

Regeln macht der Staat, oder?

Wie sich Banken oder die Holzindustrie selbst regulieren



Holzlabel. FSC zeichnet Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern aus. Foto Keystone

CHRISTIAN MIHATSCH

Regeln werden immer öfter von den Betroffenen selber gemacht. Weil die demokratische Kontrolle fehlt, ist eine kritische Öffentlichkeit nötig.

In den letzten Jahren hat die Bedeutung nicht staatlicher Akteure bei der Regelsetzung markant zugenommen, erklärte Prof. Mark Pieth am Donnerstag anlässlich einer Veranstaltung des Basel Institute on Governance. Ein Grund für diese Entwicklung ist die Globalisierung: Viele Probleme lassen sich nur auf internationaler Ebene regeln. So haben sich zwölf grosse Banken Regeln zur Bekämpfung der Geldwäscherei gegeben: die Wolfsberg-Grundsätze. Private kommen aber auch zum Zug, weil staatlichen Organisationen die technische Kompetenz fehlt. Das Inter-

net wird nicht von der UNO, sondern von einem Konsortium aus Unternehmen, Entwicklern und Nutzern «regiert» (ICANN). Auch Nichtregierungsorganisationen (NGOs) als Vertreter der Zivilgesellschaft gewinnen an Bedeutung. So ist Transparency International ein wichtiger Akteur im Kampf gegen Korruption.

Um die Einhaltung von Regeln sicherzustellen, gibt es drei Ansätze: Strafen, Anreize und Transparenz, erläuterte Prof. Dr. Edith Brown Weiss, Vorsitzende des Inspektionskomitees der Weltbank. So sind die Schmiergeldzahlungen von Siemens nicht nur strafrechtlich relevant, sondern haben auch Siemens' Ruf beschädigt. Immer öfter setzt auch der Staat Vereinbarungen zwischen nicht staatlichen Organisationen durch: Generalarbeitsverträge

werden zwischen Gewerkschaften und Arbeitgeberorganisationen ausgehandelt und anschliessend vom Staat für allgemeinverbindlich erklärt. Es findet eine Ko-Regulierung statt.

DEMOKRATIEDEFIZIT. Trotzdem leiden Regelungen nicht staatlicher Akteure aber an einem Demokratiedefizit. Ihnen fehlt die Legitimität von Gesetzen. Bei Selbst-Regulierung von Unternehmen wie im Fall der Wolfsberg-Grundsätze der Banken besteht zudem der Verdacht, das sich die Akteure mit einer Minimalregulierung von gesetzgeberischen Initiativen «freikaufen» wollen. Diesem Misstrauen der Öffentlichkeit müssen die Akteure begegnen, indem sie allen Betroffenen die Funktionsweise und die Resultate ihrer Regelung transparent darstellen.

Staatliche und nicht staatliche Regeln ergänzen sich vielfach, wie das Beispiel der Extractive Industry Transparency Initiative (EITI) zeigt. EITI wurde von der britischen Regierung initiiert, um das Finanzgebaren von Miningesellschaften transparenter zu gestalten. Ergänzt wird EITI durch ein NGO, das Miningesellschaften darauf verpflichtet will, Zahlungen an Entwicklungsländer offenzulegen («Publish What You Pay»).

Die Bedeutung von Regeln nicht staatlicher Akteure wird also weiter zunehmen. Sie sind ein Instrument, um der zunehmenden Komplexität der Welt zu begegnen. Wichtig ist aber die kritische Anteilnahme der Öffentlichkeit, insbesondere der Medien, um dem Legitimationsdefizit zu begegnen.

Links zu den Organisationen sind zu finden unter: www.baz.ch/go/non-state

«Korruption wurde gefördert»

Zertifizierung erhöht «ethisches Kapital» von Firmen

INTERVIEW: CHRISTIAN MIHATSCH

Philippe Montigny, Präsident von ETHIC Intelligence, zertifiziert die Bemühungen von Unternehmen im Kampf gegen Korruption und Geldwäsche.

baz: Herr Montigny, warum sind Bodenschätze für viele Länder eher ein Fluch denn ein Segen?



PHILIPPE MONTIGNY: Wenn in einem Land Bodenschätze entdeckt werden, hat die Regierung, also eine Handvoll Leute, ein Monopol. Zudem hat sie

grossen Entscheidungsspielraum bei der Wahl des Konzerns, dem sie den Abbau anvertraut. Die Verhandlungen sind oft intransparent. Dies sind die idealen Voraussetzungen für Korruption.

Gibt es keine Gesetze, die Bestechung verbieten?

(Lacht.) Bis vor wenigen Jahren wurde Korruption von den westlichen Staaten gefördert: Wenn ein Unternehmen einen afrikanischen Minister bestochen hatte, konnte es die Bestechungsgelder als «Werbungskosten» bei der Steuer absetzen. Erst 1997 hat sich das geändert. In diesem Jahr wurde die OECD-Konvention gegen Korruption verabschiedet. Mittlerweile gibt es sechs derartige Konventionen auf internationaler Ebene.

Reicht das aus?

Neben Wirtschaft und Politik muss auch die Öffentlichkeit

einbezogen werden. Das Problem ist das Misstrauen auf allen Seiten. Firmen trauen Regierungen nicht und Konkurrenten schon gar nicht. Regierungen trauen Firmen nicht und die Öffentlichkeit traut sowieso weder Politik noch Wirtschaft. Hier kommt die ETHIC-Intelligence-Zertifizierung ins Spiel, die wir entwickelt haben. Unternehmen, die es mit dem Kampf gegen Korruption und Geldwäsche ernst meinen, können sich von uns zertifizieren lassen. So wird Misstrauen abgebaut.

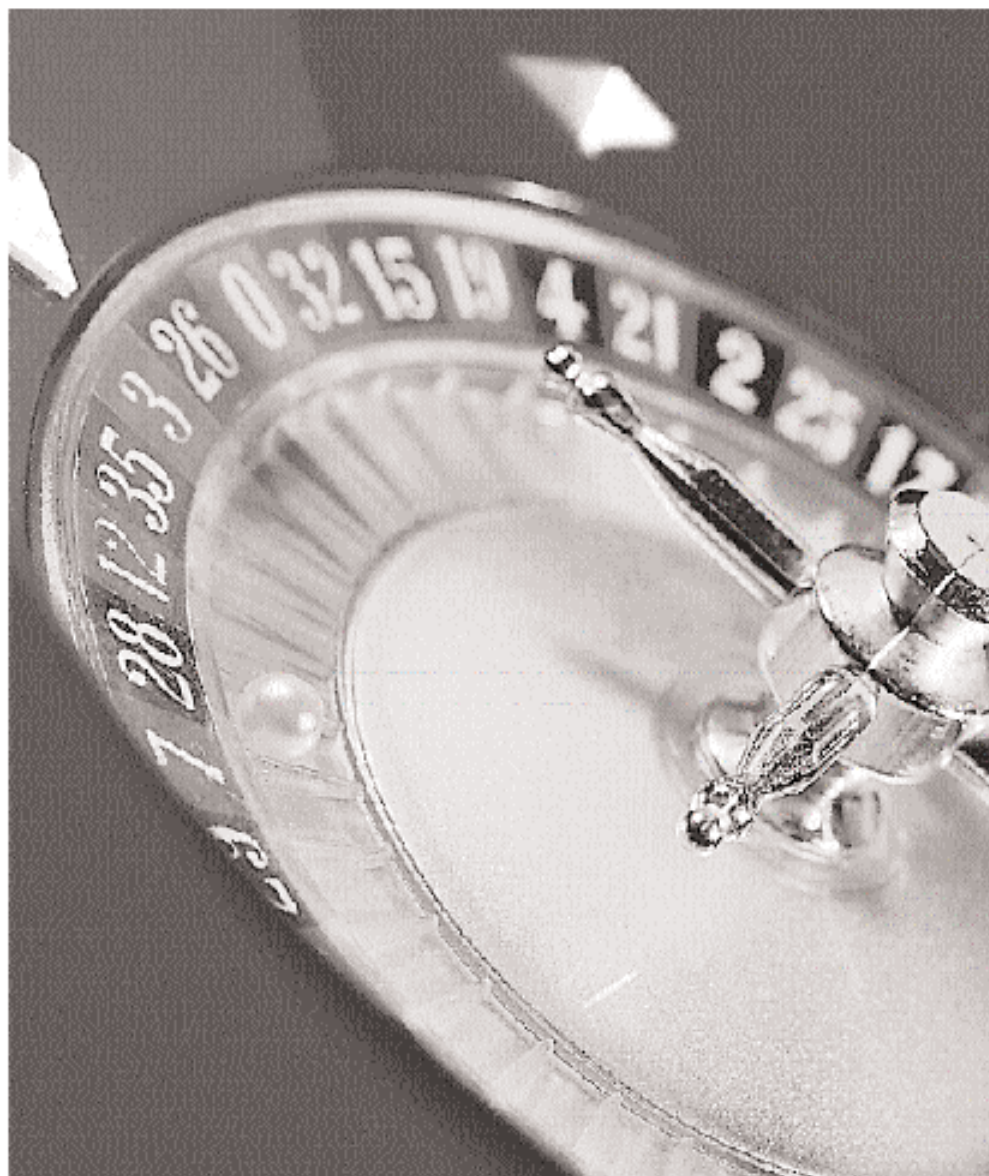
Aber schaden sich Unternehmen nicht selbst, wenn sie ihren Handlungsspielraum einschränken und sich zertifizieren lassen?

Darum geht es ja gerade. Korruptionsbekämpfung muss zu einem Vorteil für Unternehmen werden. Es geht also nicht nur um die Vermeidung von strafrechtlichen Sanktionen, sondern auch um den Schutz des Rufs. Die Finanzmärkte verlangen eine Risikoprämie, wenn Unternehmen die Korruptionsbekämpfung vernachlässigen.

Gibt es Beispiele, wo solches Verhalten honoriert wird?

Im FTSE4Good (FTSE for Good) Rating der «Financial Times» und der Londoner Börse wird nicht nur das soziale und ökologische Verhalten von Unternehmen berücksichtigt, sondern auch das Engagement gegen Korruption. Unternehmen haben nicht nur Kapital in Form von Anlagen oder Patenten, sondern auch ethisches Kapital, das es zu mehr gilt.

ANZEIGE



SELEKTION

Unsere Initiative gegen Bauchgefühle, Personaldiskussionen an Barthecken und andere Glücksspiele:

mercuriurval.ch

Nicht objektiv und fundiert gefällte Personalentscheide für die Führungsspitze führen meist zu kostspieligen Fehlbesetzungen und zu einem Vertrauensverlust auf dem Markt. Gehen Sie deshalb bei der Neubesetzung oder Ergänzung von Schlüsselfunktionen keine Kompromisse ein. Die Selektion von Führungspersönlichkeiten ist unsere Kernkompetenz. Unsere eigene Assessment-Methode gibt Ihnen einen tieferen Einblick in Persönlichkeitsstrukturen, welche entscheiden, ob Kandidatinnen, Kandidaten Ihre Strategien erfolgreich umsetzen werden. Mehr Infos? Herr Philipp Stäubli, Mercuri Urval AG, Basel, steht Ihnen gerne zur Verfügung. Tel. +41 (0)61 367 67 67, philippstaubli@mercuriurval.com.

Mercuri Urval

The right people make strategies work

Zürich, Basel, Bern, Nyon sowie über 60 Niederlassungen in Europa, USA, Australien, Singapur, China und Brasilien.