



Kein Problem mit „Compliance“

Der VÖW bezeichnet die Compliance-Richtlinien von Austrian Standards als „sehr vage“ und prophezeit eine „Renaissance der Werbeartikel“: Sie seien nachhaltige „Marken-Reminder“, deren Wert zumeist unter jeder Compliance-Grenze liege.

Am 1. Februar 2013 wurden in Österreich erstmals einheitliche Compliance-Richtlinien von Austrian Standards (ONR 902050) veröffentlicht: Da bei Verstößen durch Behörden, Unternehmen und deren Mitarbeiter mit massiven Konsequenzen gerechnet werden muss, empfiehlt der Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) Unternehmen daher, wieder Werbeartikel als Meinungsbildungsinstrument und somit als nachhaltige „Marken-Reminder“ verstärkt einzusetzen, da deren Wert in den meisten Fällen unter jedweder Compliance-Grenze liegt.

In vielen Unternehmen herrscht derzeit, das Thema „Compliance“ betreffend, eine große Unsicherheit, da finanzielle Obergrenzen, also wie viel eine Aufmerksamkeit maximal wert sein darf, gesetzlich nicht klar definiert sind: Der VÖW bezeichnete diese Richtlinien daher als „sehr vage“.

Auch das im Jahr 2008 erlassene „Anfütterungsgesetz“, das die wiederholte Geschenkvergabe an staatlich Bedienstete generell verbot, wurde im Jahr 2009 wieder gelockert. Nun sind nur noch regelmäßige Zuwendungen in direktem Zusammenhang mit einem konkreten Auftrag strafbar. Zusätzlich gibt es ungefähre Richtlinien über die Geschenkkannahme bei öffentlich Bediensteten, die bei einer Obergrenze von etwa 100 Euro liegt. Andere Regeln besagen, dass Präsente nicht dem Vorteil des Schenkers dienen dürfen.

Bei Werbeartikeln sei der Fall anders, so der VÖW: In den meisten Fällen liegen die Kosten pro Stück weit unter jedweder Bestechungsgrenze. Zunehmend würden daher Unternehmen den Werbeartikel wieder als „ideales Kommunikationswerkzeug“ entdecken, um ihre Marke erfolgreich nach außen zu transportieren, ohne Gefahr zu laufen, sich hierbei strafbar zu machen.

Denn nach dem österreichischen Unternehmensstrafrecht haften Unternehmen für Straftaten ihrer Mitarbeiter: Die neu veröffentlichte Compliance-Richtlinie zeigt den Unternehmen auf,

wie potenzielle Gefahrenquellen frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen, wie etwa Aufklärungsgespräche bzw. diverse Schulungen durch die Geschäftsführung, ergriffen werden können. Vor allem aber soll die Richtlinie eine Anleitung dafür bieten, wie unternehmensinterne Compliance-Management-Systeme (CMS) eingerichtet und Mitarbeiter geschult werden sollten.

Konrad Godec, Präsident des VÖW: „Werbeartikel sind eine vergleichsweise günstige und vor allem auch legale Form, wenn Unternehmen ihren Kunden kleine Geschenke machen wollen. Der VÖW rät daher allen Firmen, von teuren Geschenken abzusehen und mit dem klassischen Werbeartikel auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. Der USB-Stick zum Beispiel, den ich als kleine Aufmerksamkeit erhalten habe, ist oft und über einen langen Zeitraum hinweg nutzbringend in Gebrauch. An das Unternehmen mit dem USB-Stick wird man sich mit Sicherheit besser und schneller erinnern als an ein Unternehmen mit einer Einladung zu einer Abendveranstaltung.“

Konrad Godec, Präsident des VÖW: „Werbeartikel sind eine vergleichsweise günstige und vor allem auch legale Form, wenn Unternehmen ihren Kunden kleine Geschenke machen wollen. Der VÖW rät daher allen Firmen, von teuren Geschenken abzusehen und mit dem klassischen Werbeartikel auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. Der USB-Stick zum Beispiel, den ich als kleine Aufmerksamkeit erhalten habe, ist oft und über einen langen Zeitraum hinweg nutzbringend in Gebrauch. An das Unternehmen mit dem USB-Stick wird man sich mit Sicherheit besser und schneller erinnern als an ein Unternehmen mit einer Einladung zu einer Abendveranstaltung.“

 www.werbemittelhaendler.at



Konrad Godec



Design: Take2 Germany

Design: Hermann Staudinger mit Take2
Take2-Designagentur GmbH & Co. KG
www.take2-design.de