
Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können

- Das Fehlen von Codes of Conduct oder Compliance-Richtlinien kann nicht nur juristische Konsequenzen, sondern auch Folgen für Reputation und Image in der öffentlichen Wahrnehmung haben.
- Eine Aufgabe der Corporate Compliance muss es sein, die Kenntnis dieser Verhaltensrichtlinien auch in der Unternehmenskommunikation sicherzustellen. Auf diese Weise kann sie helfen, Reputationsschäden zu vermeiden.
- Die Zusammenarbeit von Compliance-Abteilung und Unternehmenskommunikation ist auf vielen Ebenen sinnvoll und notwendig: Dazu gehören die strategische Vorbereitung, die Formulierung und Implementierung von Compliance-Richtlinien ebenso wie die regelmäßige Zusammenarbeit mit der Pressestelle.
- Die Kommunikation von Compliance sollte immer einem strategischen Konzeptionsprozess folgen, der Elemente der Internen Kommunikation, der Change Communication, des Wertmanagements und der Krisenkommunikation in eine Gesamtkonzeption integriert, die die strategische Richtschnur für die Einzelmaßnahmen bildet.
- Die Compliance Richtlinie als zentrales Kommunikationsinstrument nimmt gegenüber anderen Textsorten der Unternehmenskommunikation eine Sonderstellung ein, da sie eine textliche Obligationsfunktion enthält.
- Bezüglich des thematischen Aufbaus eines Code of Conduct lassen sich bestimmte Kernthemen und Unterthemen identifizieren, die unabhängig von der konkreten inhaltlichen Ausgestaltung als prototypische Merkmale beschrieben werden können.
- Gute Compliance-Maßnahmen sind auch gute Kommunikationsanlässe. Wenn sie nach außen kommuniziert werden, können sie die Reputation eines Unternehmens stärken.

Literatur

- A&B ONE FOLIO (2014) Compliance und Kommunikation. http://www.a-b-one.de/fileadmin/user_upload/pdf-Dateien/folio_eins.pdf. Zugegriffen: 1. Sept. 2014
- Brinker K (2014) Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden, 7. Aufl. Erich Schmidt Verlag, Berlin
- Buchholz U, Knorre S (2012) Interne Unternehmenskommunikation in resilienten Organisationen. Springer, Heidelberg
- Christoph C (2009) Textsorte Pressemitteilung. Zwischen Wirtschaft und Journalismus. UVK, Konstanz
- Compliance Communication Center (2014) Im Fadenkreuz der Öffentlichkeit – Compliance-Kommunikation als Reputationsschutz (2012). <http://compliance-communication-center.com/studie>. Zugegriffen: 23. Mai 2014
- Deutscher Olympischer Sportbund (2013) Pressemitteilung: Gesellschafter stellen Ethik-Code für München 2022 vor. <http://newsletter.dosb.de/newsletter/newsletter.php?id=4513&html=1>. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Deutscher Rat für Public Relations (2012) Deutscher Kommunikationskodex. http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/08/Deutscher_Kommunikationskodex.pdf. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Deutscher Rat für Public Relations (2013a) DRPR-Richtlinie PR und Journalismus. http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/09/DRPR-Richtlinie_Journalismus_und_PR_02122013.pdf. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Deutscher Rat für Public Relations (2013b) Fall: „Platoon/arte“ – Ratsbeschluss. <http://drpr-online.de/spruchpraxis/ratssprueche-2012-2/>. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Deutscher Rat für Public Relations (2015a) Code d'Athènes. <http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/09/CodeDAthene.pdf>. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Deutscher Rat für Public Relations (2015b) Code de Lisbonne. <http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/09/CodeDeLisbonne.pdf>. Zugegriffen: 22. Jan. 2015
- Eckert T (2014) Praxiswissen Compliance. Erfolgreiche Umsetzung im Unternehmen. Haufe, Freiburg
- Eigendorf J (2012) Luxusreisen des Thyssen-Managers auf Firmenkosten. In: „Welt am Sonntag“, 11. November 2012. <http://www.welt.de/wirtschaft/article110891981/Luxusreisen-des-Thyssen-Managers-auf-Firmenkosten.html>. Zugegriffen: 22. Jan. 2015

- Eisenegger M (2012) Moral, Recht und Reputation. In: Rademacher L, Schmitt-Geiger A (Hrsg) *Litigation-PR: Alles, was Recht ist. Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation*. Springer VS, Wiesbaden
- Hoffmann O (2007) *Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten*, 2. Aufl. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Junc L (2010) *Corporate-Compliance-Berichterstattung in Deutschland. Eine theoretische und empirische Analyse*. Gabler Research, Essen
- Kamm S, Rademacher L (2012) *Im Fadenkreuz der Öffentlichkeit: Compliance-Kommunikation als Reputationsschutz*. Compliance Communication Center und MHMK Macro-media Hochschule für Medien und Kommunikation, München
- Knitter J (2013) *Compliance-Schulungen*. <http://www.bvdc.de/news/4-teil-compliance-schulungen-und-compliance-tests>. Zugegriffen: 3. Sept. 2014
- Kreuder T (2011) Jeder weiß, was Recht ist – Compliance verständlich gemacht in sieben Thesen. In: Möhrle H, Schulte K (Hrsg) *Zwei für alle Fälle. Handbuch zur optimalen Zusammenarbeit von Juristen und Kommunikatoren*. FAZ Verlag, Frankfurt a. M
- Krügler Eberhard (2014) *Compliance – Ein Thema mit vielen Facetten*. In: *UmweltMagazin*, Heft 7/8 (2011): http://www.hlfp.de/fileadmin/redaktion/1_Aktuelles/Fachartikel/Compliance_ein_Thema_mit_vielen_Facetten.pdf. Zugegriffen: 1. Sept. 2014
- Leipziger JW (2004) *Konzepte entwickeln. Handfeste Anleitungen für bessere Kommunikation*, 3. Aufl. F.A.Z.-Institut, Frankfurt a. M
- Mast C, Huck S, Güller K (2005) *Kundenkommunikation*. UTB, Stuttgart
- Müller S (2013) *Compliance ist Kommunikation*. <http://www.bvdc.de/news/compliance-ist-kommunikation>. Zugegriffen: 3. Sept. 2014
- PriceWaterhouseCoopers AG/Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (2010) *Compliance und Unternehmenskultur. Zur aktuellen Situation in Großunternehmen*
- Rademacher L, Köhler A (2014) *Risiko- und Reputationsschutz durch Compliance-Kommunikation*. In: Stumpf M, Wehmeier S (Hrsg) *Kommunikation in Change und Risk*. Springer VS, Wiesbaden, S 235–270
- Schach A (2015) *Advertorial, Blogbeitrag, Content-Strategie & Co. Neue Texte der Unternehmenskommunikation*. Springer, Wiesbaden
- Schautes D, Kunath N (2011) *Compliance „einfach richtig“ vermitteln*. In: *kommunikationsmanager*, Ausg. 3. S 22–25
- Schenk C, Steßl A (2013) *Benchmark-Studie zum Compliance-Management*. In: ZRFC, Nr. 06. Erich Schmidt Verlag, Berlin
- Schmidbauer K, Knödler-Bunte E (2004) *Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren*. Univ. Press, Potsdam
- Steßl A (2012) *Im Blickpunkt: Erfolgreiche Compliance-Kommunikation*. *Betriebsberater*, BB 67(41):6–7
- Stumpf M, Wehmeier S (Hrsg) (2014) *Kommunikation in Change und Risk*. Springer VS, Wiesbaden
- Szyszka P, Schütte D, Urbahn K (2009) *Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit*. UVK, Konstanz
- Unverzagt A, Gips C (2010) *Handbuch PR-Recht*. Helios, Berlin
- Vetter E (2008) *Compliance in der Unternehmerpraxis*. In: Wecker G, van Laak H (Hrsg) *Compliance in der Unternehmerpraxis: Grundlagen, Organisation und Umsetzung*. Gabler, Wiesbaden
- Wecker G, van Laak H (Hrsg) (2008) *Compliance in der Unternehmerpraxis: Grundlagen, Organisation und Umsetzung*. Gabler, Wiesbaden