

Jens Claussen

# **Compliance- oder Integrity-Management**

Maßnahmen gegen Korruption in Unternehmen

Metropolis-Verlag  
Marburg 2011

### **Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2011

Alle Rechte vorbehalten

Dissertation an der Universität Kassel, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Tag der Disputation 11.04.2011

ISBN 978-3-89518-871-8

# Inhaltsverzeichnis

<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>9</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>11</b>
<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>13</b>
<b>Summary .....</b>	<b>15</b>
<b>Danksagung .....</b>	<b>17</b>
<b>1 Einführung .....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 Korruption in Unternehmen im Fokus der Öffentlichkeit .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2 Korruption in Unternehmen als Thema der wissenschaftlichen Diskussion – bestehende Forschungslücken .....</b>	<b>22</b>
<b>1.3 Forschungsleitende Fragestellungen .....</b>	<b>25</b>
<b>2 Analytischer Rahmen und Grundlagen .....</b>	<b>31</b>
<b>2.1 Ansatz und Vorgehensweise der Arbeit .....</b>	<b>31</b>
2.1.1 Theoretische Grundlage: Unterscheidung in Compliance- und Integrity-Maßnahmen .....	31
2.1.2 Methodische Vorgehensweise: Interdisziplinäre fallstudienbasierte Arbeit .....	41
<b>2.2 Definition der verwendeten Begrifflichkeiten .....</b>	<b>44</b>

<b>2.3 Ist Korruption überhaupt schädlich und inwieweit sind Maßnahmen in Unternehmen dagegen notwendig? .....</b>	<b>55</b>
2.3.1 Vor- und Nachteile von Korruption aus gesamtgesellschaftlicher und volkswirtschaftlicher Perspektive .....	55
2.3.2 Vor- und Nachteile von Korruption aus Unternehmensperspektive .....	67
<b>2.4 Der Arbeit zugrundeliegende Annahmen .....</b>	<b>80</b>
<b>3 Theorie .....</b>	<b>87</b>
<b>3.1 Ansätze für Antikorruptionsmaßnahmen in Unternehmen aus dem Blickwinkel verschiedener Wissenschaftszweige .....</b>	<b>87</b>
3.1.1 Der rationale Verbrecher – Ökonomische Rational-Choice-Ansätze .....	87
3.1.2 Der geborene Verbrecher – Ansätze der Soziodemographie und Persönlichkeitsforschung .....	117
3.1.3 Die korrupte Organisation – Organisationssoziologische Ansätze .....	142
3.1.4 Überblickshafte Diskussion weiterer Ansätze .....	162
<b>3.2 Vergleich der Ansätze .....</b>	<b>167</b>
<b>3.3 Herausarbeitung von Empfehlungen für Antikorruptionsmaßnahmen aus der wissenschaftlichen Diskussion .....</b>	<b>170</b>
3.3.1 Empfehlung 1: Vorteilhaftigkeit eines hohen Umfangs, bis zu einer Grenze und differenziert nach der Orientierung .....	170
3.3.2 Empfehlung 2: Schwerpunkt auf Integrity-Maßnahmen, aber keine ausschließliche Konzentration darauf .....	173
<b>3.4 Operationalisierung der Empfehlungen zur Analyse der Unternehmen .....</b>	<b>188</b>
<b>4 Fallstudien .....</b>	<b>207</b>
<b>4.1 Methode und Auswahl der Fallstudien .....</b>	<b>207</b>

<b>4.2 Ergebnisse der Fallstudien .....</b>	<b>218</b>
4.2.1 Ergebnisse der Fallstudie adidas AG .....	218
4.2.2 Ergebnisse der Fallstudie Allianz SE .....	226
4.2.3 Ergebnisse der Fallstudie Bertelsmann AG .....	236
4.2.4 Ergebnisse der Fallstudie BMW Group .....	246
4.2.5 Ergebnisse der Fallstudie Deutsche Telekom AG .....	255
4.2.6 Ergebnisse der Fallstudie Fraport AG .....	264
4.2.7 Ergebnisse der Fallstudie Handelsunternehmen .....	275
4.2.8 Ergebnisse der Fallstudie Henkel AG & Co. KGaA .....	283
4.2.9 Ergebnisse der Fallstudie Merck KGaA .....	294
4.2.10 Ergebnisse der Fallstudie Salzgitter AG .....	302
4.2.11 Ergebnisse der Fallstudie SAP AG .....	313
4.2.12 Ergebnisse der Fallstudie Siemens AG .....	324
<b>5 Analyse der Ergebnisse .....</b>	<b>341</b>
<b>5.1 Vergleich der Ergebnisse der Fallstudien .....</b>	<b>341</b>
<b>5.2 Erklärungsansätze für die Unterschiede .....</b>	<b>353</b>
5.2.1 Nähe der Antikorruptionsmaßnahmen zu den Empfehlungen (Abschnitt 3.3) als Indikator für die Erfolgswahrscheinlichkeit der „Ethisierung“ des Unternehmens .....	353
5.2.2 Alternativer Erklärungsansatz: Antikorruptions- maßnahmen mit dem Ziel der „Legitimation“ .....	359
5.2.3 Exkurs: Antikorruptionsmaßnahmen mit dem Ziel der „Exkulpation“ .....	384
<b>6 Zusammenfassung und Implikationen .....</b>	<b>399</b>
<b>6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse .....</b>	<b>399</b>
<b>6.2 Implikationen der Ergebnisse für die wissenschaftliche Diskussion .....</b>	<b>405</b>
<b>6.3 Implikationen der Ergebnisse für die Praxis .....</b>	<b>409</b>

<b>6.4 Schlussbemerkungen .....</b>	<b>411</b>
<b>7 Quellenverzeichnis .....</b>	<b>413</b>
<b>7.1 Literatur .....</b>	<b>413</b>
<b>7.2 Gesetzestexte und Kodizes .....</b>	<b>460</b>
<b>7.3 Unternehmenspublikationen .....</b>	<b>460</b>
<b>7.4 Interviews .....</b>	<b>473</b>
<b>Gesprächsleitfaden.....</b>	<b>475</b>