226
5. Ableitung forschungsrelevanter Annahmen zu den Werten von Compliance-Beauftragten	229
a) Sozialisation der Werthaltungen	229
b) Berufsorientierung und Identifikationsbereitschaft	234
II. Werte im Kontext der Unternehmenskultur	239
1. Das Drei-Ebenen-Modell von <i>Schein</i>	240
2. Betrachtung von Compliance-Management-Systemen nach dem Drei-Ebenen-Modell von <i>Schein</i>	244
3. Ableitung forschungsrelevanter Annahmen im Kontext der Unternehmenskultur	255
Teil 4 Empirische Untersuchung der Werte von Compliance-Beauftragten	259
A. Forschungsleitende Fragestellung	260
B. Hypothesenbildung	260
I. Hypothesen zu den Werthaltungen	260
II. Hypothesen zur Berufsorientierung	261
III. Hypothesen zur Identifikationsbereitschaft	262
IV. Hypothesen zur wahrgenommenen und gewünschten Unternehmenskultur	262
C. Untersuchungsmethoden	263
I. Forschungsdesign	263
II. Vorgehensweise bei der Untersuchung	263
III. Operationalisierung	267
1. Operationalisierung der Werthaltungen	269

2. Operationalisierung der Berufsorientierung	280
3. Operationalisierung der Identifikationsbereitschaft	281
4. Operationalisierung der wahrgenommenen und gewünschten Unternehmenskultur	283
IV. Datenanalyse und statistische Methodik	288
V. Stichprobenumfang und Umgang mit fehlenden Werten	300
D. Befunde der empirischen Untersuchung	301
I. Soziodemographie von Compliance-Beauftragten	302
1. Studienabschluss	302
2. Geschlechterverteilung	303
3. Abteilungszuordnung	305
4. Unternehmensgröße	307
5. Branchenverteilung	310
II. Werthaltungen von Compliance-Beauftragten	310
III. Berufsorientierungen von Compliance-Beauftragten	314
IV. Identifikationsbereitschaften von Compliance- Beauftragten mit den Unternehmenszielen	316
V. Wahrgenommene und gewünschte Unternehmenskultur von Compliance-Beauftragten	321
E. Methodenkritische Reflexion und Diskussion der Befunde	331
I. Methodenkritische Reflexion	331
II. Diskussion der Befunde	336
1. Diskussion der soziodemographischen Befunde	336
2. Diskussion der Befunde zu den Werthaltungen	343
3. Diskussion der Befunde zu den Berufsorientierungen	354
4. Diskussion der Befunde zur Identifikationsbereitschaft mit den Unternehmenszielen	356
5. Diskussion der Befunde zu der wahrgenommenen und gewünschten Unternehmenskultur	360
F. Diskussion der Befunde im Blickfeld der Forschungsfrage	363
Teil 5 Abschließende Betrachtung	365
A. Zusammenschau	366
B. Forschungsperspektiven	383
C. Implikationen für die Praxis und Ausblick	387

Anhang I (Einladungsemail und Fragebogen)	395
Anhang II (Daten-Tabellen)	401
Literaturverzeichnis	417
Register	451

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Perspektiven auf die Compliance und Schnittmengen	54
Abbildung 2: Leipziger Verlaufsmodell wirtschaftskriminellen Handelns	79
Abbildung 3: Risiko-Trias der Compliance-Risiken	126
Abbildung 4: Das Compliance-Management-System	159
Abbildung 5: Abteilungszuordnung der Compliance-Funktion 2009, 2011, 2013 und 2015 (Studienreihe „Wirtschaftskriminalität“)	163
Abbildung 6: Studienfachrichtung Compliance-Beauftragte ("Berufsfeldstudie Compliance Manager 2013")	178
Abbildung 7: Die Wertpyramide nach <i>Rokeach</i>	224
Abbildung 8: Die Theorie des geplanten Verhaltens nach <i>Ajzen</i>	228
Abbildung 9: Das Drei-Ebenen-Modell nach <i>Schein</i>	240
Abbildung 10: Der Bi-dimensionale Wertekreis nach <i>Schwartz</i>	274
Abbildung 11: Der Bi-dimensionale Wertekreis nach <i>Schwartz</i> in Übersetzung von <i>Strack</i>	278
Abbildung 12: Der Wertekreis (Faktorenraum) in der 14-BiPol-Kurzform nach <i>Strack</i>	279
Abbildung 13: Das Competing-Values-Model nach <i>Cameron</i> und <i>Quinn</i>	284
Abbildung 14: Studienfachrichtung der Compliance-Beauftragten	302

Abbildung 15: Compliance-Zusatzstudium der Compliance-Beauftragten nach Studienfachrichtung	303
Abbildung 16: Geschlechterverteilung der Compliance-Beauftragten	304
Abbildung 17: Geschlechterverteilung der Compliance-Beauftragten innerhalb der Studienfachrichtung	304
Abbildung 18: Zuordnung der Compliance-Funktion zu Abteilungen	305
Abbildung 19: Studienfachrichtung der Compliance-Beauftragten in den Abteilungen	306
Abbildung 20: Anzahl der Compliance-Beauftragten in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße	308
Abbildung 21: Besetzung der Compliance-Funktion nach Unternehmensgröße	308
Abbildung 22: Anteil eigenständiger Compliance-Abteilungen nach Unternehmensgröße	309
Abbildung 23: Branchenverteilung der Compliance-Beauftragten	310
Abbildung 24: Compliance-Beauftragte nach Studienfach (Mittelwerte mit 95% Konfidenzintervall) im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	311
Abbildung 24erw.: Darstellung der Compliance-Beauftragten nach Studienfach im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	312
Abbildung 25: Compliance-Beauftragte nach Abteilungszuordnung im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	313
Abbildung 26: Berufsorientierung der Compliance-Beauftragten	314

Abbildung 27: Berufsorientierung der Compliance-Beauftragten nach Studienfach	315
Abbildung 28: Berufsorientierung der Compliance-Beauftragten nach Studienfach im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	315
Abbildung 29: Wahrgenommene (aktuelle) und gewünschte (ideale) Unternehmensziele der Compliance-Beauftragten (drei Nennungen pro Person)	317
Abbildung 30: Wahrgenommene (aktuelle) Unternehmensziele der Compliance-Beauftragten nach Studienfach (drei Nennungen pro Person)	318
Abbildung 31: Gewünschte (ideale) Unternehmensziele der Compliance-Beauftragten nach Studienfach (drei Nennungen pro Person)	319
Abbildung 32: Bereitschaft zur Identifikation mit den Unternehmenszielen nach Studienfach der Compliance-Beauftragten	320
Abbildung 33: Aktuelle und ideale Unternehmenskulturbeschreibung der Compliance-Beauftragten im Wertekreis des Competing-Values-Models	321
Abbildung 34: Aktuelle und ideale Unternehmenskultur der Compliance-Beauftragten nach Studienfach im Wertekreis des Competing-Values-Model	322
Abbildung 35: Korrelationen der Werthaltung und der aktuellen und idealen Unternehmenskultur der Compliance-Beauftragten im Wertekreis des Competing-Values-Model	324
Abbildung 36: Wertekreis der Unternehmensziele	326

Abbildung 37: Aktuelle und ideale Ziele der Compliance-Beauftragten nach Studienfach im Wertekreis der Unternehmensziele	327
Abbildung 38: Korrelationen des Wertekreises der Unternehmensziele mit den Dimensionen des Wertekreises nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>) und des Competing-Values-Model (D-OCAI)	329

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Messniveaus der Skalentypen	268
Tabelle 2:	<i>Rokeach</i> Werthaltungsskala	270
Tabelle 3:	Wertetypen nach <i>Schwartz</i> und ihre motivationalen Inhalte sowie die sie repräsentierenden Einzelwerte	273
Tabelle 4:	Irrtumswahrscheinlichkeiten	290
Tabelle 5:	Konventionen von <i>Cohen</i> für die Einordnung des Korrelationskoeffizienten	293
Tabelle 6:	Konventionen nach <i>Cohen</i> für die Einordnung der Effektstärke d	296
Tabelle 7:	Häufigkeitsverteilung Studium	401
Tabelle 8:	Kreuztabelle Studium/Compliance-Zusatzstudium	401
Tabelle 9:	Häufigkeitsverteilung Geschlecht	401
Tabelle 10:	Kreuztabelle Studium/Geschlecht	402
Tabelle 11:	Häufigkeitsverteilung Abteilung	402
Tabelle 12:	Kreuztabelle Studium/Abteilung	402
Tabelle 13:	Kreuztabelle Häufigkeitsverteilung Studium/Abteilung	307
Tabelle 13erw.:	Kreuztabelle Studium/Abteilung erweitert um die z-standardisierten Residuen (ab $ z \geq 1.96$ gilt $p_{2t} \leq .05$)	403
Tabelle 14:	Kreuztabelle Häufigkeitsverteilung Compliance-Zusatzstudium nach Studium/Abteilung	307

Tabelle 15: Häufigkeitsverteilung Unternehmensgröße	403
Tabelle 16: Kreuztabelle Studium/Unternehmensgröße	403
Tabelle 17: Kreuztabelle Abteilung/Unternehmensgröße	404
Tabelle 18: Kreuztabelle Studium/Branche	404
Tabelle 19: Mittelwerte und Standardabweichungen auf den Dimensionen Universalismus und Tradition des Wertekreises nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	404
Tabelle 20: Multivariate Varianzanalyse des Faktors Studium auf Werthaltung	405
Tabelle 21: Univariate Tests aus der Varianzanalyse des Faktors Studium auf Werthaltungen	405
Tabelle 22: Mittelwerte und Standardfehler auf den Dimensionen Universalismus und Tradition im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>) nach Studium	405
Tabelle 23: t-Test für die Mittelwertgleichheit der Werthaltung nach Studium (Recht vs. Wirtschaft)	406
Tabelle 24: Mittelwerte und Standardabweichungen nach Abteilung im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	406
Tabelle 25: t-Test für die Mittelwertgleichheit der Werthaltung nach Abteilung (Rechts- vs. Compliance-Abteilung)	406
Tabelle 26: Häufigkeitsverteilung Berufsorientierung	407
Tabelle 27: Kreuztabelle Berufsorientierung/Studium	407

Tabelle 28: Mittelwerte und Standardfehler Berufsorientierung im Wertekreis nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>)	407
Tabelle 29: Multivariate Varianzanalyse des Faktors Berufsorientierung auf Werthaltung	408
Tabelle 30: Häufigkeitsverteilung aktuelle und ideale Unternehmensziele (drei Nennungen pro Person)	408
Tabelle 31: Häufigkeitsverteilung aktuelle Unternehmensziele nach Studium (drei Nennungen pro Person)	408
Tabelle 32: Häufigkeitsverteilung ideale Unternehmensziele nach Studium (drei Nennungen pro Person)	409
Tabelle 33: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bereitschaft zur Identifikation mit den Unternehmenszielen nach Studium	409
Tabelle 34: t-Test für die Mittelwertgleichheit der Bereitschaft zur Identifikation mit den Unternehmenszielen	409
Tabelle 35: Mittelwerte und Standardfehler aktuelle und ideale Unternehmenskultur (D-OCAI) nach Studium	410
Tabelle 36: Mittelwerte und Standardabweichungen aktuelle und ideale Unternehmenskultur (D-OCAI) nach Studium	410
Tabelle 37: Messwiederholungs-Varianzanalyse aktuelle und ideale Unternehmenskultur (D-OCAI)	411
Tabelle 38: Faktorladungen der (ipsatierten) Unternehmensziele auf dem Wertekreis der Unternehmensziele	411
Tabelle 39: Mittelwerte und Standardabweichungen aktuelle und ideale Unternehmensziele nach Studium	411
Tabelle 40: t-Test für die Mittelwertgleichheit der Unternehmensziele (Juristen vs. Ökonomen)	412

Tabelle 41: Vergleich der Unternehmensziele (Juristen vs. Ökonomen)	413
Tabelle 42: Korrelationsmatrix der Dimensionen des Wertekreises der Unternehmensziele, des Wertekreises nach <i>Schwartz</i> (14-Bipol-Kurzform nach <i>Strack</i>) und des Competing-Values-Models (D-OCAI)	329
Tabelle 43: Korrelationsmatrix der Variablen der Studie	414