

CB-BEITRAG

Prof. Dr. Peter Fissenewert, RA

Schluss mit Business as usual – Compliance verändert den Umgang mit Events und Incentive-Reisen

Events und Incentive-Reisen – wie wird's richtig gemacht? Es ist nicht alles verboten, es gibt aber gänzlich neue Spielregeln. Rigide Compliance-Regelungen schießen über das Ziel hinaus. Veranstaltungen sind für Unternehmen zur Kunden- und Mitarbeiterpflege, zum Imageaufbau und als absatzfördernde Maßnahme notwendiger denn je. Eine sinnvolle und praxisnahe Lösung ist dringend geboten. Wie stellen sich Unternehmen darauf ein? Was müssen Anbieter leisten können? Das Beispiel Fußball eignet sich hier besonders. Wird Regeltreue doch nicht nur im Bereich Compliance, sondern auch im Fußball groß geschrieben. Dieser Beitrag soll zur Aufklärung immer wiederkehrender Fragen beitragen und am Beispiel der Fußballweltmeisterschaft 2014 illustrieren, wie sowohl die Schnittstellen der reinen Event-Einladung, als auch eine hiermit verbundene Incentive-Reise regelkonform ausgestaltet werden können.

I. Einleitung

Dass aus einer Einladung zu einem freudigen Ereignis, wie der damaligen Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland, rasch unerfreuliche Konsequenzen erwachsen können, dürfte seit dem EnBW-Fall in der Causa „Utz Claassen“ bekannt sein. Der Umstand, dass durch den damaligen EnBW-Vorstandsvorsitzenden *Claassen* gegenüber mehreren Amtsträgern kostenfreie persönliche Einladungen zur Fußball-WM 2006 erfolgten, führte zu Ermittlungen der Staatsanwaltschaft bezüglich einer strafrechtlich relevanten Vorteilsgewährung. Obwohl am Ende ein Freispruch „erster Klasse“ erfolgte, war die Reputation von *Utz Claassen* erheblich ramponiert und hat die gesamte Veranstaltungsbranche nachhaltig geschädigt. Bis heute leiden Vermarkter von VIP-Logen unter einer allgemein herrschenden Unsicherheit und verzeichnen kontinuierlich Umsatzrückgänge im zweistelligen Prozentbereich. Die Entscheidung eines Unternehmens, Logen anzumieten geht allzu häufig mit der Unsicherheit einher, potentielle Gäste unter Compliance-Aspekten richtig einzuladen. Dies sind absurde Ergebnisse, denen dringend mit klaren Regeln begegnet werden muss.

II. EnBW-Fall und seine Folgen

Nachdem das hiermit befasste Landgericht Karlsruhe¹ *Utz Claassen* bereits von einer Strafbarkeit freisprach, bestätigte auch der BGH² diesen Freispruch. Anders als das Landgericht Karlsruhe, welches per se eine Strafbarkeit bei Einladungen von hochrangigen Amtsträgern als Repräsentanten zwecks öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen ausschloss, nahm der BGH eine detailliertere Einzelfallbetrachtung vor, kam jedoch zu demselben Ergebnis.

Im Fokus dieser Einzelfallbetrachtung stand, ob eine Unrechtsvereinbarung zwischen den Parteien getroffen wurde. Wurden also Vorteile gewährt, um auf die künftige Dienstausbübung des Amtsträgers Einfluss zu nehmen oder vergangene Dienstausbübungen zu honorieren.

Der BGH etablierte mit diesem Urteil erstmals Kriterien, die in einer Gesamtschau auf eine tatbestandsmäßige Unrechtsvereinbarung hindeuten, bzw. wann im Umkehrschluss eine diesbezügliche Einladung straffrei sein kann.

Laut BGH spricht für eine tatbestandsmäßige Unrechtsvereinbarung und somit eine gesetzeswidrige Einflussnahme auf Amtsträger:

- Dienstliche Berührungspunkte zwischen den Parteien (bspw. EnBW und Bundesumweltminister),
- Hoher Wert und Anzahl von Vorteilen,
- Heimlichkeit des Vorgehens

Gerade aufgrund der Tatsache, dass der BGH bei diesen Kriterien jedoch auf eine Einzelfallbetrachtung abstellt und dem Tatrichter allein die Abwägung der Merkmale überlässt, sind hiermit weitere Ungewissheit und Unsicherheiten verbunden. Klare Handlungsanweisungen, wie eine Strafbarkeit vermieden werden kann, bestehen somit weiterhin nicht.

Dies erst recht nicht im Zusammenhang mit Hospitality-Programmen für privatwirtschaftliche Geschäftspartner außerhalb von Amtsträger-einladungen, zu der bisher noch keine klärende Rechtsprechung existiert.

1 LG Karlsruhe, 28.11.2007 – 3 KLS 620 Js13113/06, NStZ 2008, 407.
2 BGH, 14.10.2008 – 1 StR 260/08, NJW 2008, 3580.

III. WM 2014 in Brasilien

Entscheidend ist somit, welche Auswirkungen der für privatwirtschaftliche Geschäftspartner bisher noch nicht existierende Handlungsrahmen für Events – wie die bevorstehende WM 2014 in Brasilien – hat. Sollten nun Einladungen von privatwirtschaftlichen Geschäftspartnern i. S. e. Nulltoleranz-Politik gänzlich unterbleiben, um einer Strafbarkeit i. S. d. Bestechung vorzubeugen? Diese Frage ist mit einem klaren Nein zu beantworten, wenn gewisse Kriterien sowie Verhaltensstandards bei der Aussprache von Einladungen zu der WM 2014 berücksichtigt werden.

1. Wer darf wie eingeladen werden?

a) Unternehmensverbundene

Vorab ist darauf hinzuweisen, dass eine Einladung an den Geschäftsinhaber jederzeit ausgesprochen werden kann, da nur Angestellte und Geschäftspartner eines Unternehmens die Adressaten einer Bestechung sind.

Sofern es sich jedoch um Angestellte und Geschäftspartner des Unternehmens handelt, gilt es sich mit den unten stehenden Fragen näher auseinander zu setzen und zu berücksichtigen, ob es sich hierbei um Personen mit besonderer Fachkompetenz (Leitende Angestellte, Geschäftsführer, Vorstand) oder gängige Arbeitnehmer des Unternehmens bzw. des Geschäftspartners handelt.

Auf der Ebene der Geschäftspartner ist der Status des Bedachten relevant für die Bewertung regelkonformer Einladungen. Hier ist bspw. festzuhalten, dass einem prominenten Geschäftspartner bzw. solche mit höherer Fachkompetenz (Geschäftsführer, Vorstand) höherwertigere Einladungen ausgesprochen werden können, als umgekehrt (hierzu s. näher Ziff. III.4).

b) Angehörige der Unternehmensverbundenen

Natürlich liegt es nahe, ein so hochkarätiges Sportereignis wie der WM 2014 mit dem Partner zu besuchen. Ob über die Einladung des jeweiligen Unternehmensverbundenen hinaus auch die Einladung bspw. der Ehefrau compliancegerecht ist, bleibt jedoch eine Frage des Beweggrundes und des Wertes der Einladung, der sich verdoppelt. Grundsätzlich wird mit der Einladung von Angehörigen mittelbare Klimapflege gegenüber dem Unternehmensverbundenen betrieben (hierzu s. näher Ziff. III.4).

2. Einladungsgrund

Einer der entscheidendsten Punkte für eine regelkonforme Einladung ist der Beweggrund bzw. der sachliche Zusammenhang einer Einladung zu einem Ereignis wie der WM 2014. Hier sollte sich vor dem Versenden von WM-Tickets bzw. der Gewährung von WM-Hospitality-Programmen folgende Kontrollfragen gestellt werden:

- Erfolgt eine Einladung im Zusammenhang mit bevorstehenden Geschäftsabschlüssen bzw. im Rahmen des Wettbewerbs, um hierdurch eine bestimmte Bevorzugung im geschäftlichen Entscheidungsprozess zu erlangen?

- Erfolgt die Einladung zur Belohnung vergangener Leistungen bzw. in Vergangenheit entstandener Geschäftsbeziehungen, um bestehende Geschäftskontakte zu bestehenden Geschäftspartnern zu pflegen (Stichwort: „Klimapflege“)?

Sofern der Einladende sich in bevorstehenden Verhandlungen oder Geschäftsabschlüssen mit dem Einladungsempfänger befinden sollte, ist dringend von einer Einladung abzuraten, da hier der Verdacht einer wettbewerbswidrigen Beeinflussung naheliegt. Dieses Szenario

ist eines der wenigen Fälle, bei denen zu einer Nulltoleranzpolitik anzuraten ist.

Erfolgt eine Einladung hingegen, um bestehende Beziehungen zu pflegen bzw. vergangene Leistungen zu honorieren, wäre eine Einladung zu einem Sportereignis wie der WM 2014 per se nicht ausgeschlossen, wenn übrige Umständen dem nicht entgegenstehen.

3. Wert der Einladung

Dass ein WM-Ticket im Rahmen der Einladung zu der WM 2014 nach Brasilien lediglich ein Bestandteil des Hospitality-Paketes (mindestens bestehend aus Flug und WM-Ticket) ist, dürfte der Regelfall sein. Allenfalls wäre der hiermit verfolgte Zweck einer Klimapflege verfehlt, wenn der jeweils Eingeladene für den Transport selbst aufkommen müsste. Die meisten WM-Ticket-Empfänger würden mit hoher Wahrscheinlichkeit das Ticket überhaupt nicht nutzen.

Im Gegensatz zu der heimischen Fußball-WM 2006 fällt der Einladungswert demnach naturgemäß höher aus. Zu fragen ist daher, ob dieser erhöhte Wert sich negativ auf die Regelkonformität einer Einladung auswirkt. Grundsätzlich sind höherwertige Zuwendungen zulässig, wenn sie nicht geeignet sind, geschäftliche Entscheidungen zu beeinflussen. Trotz dieser grundsätzlichen Zulässigkeit sind jedoch differenzierte Maßstäbe hinsichtlich des Adressatenkreises anzusetzen.

a) Hierarchie der Unternehmensverbundenen

Werden Einladungen gegenüber Unternehmensverbundenen ausgesprochen, die aufgrund ihrer Prominenz oder fachlichen Kompetenz in der Hierarchie des Unternehmens selbst oder der des Geschäftspartners relativ hoch angesiedelt sind, so dürfte es unter Compliance-Aspekten nicht bedenklich sein, wenn Einladungen im Rahmen eines umfangreicheren Hospitality-Paketes erfolgen. Die Korrelation zwischen Bedeutung des Unternehmensverbundenen und dem Wert der Einladung lässt sich damit begründen, dass ansonsten der hiermit verfolgte Sinn und Zweck der Klimapflege nicht zu erreichen wäre.

Vorsicht sollte jedoch sowohl bei internen, als auch externen Unternehmensverbundenen geboten sein, bei deren Grad an Expertise bzw. Einfluss ein derartiges Hospitality-Paket unverhältnismäßig wäre. Einem regulärem Arbeitnehmer eines Geschäftspartners ein in diesem Umfang gegebenes Hospitality-Paket zukommen zu lassen, würde zu Nachfragen führen, wie mit dieser Person Klimapflege betrieben werden könne, bzw. ob hiermit nicht unzulässige Motive verfolgt würden. Von einer derartig umfangreichen Einladung gegenüber diesen Adressaten wäre daher abzuraten.

b) Angehörige der Unternehmensverbundenen

Ein weiterer Punkt, der den Wert eines Hospitality-Paketes steigert (verdoppelt), ist die Einladung einer Begleitperson des Unternehmensverbundenen. Ähnlich wie bei Unternehmensverbundenen, die in der Hierarchie niedriger stehen, ist hier nach der Verhältnismäßigkeit der Einladung von Begleitpersonen zu fragen.

Da de facto die Einladung von Begleitpersonen mittelbar dem Unternehmensverbundenen zugutekommt und dem Wert seiner eigenen Einladung zugerechnet werden muss, wird der Einladungswert über das regelkonforme Maß hinaus überschritten. Man könnte nun vermuten, dass aufgrund dieser Unverhältnismäßigkeit die Einladung von Begleitpersonen per se ausgeschlossen ist. Dies ist jedoch nur teilweise zutreffend. Sofern sich der Unterneh-

mensverbundene im Falle der Einladung einer zusätzlichen Begleitperson dazu verpflichtet, mindestens für 50% der entstehenden Zusatzkosten der Begleitperson persönlich aufzukommen, dürfte der Umstand der Verhältnismäßigkeit wieder hergestellt sein.

4. Form der Einladung

Gerade bei dem sensiblen Thema Einladungen sollte eine entsprechende Transparenz gewahrt und ein heimliches Vorgehen ausgeschlossen werden. So sollte bspw. die persönliche Adressierung des Einzuladenden vermieden werden und diese stattdessen gegenüber dem Unternehmen ausgesprochen werden, dem der Einzuladende angehört.

Bei unternehmensinternen Einladungen sollte die Einladung i. S. d. Transparenz über einen internen Revisionskanal im Unternehmen laufen. Nur so kann gewährleistet werden, dass die oben erwähnten Punkte eines regelkonformen Einladungszweckes, des korrekten Adressaten und der angemessenen Höhe einer Einladung gegeben sind.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass nach den oben dargestellten Maßstäben ein WM-2014-Hospitality-Paket möglich ist und entsprechende Einladungen ausgesprochen werden können, wenn die skizzierten Spielregeln hierzu befolgt werden.

IV. Incentive-Reisen

Sofern im Rahmen der Einladung zur WM 2014 auch die Reise- und Übernachtungskosten übernommen werden, könnte es sich um eine Incentive-Reise handeln, die im Rahmen des Hospitality-Paketes gewährt wird, um einen Geschäftspartner oder Unternehmensangehörigen zusätzlich für erbrachte Leistungen zu belohnen und zu Mehr- oder Höchstleistungen zu motivieren.

Ähnlich wie bei der Einladung zur WM 2014 sind auch bei Incentive-Reisen die entsprechenden Compliance-Maßstäbe bezüglich des Motives, des Adressantenkreises sowie dem Wert der Incentive-Reise anzusetzen. Hier spielen insbesondere der Wert sowie die Ausgestaltung der Incentive-Reise eine gewichtige Rolle. Seit dem Ergo-Skandal sollte bekannt sein, dass gewisse Ausgestaltungsvarianten von Incentive-Reisen offensichtlich nicht regelkonform sein dürften. Wenn i. S. e. kombinierten Hospitality-Paketes und einer inbegriffenen Unterkunft auch der Umstand einer Incentive-Reise gegeben ist, sollte allerdings insbesondere auf den Gegenwert der Unterkunft geachtet werden. Unterkünfte in 5-Sterne-Hotels und opulente Rahmenprogramme wären demnach nur gestattet, wenn die eingeladenen Adressaten für die Differenz hinzu einer Verhältnismäßigkeit selbst aufkommen würden.

Dies könnte bspw. derart gestaltet werden, dass der Eingeladene für den Differenzbetrag zwischen einem 3-Sterne und 5-Sterne-Hotel sowie für das Rahmenprogramm selbst aufkommt.

V. Fazit

Als Ergebnis ist somit festzuhalten, dass auch hochwertigere Einladungen, die neben einem besonderen Ereignis auch die Reise-

kosten beinhalten, angenommen werden dürfen. Knüpfen hieran jedoch Zusatzleistungen wie die Einladung von Begleitpersonen oder hochkarätige Incentive-Reiseprogramme an, sind sowohl der Einladende, als auch der Einladungsadressat gut beraten, transparent einen Eigenanteil des Einladungsadressaten zu vereinbaren, um somit die Verhältnismäßigkeit einer Einladung sicherzustellen.

Die hier getroffenen Handlungsempfehlungen betreffen im Wesentlichen den Umgang im geschäftlichen Verkehr, nicht mit Amtsträgern. Anders als im Fall *Utz Claassen*, in dem die Bestechung von Amtsträgern nach Ansicht des BGH nicht vorgelegen hat, sind die Anforderungen an das Vorliegen einer Bestechung im geschäftlichen Verkehr noch höher als gegenüber Amtsträgern. Im Einzelnen bedeutet dies:

- Für den Vorteil muss eine bestimmte Bevorzugung in der Zukunft gewährt werden;
- Belohnungen für vergangene Leistungen sind zulässig;
- Sicherung des allgemeinen Wohllollens ist zulässig;
- Nur Angestellte und Beauftragte eines Unternehmens sind mögliche Adressaten einer Bestechung, nicht deren Inhaber;
- Auch höherwertige Zuwendungen sind zulässig, wenn sie nicht geeignet sind, geschäftliche Entscheidungen sachwidrig zu beeinflussen.

Diese Ausführungen sollen eine sachliche Sicherheit dahingehend geben, was Compliance im Zusammenhang mit Einladungen zu Fußballspielen bedeutet. Absolute Rechtssicherheit soll und kann hierdurch nicht hergestellt werden. Eine Einzelfallbewertung ist unumgänglich. Die Aufstellung eines Kriterienkatalogs im Umgang mit Compliance, die darauf abzielt, Einklang mit bestehenden Strafvorschriften herzustellen, ist systemwidrig und würde weit über das gebotene Maß hinausgehen. Letztendlich kann nicht durch abstrakte Werte, wie z. B. der Wert einer Einladung, bestimmt werden, ob Eingeladene oder Einladende mit der Einladung eine „Unrechtsvereinbarung“ schließen wollen. Das aber ist das zentrale Bewertungskriterium. Handelt es sich doch bei dem Wert einer Einladung allenfalls um ein Indiz, und das ist zugleich das schwächste Mittel im Strafprozess.

Wie beim Fußball sind auch bei der Prüfung von Compliance-Fragen die Spielregeln ernst zu nehmen und überprüfen, keinesfalls aber zu fürchten. Regeltreue ist Fair Play, im Sport wie im Recht.

AUTOR



Prof. Dr. Peter Fissenewert, RA und Partner der internationalen Kanzlei Buse Heberer Fromm, Berlin. Seine Tätigkeitsschwerpunkte sind das Gesellschaftsrecht sowie die Restrukturierungs- und Sanierungsberatung. Als Mittelstands-Experte hat er sich intensiv mit der Entwicklung und Implementierung von Compliance-Systemen auseinandergesetzt. Hrsg. des im Beck Verlag erschienenen Standardwerks „Compliance für den Mittelstand“.