

Presseinformation

„Compliance – Quo vadis?“

Präsentation der aktuellen
PricewaterhouseCoopers-Compliance-Studie
„Protecting the Brand“

Wien, am 14.7.2005

Ihre Gesprächspartner sind:

Mag. Andrea Cerne-Stark

Partnerin PricewaterhouseCoopers Wien

Tel.: +43 1 501 88 DW 1720

e-mail: andrea.cerne-stark@at.pwc.com

Mag. Gerhard Margetich

Manager PwC Inter-Treuhand GmbH

Tel.: +43 1 501 88 DW 1522

e-mail: gerhard.margetich@at.pwc.com

Massive Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen für Finanzdienstleister steht bevor

Die europäischen Finanzdienstleister¹ stehen vor einer massiven Veränderung ihrer aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen. Die EU hat es sich auf die Fahnen geheftet, den Anlegerschutz zu verstärken und arbeitet zur Zeit an einer deutlichen Verschärfung der Vorschriften, die die gesamte Finanzbranche revolutionieren wird. Bisherige Verhaltensweisen werden überdacht werden müssen – ein völlig neuer Zugang, wie Beratungsleistungen im Finanzbereich erbracht werden sollen, wird entstehen. Bereits im Frühjahr 2006 - mit einer Übergangsphase bis 2007 - wird die neue Wertpapierdienstleistungs-Richtlinie (MiFID) der EU eine deutliche Verschärfung der bestehenden Vorschriften bringen. Die bereits jetzt sehr anlegerfreundliche Judikatur wird dann in nationale gesetzliche Vorschriften umgesetzt werden.

Compliance gewinnt massiv an Bedeutung – auch für den Unternehmenswert

Vor diesem Hintergrund müssen sich die Finanzdienstleister - darunter Banken, Versicherungen und Wertpapierdienstleister - daher ernsthaft mit der ständig wachsenden Bedeutung ihrer Compliance-Funktion auseinandersetzen. Kunden und andere Interessensgruppen treffen gerade im Finanzdienstleistungsbereich ihre Entscheidungen immer stärker nach den Kriterien Integrität, Vertrauenswürdigkeit und Stabilität. Gerade für diese Faktoren wird eine funktionierende Compliance-Funktion künftig eine ganz entscheidende Rolle spielen. Im Endeffekt geht es darum, durch eine optimale und umfassende interne Compliance-Organisation den Wert und die Reputation eines Unternehmens nachhaltig zu verteidigen und zu steigern. Dies ist das wesentliche Ergebnis der

¹ Unter dem Begriff „Finanzdienstleister“ verstehen wir jene Unternehmen, die unter Aufsicht und auf Grundlage von Konzessionen der Finanzmarktaufsicht in Österreich tätig sind.

Neue PwC-Studie untersucht die Qualität der Compliance-Funktion von Finanzdienstleistern in 17 Ländern weltweit

neuesten internationalen Studie von PwC PricewaterhouseCoopers mit dem Titel „Protecting the Brand“.

Die PricewaterhouseCoopers-Studie, 'Protecting the brand' ist eine erstmals international durchgeführte Studie über die Qualität der Compliance-Funktion von Finanzdienstleistern. Die Ergebnisse basieren auf der Teilnahme von 73 international tätigen bzw. bedeutenden nationalen Finanzdienstleistern - Banken, Versicherungen und Wertpapierfirmen - aus 17 Ländern weltweit. Die Teilnehmer repräsentierten alle Sektoren der Finanzdienstleistungs-Industrie: 63% waren Banken, 19% Wertpapierfirmen und 18% Versicherungen, manche Teilnehmer waren in allen drei Bereichen tätig. Die Interviewpartner waren Compliance-Beauftragte auf Konzernebene, Bereichsleiter Risikomanagement, für Compliance verantwortliche Vorstandsdirektoren einschließlich einiger CEOs, regionale Compliance-Beauftragte und andere mit Compliance befasste Mitarbeiter.

In Österreich waren 10 große Banken, 5 Privatbanken und 2 Versicherungen in die Studie eingebunden.

Konkret untersucht die Studie die Definition von Compliance-Risiken, die Herausforderungen bei der Einführung und Ausübung einer Compliance-Funktion, die Frage, wie die Compliance-Funktion zum Unternehmenswert beitragen kann, die nationalen Erfordernisse betreffend die Compliance-Funktion sowie aktuelle aufsichtsrechtliche Veränderungen und deren potentielle Auswirkungen.

Acht von zehn Unternehmen erkennen die enorme Bedeutung von Compliance, handeln aber (noch) nicht danach

Während acht von zehn befragten Unternehmen bestätigen, dass die Einrichtung von „Wohilverhaltensregeln“, also Compliance-Regeln, über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus für das Unternehmen einen ökonomischen Vorteil bietet, ist es für viele in der Praxis schwierig, die Vorteile ebenso wie die Kosten exakt zu bestimmen. Die Unternehmen gehen daher in der Organisation ihrer Compliance-Funktion oft nicht über das gesetzliche Mindestmaß hinaus. Im Hinblick auf die bevorstehenden Gesetzesänderungen wird dieser Minimalansatz künftig zunehmend schwerer aufrecht zu erhalten sein.

Komplexes regulatorisches Umfeld als größte Hürde

Zwei Drittel der befragten Entscheidungsträger empfinden das komplexe regulatorische Umfeld, in dem sich Finanzdienstleister auf der ganzen Welt bewegen, als größte Hürde für die Erreichung von „perfekter“ Compliance. Die bevorstehenden Veränderungen in der EU werden diese Wahrnehmung zweifellos noch verstärken. Gleichzeitig steht für die meisten Befragten fest, dass die Einhaltung der Compliance-Regeln essentiell für den Fortbestand von Unternehmen im Finanzdienstleistungsbereich ist.

Compliance-Kultur: „Doing the right thing“ als prägendes Element der Unternehmenskultur

Der weitaus überwiegende Teil der befragten Compliance-Verantwortlichen erkennt, dass sie bei immer komplexeren Unternehmensstrukturen nicht in der Lage sein werden, Compliance als eine simple Kontrollfunktion wirksam auszuüben. Hingegen gilt es, persönlich und unternehmerisch verantwortungsbewusstes und ethisches Handeln als Unternehmensgrundsatz bei Mitarbeitern und Führungskräften zu verankern und eine Unternehmenskultur im Sinne von „Doing the right thing“ zu etablieren. Entsprechende

interne Prozesse sowie gemeinsame Werte und damit verbundene Incentives (Belohnungen) spielen hier eine potenziell wichtige Rolle.

Der Compliance-Verantwortliche: Polizist oder Berater?

In Österreich wurde in den vergangenen Jahren mit der Umsetzung des „Standard-Compliance-Codes“ eine solide Basis für die Compliance Funktion im traditionellen Sinne geschaffen. Die wenigsten Organisationen haben bisher aber klar definiert, welche konkrete Funktion der Compliance im Rahmen der sonstigen Risk-Management- und Kontrollmechanismen zukommt. Zumeist schwankt der Compliance-Verantwortliche zwischen einer Rolle als „Unternehmenspolizist“ einerseits und als interner Berater andererseits. Seine Unabhängigkeit steht ebenso immer wieder zur Debatte wie seine Kontakte mit dem Management, den anderen internen und externen Kontrollfunktionen und den im operativen Geschäft agierenden Mitarbeitern.

Internationale Anlage-Skandale rücken Compliance-Funktion ins Rampenlicht – In Österreich gehen die Uhren anders

Das Risiko, durch negative mediale Berichterstattung Einbußen in der Reputation und in weiterer Folge einen wirtschaftlichen Schaden zu erleiden, ist mittlerweile eines der Top-Themen, mit denen sich Finanzdienstleister auseinandersetzen müssen. Während die Compliance-Funktion auf internationaler Ebene zuletzt zunehmend in den Mittelpunkt des Interesses gerückt ist, ist in Österreich noch keine derartige Entwicklung festzustellen. Dies liegt sicherlich daran, dass in Österreich ein Großteil der Anleger die Qualität von Finanzdienstleistungen und das Risiko aus den empfohlenen Finanzprodukten zumeist nicht kritisch hinterfragen. So gibt es beispielsweise bereits sog. „Qualitätszertifikate“, die der Kunde – theoretisch – einfordern könnte. Ob das Unternehmen diese freiwillig anbietet, ist allerdings bisher nur eine Frage von Corporate Governance und keine rechtlich verpflichtende Vorschrift.

Zeitgemäße Compliance ist mehr als „Dienst nach Vorschrift“ ...

Die internationale Entwicklung zeigt, dass die meisten Organisationen versuchen, die Beratung des Kunden in Finanzangelegenheiten von sich aus und aus freien Stücken immer deutlicher als „Fairdeal“ zu gestalten. Dabei geht es nicht nur darum, alle aufsichtsrechtlichen und freiwilligen Vorschriften zu erfüllen, sondern vielmehr ein umfassendes Verständnis für die Bedürfnisse des Kunden zu entwickeln und diese dann in der Praxis langfristig zu erfüllen.

Die Banken und Finanzdienstleister in Österreich scheinen hingegen vielfach der Ansicht zu sein, dass man Compliance alleine durch die Erfüllung von Formvorschriften bereits erreicht hat. Das reicht jedoch so nicht – stattdessen geht es darum, von vornherein ein ethisches Umfeld und ein entsprechendes Verständnis für Compliance im gesamten Unternehmen zu schaffen. Einer der wesentlichen Treiber dazu ist der transparente Markt für Finanzdienstleistungen, der durch die MiFID geschaffen werden wird. Denn bei größerer Transparenz – wie sie durch die neue Richtlinie geschaffen werden soll – ist anzunehmen, dass Kunden jenen Anbieter wählen werden, bei dem sie die Vermutung oder Erfahrung haben, dass sie im eigentlichen Sinne von Compliance am fairsten behandelt werden.

„Außer Spesen nicht gewesen?“ – Kostenfaktor Compliance

Zur Zeit wird Compliance in Österreich noch überwiegend schlicht und einfach als Kostenfaktor verstanden. Dass Compliance im modernen Sinne ein langfristiger Wettbewerbsvorteil werden kann, wird hingegen spätestens dann klar werden, wenn die Leistungen der verschiedenen Finanzdienstleister für die Anleger aufgrund der bevorstehenden Gesetzesänderungen transparenter werden.

Voraussetzung dafür ist, dass die neuen Vorschriften nicht nur als Belastung verstanden werden. Vielmehr gilt es die notwendigen Veränderungen im Unternehmen zum Anlass für die Integration des Compliance-Gedankens in sämtliche Unternehmensprozesse zu nehmen.

Ausblick: Compliance als essentieller Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg

Das Fazit der PwC-Studie „Protecting the Brand“ für Österreich: Die heimischen Finanzdienstleister haben noch einen weiten Weg vor sich, die Kosten für die Weiterentwicklung im Sinne eines ganzheitlichen Compliance-Konzepts werden sich aber zweifellos langfristig rentieren. Vor dem Hintergrund komplexer regulatorischer Rahmenbedingungen und erhöhter Markttransparenz wird richtig verstandene und umgesetzte Compliance den Unternehmenserfolg von Finanzdienstleistern auf lange Sicht absichern.

Zu PricewaterhouseCoopers ...

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com/at) erbringt Dienstleistungen im Bereich Prüfung, Steuerberatung und sonstige Beratung. Weltweit haben sich 122.000 Mitarbeiter in 144 Ländern zusammengeschlossen, um ihr Denken, ihre Erfahrungen und Lösungen für ihre Klienten einzusetzen.

Mit PricewaterhouseCoopers wird das Netz der Mitgliedsunternehmen von PricewaterhouseCoopers International Limited bezeichnet. Jedes Mitgliedsunternehmen ist eine eigenständige und unabhängige juristische Person.

Die Compliance-Studie 2005 „Protecting the Brand“ kann unter www.pwc.com/financialservices heruntergeladen werden.