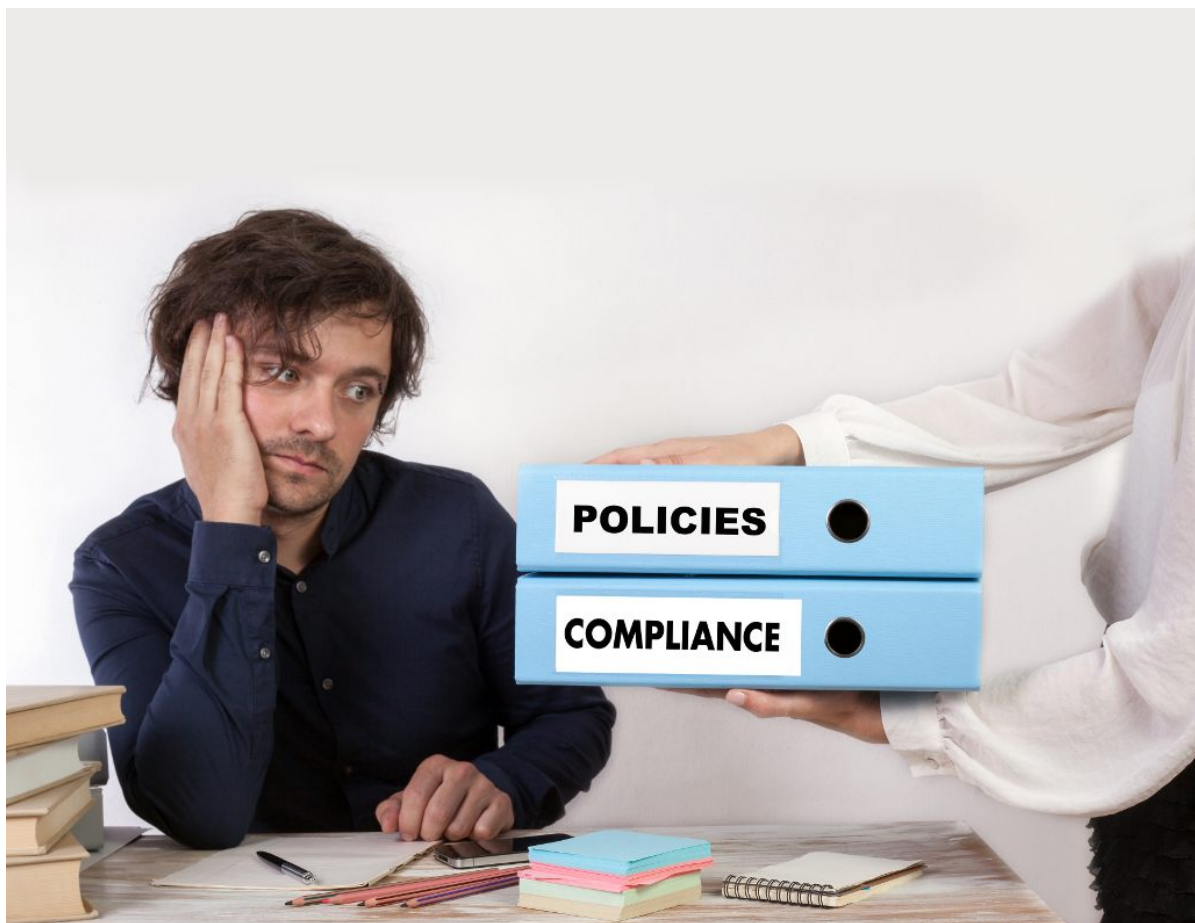


Das rechte Maß ist noch immer nicht gefunden!

Compliance in der Eventbranche

Geschrieben von Redaktion, 12. Juni 2017



TUMSASEDGARS - FOTOLIA

Prof. Dr. Hans Rück ist Dekan des Fachbereichs Touristik/Verkehrswesen an der Hochschule Worms und lehrt dort Marketing und Eventmanagement. Er ist Mitglied des Deutschen Instituts für Compliance (DICO) e.V. und gilt als einer der führenden Experten für Compliance in Marketing und Vertrieb und speziell Events in Deutschland. Im Interview verrät er, wie es um Compliance in der Eventbranche steht.

Wie ist die Lage an der Compliance-Front – welche Befürchtungen haben sich bestätigt, wo sind „segensreiche Wirkungen“ eingetreten, falls man von solchen sprechen kann?

Prof. Dr. Hans Rück: Compliance kann im Veranstaltungswesen durchaus Erfolge verzeichnen, und das meine ich nicht ironisch. Schauen wir zum Beispiel, was der Pharma-Kodex bewirkt hat – er ist in Deutschland das älteste Regelwerk (eingeführt 2004) und zugleich das strengste. Ich nenne hier die Ergebnisse einer Studie der Hochschule Worms aus dem Jahr 2014 auf Basis von Experteninterviews mit Corporates und PCOs bzw. Agenturen: Die Menge der Veranstaltungen im Gesundheitswesen hat durch den Pharma-Kodex nicht abgenommen, aber ihre Dauer und die durchschnittlichen Kosten.



Veranstaltungen, die früher zwei Tage gedauert haben, werden heute in einem Tag durchgezogen, sie finden deshalb auch zunehmend in der Nahdistanz statt. Weit entfernte Veranstaltungsorte werden zunehmend gemieden – während man sie früher gern als Begründung für Fernreisen nutzte. Gespart wird darüber hinaus vor allem an den Rahmenprogrammen, das ist eine Folge der früheren Missstände.

Vor Einführung des Kodex waren die Rahmenprogramme manchmal der eigentliche Mittelpunkt des Events, da gab es einen regelrechten Überbietungswettbewerb der Pharmafirmen: Golfturniere, Oldtimer-Rallies, Kochkurse mit Sterneköchen, Trüffelverkostungen – den Ärzten wurde alles geboten, was Spaß macht, natürlich gratis, mit freundlichen Empfehlungen der Arzneimittelhersteller. Heute dagegen kosten Pharma-Veranstaltungen im Durchschnitt weniger, und sie sind dabei inhaltlich fokussierter.

Dauer und Intensität der Wissensvermittlung haben zugenommen, die Unterhaltung tritt demgegenüber deutlich in den Hintergrund. Das muss man, ganz neutral, als Erfolg werten. Compliance war hier offenbar nötig, und sie wirkt auch. Und inzwischen nicht mehr nur im Gesundheitswesen, sondern auch in anderen Branchen, zum Beispiel in der Versicherungswirtschaft, wo die Sensibilität nach den Skandalen der letzten Jahre – Stichworte Ergo und Wüstenrot – ebenfalls erheblich zugenommen hat.

„STARRE WERTGRENZEN MACHEN IN DIESEM ZUSAMMENHANG **ÜBERHAUPT KEINEN SINN.**“

Also alles bestens?

Prof. Dr. Hans Rück: Keineswegs! Der Erfolg von Compliance hat erhebliche Schattenseiten. Compliance sollte ursprünglich eine trennschärfere Abgrenzung zulässiger Zuwendungen von Korruption bewirken und so für mehr Handlungssicherheit bei Veranstaltern, Eingeladenen und Sponsoren sorgen. Dieses Ziel ist bis heute nicht erreicht worden. Nach wie vor herrscht große Unsicherheit, was erlaubt ist und was nicht. Sicher ist nur, dass Compliance den Planungsaufwand für die Eventmanager deutlich erhöht und eine zum Teil groteske Bürokratie geschaffen hat.

Welche Komplexität hier erzeugt wird, kann man sich vor Augen führen, wenn man sich einen Kongress vorstellt, zu dem Teilnehmer aus zehn verschiedenen Ländern anreisen, deren Unternehmensrichtlinien, Branchenleitlinien oder nationale Gesetzgebung jeweils unterschiedliche Obergrenzen für Bewirtung, Annahme von Geschenken etc. vorsehen. Vor allem Verbände und Unternehmen tragen die Verantwortung dafür, dass in den vergangenen Jahren immer mehr und teilweise sehr wenig zielführende Regeln aufgestellt wurden.

[>>Lesen Sie hier, wie Sie Incentives unter Compliance-Aspekten gestalten können.<<](http://www.events-magazin.de/incentive-reisen/wirksame-anreize-statt-plumpe-bespassung/)
(<http://www.events-magazin.de/incentive-reisen/wirksame-anreize-statt-plumpe-bespassung/>)

Haben Sie Beispiele?

Prof. Dr. Hans Rück: Mehr als genug. Ich greife mal drei Punkte heraus, die für jeden Eventmanager wichtige Planungselemente darstellen: die Frage der zulässigen Bewirtungskosten, die Wahl des Veranstaltungsorts und die Hotelauswahl.

Beginnen wir mit der Bewirtung. Hier gilt nach dem Pharma-Kodex seit 2008 eine Obergrenze von 60 Euro, bei Catering von 65 Euro. Außerhalb der Pharmaindustrie empfehlen Leitfäden eine Obergrenze von 50 Euro. Zur Begründung wird angeführt – ich zitiere den Arbeitskreis Corporate Compliance –, dieser Betrag habe sich „nach den Erfahrungen von Wirtschaftsunternehmen ... als praktikabel und sachgerecht erwiesen“. Belege für diese Behauptung werden nicht genannt. Tatsächlich ist die Zahl 50 einfach aus der Luft gegriffen, sie steht in keinem Gesetz, sie entbehrt jeder Grundlage.

Sinnvoll sind solche starren Grenzen in keinem Fall, man denke nur an die regionalen Preisunterschiede, die unterschiedlichen Branchengewohnheiten und die unterschiedlichen wirtschaftlichen Verhältnisse der Eingeladenen. Vorstände und Geschäftsführer sollen für unter 50 Euro Essen gehen? Ein Witz! Wesentlich für Compliance ist doch die Sensibilität für Situationen, die „verfänglich“ im Sinne von Korruption sein können.

Starre Wertgrenzen machen in diesem Zusammenhang überhaupt keinen Sinn. Sie sind, bei Licht besehen, ein Versuch, Compliance wieder abzuschaffen. Wenn Vorstände und Geschäftsführer nicht für 50 Euro essen gehen können, werden für sie wohl andere Regeln gelten? Das wäre natürlich ein interessantes Verständnis von Compliance, sie wäre dann ein Herrschaftsinstrument nach dem Vorbild von George Orwells „Animal Farm“, wo alle gleich sind, manche aber gleicher. Der Vorstand genehmigt sich seine Ausnahmen immer selbst.

Das ist übrigens gar nicht so weit weg von der Realität in manchen Unternehmen; denken wir nur an den aktuellen Fall Hohmann-Dennhardt, die als Compliance-Chefin über den Anstand bei Volkswagen wachen sollte und sich dies mit einem unanständig hohen Gehalt vergüten ließ – so sieht es jedenfalls die SPD, deren Mitglied Frau Hohmann-Dennhardt zu allem Überfluss ist (von maßgeblichen Mitgliedern des Aufsichtsrates, der den Deal durchgewinkt hat, ganz zu schweigen). „Wasser predigen und Wein trinken“ ist das exakte Gegenteil von Compliance.

Das wird aber nicht überall so eng ausgelegt – letztlich obliegt die Festlegung der Grenzwerte doch den Unternehmen selbst, oder?

Prof. Dr. Hans Rück: Ja. Bei SAP hält man nicht so viel von der angeblich so „bewährten“ 50-Euro-Grenze, hier liegt die Obergrenze für Bewirtung bei 150 Euro – also beim Dreifachen des empfohlenen Werts. Das Beispiel Bewirtungskosten zeigt zum einen, wie auslegungsfähig und auslegungsbedürftig Compliance eigentlich ist, und zum anderen, wie auf diesem Feld versucht wird, mit völlig willkürlichen Grenzwerten Politik zu machen. Ausbaden dürfen es – wie immer – die Mitarbeiter, zum Beispiel die Veranstaltungs-Manager, die mit viel zu niedrigen Grenzwerten klar kommen müssen. Für eine höherwertige Kundeneinladung reichen 50 Euro Bewirtungskosten natürlich nie aus. Also Antrag auf Sondergenehmigung stellen. Die Bürokratie triumphiert.

„FAM TRIPS SIND GEWISSERMASSEN EIN KOLLATERALSCHADEN DER COMPLIANCE-DEBATTE!“

Welchen Einfluss hat Compliance auf die Auswahl der Destination und der Location?

Prof. Dr. Hans Rück: Destination und Location sollen dem Zweck und Inhalt der Veranstaltung angemessen sein. Dieser allgemeine Grundsatz der Compliance hat unter dem Pharma-Kodex dazu geführt, dass Orte gemieden werden, die für einen hohen Freizeitwert bekannt sind, zum Beispiel mondäne Badeorte und Inseln wie Sylt oder Skiorte in den Alpen. In Wien, London, Paris und Barcelona dagegen können Kongresse und andere Tagungen problemlos stattfinden, obwohl jeder dieser Orte zweifellos eine höhere, weil vielfältigere touristische Attraktivität besitzt als ein Schweizer Bergdorf, wo man nur Ski laufen oder im Sommer wandern kann.

Das hat der Hüter des Pharma-Kodex, der Verein „Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie“ (FSA), inzwischen auch gemerkt und seine Schiedssprechung korrigiert: Man solle vor allem das Programm so straff gestalten, dass den Teilnehmern kaum Freizeit bleibt, um die Annehmlichkeiten der Gegend zu genießen; dann könne man auch in touristisch attraktiven Destinationen compliance-konform tagen.

Eine ähnliche Entwicklung beobachten wir bei den Locations: Eine Veranstaltungsstätte soll vor allem nach sachlichen Gesichtspunkten ausgewählt werden, also nach ihrer Eignung für den Zweck und Inhalt der Veranstaltung. Tagungshotels und Veranstaltungszentren haben viele sachliche Argumente auf ihrer Seite und deshalb auch kein Compliance-Problem. Anders sieht es bei den Special-Event-Locations aus, sie können unter Umständen zu ausgefallen wirken, vor allem für „nüchterne“ Tagungen. In compliance-sensitiven Branchen kann das zu einem Verzicht auf solche Veranstaltungsstätten führen. Fam-trips sind gewissermaßen ein Kollateralschaden der Compliance-Debatte!

Inwiefern hat sich die Hotelauswahl durch Compliance verändert?

Prof. Dr. Hans Rück: Viele Unternehmen haben in ihren Reiserichtlinien festgelegt, dass nur noch Hotels mit bis zu vier Sternen gebucht werden dürfen. Man weiß nicht recht, ob es diesen Unternehmen wirklich um Compliance geht oder nicht vielmehr um eine Senkung der Reisekosten. In jedem Fall gehen solche Vorschriften am Problem vorbei. Entscheidend für die Compliance eines Hotels ist nämlich nicht seine Sternekategorie, sondern sein Auftritt und seine Ausstattung.

Gegen ein Fünf-Sterne-Business(!)-Hotel ist aus Compliance-Sicht überhaupt nichts einzuwenden, so sieht das auch ausdrücklich der Pharma-Kodex. Als unangemessen für den geschäftlichen Kontext gelten – zumindest für Tagungen – Hotels mit luxuriöser Ausstattung und auffälligem Erlebnis- und Erholungscharakter, etwa einem üppigen Wellnessbereich, und ganz besonders solche in touristisch attraktiven Destinationen.

Aber auch hier bricht sich bei den Compliance-Verantwortlichen langsam ein differenzierteres Denken Bahn: So haben inzwischen auch Tagungshotels in Freizeitparks (zum Beispiel dem Europa-Park Rust), Golf- und Urlaubsclubs (zum Beispiel dem Golfclub Fleesensee) die Zertifizierung als „pharmakodex-konforme Tagungsstätte“ erhalten.

Hat Compliance auch die Sicht auf Fam Trips verändert?

Prof. Dr. Hans Rück: Fam Trips sind gewissermaßen ein Kollateralschaden der Compliance Debatte. Sie stehen zu Unrecht unter Korruptionsverdacht und verzeichnen deshalb seit Jahren sinkende Teilnehmerzahlen. Das „Trennungsprinzip“ der Compliance untersagt, Personen zu geschäftlichen Veranstaltungen einzuladen, die „maßgeblich in eine bevorstehende Beschaffungsentscheidung eingebunden“ sind.

Genau das ist natürlich bei Fam Trips häufig der Fall, wenn Leistungsträger Eventmanager, die unter Umständen gerade eine Auftragsvergabe planen, zu kostenlosen Informationsreisen in ihre Destination einladen. Am Beispiel Fam Trip kann man deshalb vorzüglich studieren, wie bei der Compliance übers Ziel hinaus geschossen wird.

Nicht jede Beeinflussung des Entscheidungsverhaltens ist für die Compliance relevant, sondern nur die unlautere. Von einer unlauteren Beeinflussung kann bei Fam Trips aber im Normalfall keine Rede sein; dazu müssten dem Eventmanager aus der Teilnahme erhebliche persönliche Vorteile entstehen. Hauptnutznießer ist jedoch seine Firma, die Reisekosten spart. Er selbst hat vielleicht ein gewisses touristisches Erlebnis – aber das gehört zu jeder Dienstreise und wird durch die Reisebelastung kompensiert.

In der Tat sind Fam Trips ganz normale Dienstreisen und keine Vergnügungsreisen! Deshalb sind sie unter Compliance-Gesichtspunkten unproblematisch. Das Problem liegt dabei nicht in der Compliance, sondern in ihrer Handhabung durch die Unternehmen, die vor lauter Angst, nur ja keinen Fehler zu begehen, viel mehr verbieten, als sie müssten, und auf diese Weise ein wichtiges Instrument der Qualitätssicherung im Eventmanagement kaputt machen.

Quo vadis, Compliance? Mit welcher weiteren Entwicklung müssen wir rechnen?

Prof. Dr. Hans Rück: Die Suche nach dem richtigen Maß hält bei der Compliance noch an – und wird es auch noch für eine ganze Weile. Ich meine jedoch zarte Anzeichen dafür zu erkennen, dass bei den Compliance-Verantwortlichen mehr Realismus und Pragmatismus Einzug hält. Ein verstärktes Streben nach zweckmäßigen und zugleich praktikablen Lösungen ist auch dringend nötig.

Wir brauchen Compliance, aber nicht so, wie sie gegenwärtig betrieben wird, da sind die Kollateralschäden entschieden zu groß. Wünschenswert wäre auch ein größeres Maß an Sachkenntnis: Compliance-Organisationen empfehlen finanzielle Obergrenzen für Kundeneinladungen, ohne zu definieren, welche Kostenarten in die Berechnung einzubeziehen sind und welche nicht. Auf so etwas können wohl nur Juristen kommen, als Betriebswirt fehlen einem da die Worte.

Das Schlimme ist, das solche Pannen die Akzeptanz von Compliance untergraben. Das zu vermeiden, sollte das gemeinsame Bestreben aller sein, die mit Compliance zu tun haben. Denn wir brauchen ein sachgerechtes und praktikables Compliance-System. Dass es ohne Regeln nicht geht, haben die früheren Missstände gezeigt, unter deren Nachwirkungen die Veranstaltungswirtschaft noch heute leidet.



events Magazin 01/2017

COMPLIANCE: Noch weit entfernt vom rechten Maß +++ HOTELS: Besser positionieren, weniger verkaufen +++ START UP 'S: Captain Mice Future ermittelt die Sieger +++

- > [Impressum \(http://www.events-magazin.de/impressum/\)](http://www.events-magazin.de/impressum/)
- > [Mediadaten \(http://www.events-magazin.de/mediadaten/\)](http://www.events-magazin.de/mediadaten/)
- > [Datenschutz \(http://www.ebnerpublishing.com/wvr/datenschutz/\)](http://www.ebnerpublishing.com/wvr/datenschutz/)
- > [Nutzungsbedingungen \(http://www.ebnerpublishing.com/wvr/nutzungsbedingungen\)](http://www.ebnerpublishing.com/wvr/nutzungsbedingungen/)

Weekly Newsletter

Abonnieren Sie jetzt unseren Weekly-Newsletter und erhalten Sie jeden Samstag die wichtigsten News der MICE-Branche!

E-Mail

Die [Datenschutzbestimmungen \(http://www.ebnerpublishing.com/datenschutz/ebv/d/\)](http://www.ebnerpublishing.com/datenschutz/ebv/d/) haben Sie gelesen und akzeptieren diese.

Absenden

© 2017 EBNER VERLAG GMBH & CO. KG -

- [IMPRESSUM \(HTTP://WWW.EVENTS-MAGAZIN.DE/IMPRESSUM/\)](http://www.events-magazin.de/impressum/)
- [KONTAKT \(HTTP://WWW.EVENTS-MAGAZIN.DE/KONTAKT/\)](http://www.events-magazin.de/kontakt/)
[NACH OBEN](#)
- [IMPRESSUM \(HTTP://WWW.EVENTS-MAGAZIN.DE/IMPRESSUM/\)](http://www.events-magazin.de/impressum/)
- [KONTAKT \(HTTP://WWW.EVENTS-MAGAZIN.DE/KONTAKT/\)](http://www.events-magazin.de/kontakt/)
[NACH OBEN](#)

© 2017 EBNER VERLAG GMBH & CO. KG