



L01 – Geschäftspartner-Compliance

Autoren: Arbeitskreis Geschäftspartner-Compliance

DICO

Deutsches Institut für Compliance

Leitlinie I 2

Stand: September 2016

Disclaimer

DICO Leitlinien richten sich an Compliance-Praktiker. Sie sollen einen Einstieg in das Thema erleichtern und einen Überblick verschaffen. Es wird daher bewusst darauf verzichtet, juristische Sonderfälle und Ausnahmeregelungen aufzuzeigen.

DICO Leitlinien bieten dem geneigten Leser praxistaugliche und umsetzbare Empfehlungen für ausgewählte Compliance-Themen. Mit Veröffentlichung einer Leitlinie soll zugleich eine Diskussion zum jeweiligen Themenkreis angestoßen werden mit dem Ziel, darauf aufbauend einen Standard zu entwickeln, der von Compliance-Praktikern anerkannt wird.

Senden Sie Ihre Anregungen und Beiträge an Leitlinien@dico-ev.de. Wir freuen uns auf eine lebhaftige Diskussion und bedanken uns für Ihre konstruktive Unterstützung!



VORWORT	5
1. EINFÜHRUNG	6
1.1 Begriff „Geschäftspartner“	
1.2 Begriff „Geschäftspartner-Compliance“	
1.3 Ziele der Geschäftspartner-Compliance	
1.4 Vorgehensmodell	
2. VORBEREITUNG DER GESCHÄFTSPARTNER-PRÜFUNG	8
2.1 Determinanten	
2.2 Rechtlicher Rahmen	
2.3 Risikoneigung	
2.4 Erstellung eines Risikoprofils	
2.5 Auswahl der Risikoschwerpunkte	
2.6 Fazit: Risikobasierter Ansatz	
3. DURCHFÜHRUNG DER GESCHÄFTSPARTNER-PRÜFUNG	12
3.1 Verantwortung	
3.2 Inhalt der Prüfung	
3.3 Mittel der Prüfung	
3.4 Frequenz der Prüfungen	
4. GESTALTUNG DER GESCHÄFTSPARTNER-COMPLIANCE	18
4.1 Reaktionen auf Ergebnisse der Prüfung, Risikoausgleich	
4.2 Evaluation und Regelkreislauf	
5. ANHANG	20
Überblick Anbieter von Quellen zum Zwecke der Informationsbeschaffung im Bereich Compliance (Auswahl)	

Vorwort

Geschäftspartner-Compliance ist ein Instrument des Compliance Management Systems. Wie bei anderen Bestandteilen des CMS ist die Ausgestaltung der Geschäftspartner-Compliance von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich; eine „one-size-fits-all“-Lösung gibt es nicht. Die nachfolgenden Grundsätze sollen der Orientierung dienen; die daraus abgeleiteten Empfehlungen sind je nach Risikoprofil und Unternehmensstruktur anzupassen.

Wie andere Compliance-Instrumente ist auch die Geschäftspartner-Compliance Gegenstand eines Regelkreis-Modells. Nachdem das System einmal aufgesetzt ist, bleibt es nicht unverändert. Neue Erkenntnisse über Risiken, Veränderungen im Risikoprofil des Unternehmens, etwa durch neue Geschäftsfelder oder die Erschließung neuer geografischer Märkte, müssen fortlaufend berücksichtigt und das System muss entsprechend angepasst und weiter entwickelt werden.

Geschäftspartner-Compliance ist für Unternehmen jeder Art und Größe wichtig. Selbst wenn ein Unternehmen intern Rechts- und Regeltreue durch geeignete Maßnahmen sicherstellt, können Rechtsverletzungen, die ein Geschäftspartner begeht, dem Unternehmen erheblich schaden.

Unter bestimmten Voraussetzungen ist ein Unternehmen schon rechtlich verpflichtet, seine Geschäftspartner zu prüfen, etwa aufgrund von Regelungen zur Geldwäsche oder internationalen Sanktionen, aber etwa auch aufgrund von ausländischen Gesetzen mit extraterritorialer Wirkung (z. B. UK Bribery Act).

Daneben können aber beispielsweise auch Geschäfte mit Lieferanten, die Menschenrechte verletzen, den Ruf des Unternehmens schädigen. Und Handlungen von Intermediären, die im Interesse des Unternehmens bestechen, können zur Haftung des Unternehmens führen. Daher sehen ausländische Rechtsordnungen teils deutlich schärfere Haftungsmaßstäbe als in Deutschland vor, wie z. B. der UK Bribery Act und der US-Foreign Corrupt Practices Act (FCPA). »

1. Einführung

1.1 Begriff „Geschäftspartner“

Als „Geschäftspartner“ bezeichnen wir jeden, der mit einem Unternehmen in geschäftlichem Kontakt steht und nicht Mitarbeiter oder Organ des Unternehmens ist. Damit werden durch den Begriff „Geschäftspartner“ zunächst alle unternehmensexternen Personen und Unternehmen erfasst, unabhängig davon, in welcher Rechts- oder Leistungsbeziehung sie zum Unternehmen stehen. Auch Umfang und Bedeutung der Geschäftsbeziehung sind für die Definition ohne Belang. Daher fallen Kunden, Lieferanten, Subunternehmer, Vertriebsbeauftragte, Berater und Partner in Joint-Ventures ebenso darunter wie kleinste Dienstleister („Ich-AG“) und Intermediäre.

Die Qualifizierung als Geschäftspartner bedeutet allerdings noch nicht, dass dieser einer umfangreichen Überprüfung („Due Diligence“) zu unterziehen ist. Die Prüfungstiefe – und ob überhaupt eine gesonderte Prüfung erforderlich ist – hängt vielmehr von verschiedenen Faktoren ab, die in dieser Leitlinie erläutert werden.

1.2 Begriff „Geschäftspartner-Compliance“

Geschäftspartner-Compliance (GPC) umfasst jegliche Compliance-Aktivitäten vor und während der laufenden Vertragsbeziehung (z. B. Schulungen, Code of Conduct für Geschäftspartner, Audits, Vertragsklauseln). Dabei ist GPC aus zwei Perspektiven zu sehen. Einerseits – und schwerpunktmäßig – ist damit die Prüfung von unternehmensexternen Dritten jeder Art durch das Unternehmen gemeint. Andererseits müssen Unternehmen aber auch mit Prüfungsanforderungen durch andere Unternehmen umgehen.

1.3 Ziele der Geschäftspartner-Compliance

Die Geschäftspartner-Compliance dient – wie andere Compliance-Instrumente auch – mehreren Zwecken. Zunächst werden gesetzliche Anforderungen erfüllt, wie etwa die des Geldwäschegesetzes, exportkontrollrechtliche Anforderungen sowie z. B. die Vorschriften von FCPA und UK Bribery Act.

Des Weiteren schützt sich ein Unternehmen durch Compliance-Maßnahmen vor Haftungsrisiken und Reputationsschäden. Die Geschäftspartner-Compliance fördert den Geschäftserfolg, da sowohl Geschäfts- als auch Privatkunden zunehmend Wert auf ein „sauberes“ Produkt legen. Die Compliance-Anforderungen, die Unternehmen wechselseitig stellen, gehen oft deutlich über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Schließlich entfalten Compliance-Systeme auch außerhalb der eigentlichen Compliance eigenen Nutzen. Mit den Mitteln der Geschäftspartner-Compliance können etwa auch Bonitäts- oder Qualitätsrisiken bei Lieferanten und Kunden überwacht und nachgehalten werden.

Über DICO:

DICO – Deutsches Institut für Compliance e.V. wurde im November 2012 in Berlin auf Betreiben führender Compliance-Praktiker und -Experten gegründet und hat als gemeinnütziger Verein Mitglieder aus allen Branchen in Deutschland, darunter namhafte DAX-Unternehmen, Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften sowie aus der Wissenschaft. DICO versteht sich als unabhängiges interdisziplinäres Netzwerk für den Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung und sieht sich als zentrales Forum für die konsequente und praxisbezogene Förderung und Weiterentwicklung von Compliance in Deutschland.

DICO fördert Compliance in Deutschland, definiert in diesem Bereich Mindeststandards, begleitet Gesetzgebungsvorhaben und unterstützt zugleich die praktische Compliance-Arbeit in privaten und öffentlichen Unternehmen, fördert Aus- und Weiterbildung und entwickelt Qualitäts- sowie Verfahrensstandards.



DICO – Deutsches Institut für Compliance

Chausseestraße 13

D-10115 Berlin

info@dico-ev.de

www.dico-ev.de

