

# Sponsoren, geht's raus und zieht der Fifa den Stecker

Franz Beckenbauer, der nicht mehr ganz so Überzeugende und von Zweifeln über merkwürdige und kaum begründbare Geldflüsse offenbar gänzlich Unbelastete, soll dem deutschen Team vor dem WM-Final 1990 als letzte taktische Anweisung Folgendes gesagt haben: «Geht's raus und spielt's Fussball.» Das deutsche Team hat gegen Argentinien dann 1:0 gewonnen.

Die Fifa kommt nicht aus den schlechten Schlagzeilen. Der neue Herr der Bälle ist einer aus der alten Schule der «Platinitüden», was ohnehin nichts Gutes verheissen kann. Wie man Medienberichten entnehmen kann, geht es im Weltfussballverband munter zu und her. Dank Indiskretionen erfährt der Leser von Presseerzeugnissen meist in der Rubrik Wirtschaft (ausgerechnet) von Verhaltensweisen und Vorgehen, die unwürdig und jedenfalls von Intrigen, Kompetenzüberschreitungen und der Missachtung von Regeln geprägt sind. Für mich persönlich ist es überhaupt nicht erklärbar, wie es Menschen geben konnte, die tatsächlich ernsthaft behaupteten, eine Kulturänderung sei nur mit Sepp Blatter möglich. Das war ein dummer Witz wohl, Schall und Rauch. Nun ist der Sepp weg, aber eigentlich ist nichts besser geworden.



Für die Herren (und die wenigen Damen) der Fifa müsste es sich doch endlich als grösste und letzte taktische Schwäche erweisen, dass dreist weitergeschäftet wird, wie wenn nichts gewesen wäre – bar von Unrechtsbewusstsein, bar von Skrupeln. Vom Hauptsitz ist, um weiter in der Sprache Beckenbauers zu reden, gar nichts

Gscheites zu erwarten. Wer kann das ändern? Am ehesten die Sponsoren, indem sie sich verabschieden.

Diejenigen, welche die Fifa sponsern, tragen dieses unsägliche Geschäftsmodell namens SVILT (Selbstbedienungsladen, Vetternwirtschaft, Intrigen, Lug und Trug) nämlich mit. Das heisst, an ihnen wäre es, endlich Konsequenzen zu ziehen und dieser «Fifa Nostra» den Stecker zu ziehen. Was schreibt etwa das Unternehmen Coca-Cola grossartig in seinem Code of Conduct (Verhaltenskodex)? Von weltweit geltenden Grundsätzen der Integrität, der Ehrlichkeit und Blablabla. Und unterstützt gleichzeitig die Fifa. Oder Visa. Oder McDonald's: auch schöne geduldige Papiere, die reden von Ethik, vom Handeln im Einklang mit Sinn und Wortlaut von Vorgaben. Es fällt mir hier nur noch ein Wort ein: Heuchelei.

Ein Code of Conduct nämlich definiert, mit welchen Mitteln und Methoden der unternehmerische Erfolg erzielt beziehungsweise nicht realisiert werden soll. Ethische Leitplanken werden definiert, die bei der Geschäftstätigkeit unbedingt einzuhalten sind, auch wenn ihre Verletzung möglicherweise höhere Gewinne versprechen könnte. Die zentralen Gesichtspunkte sind hier Fairness und Legitimität. Es geht also um den

Charakter des Unternehmens. Ehrlichkeit etwa ist mehr als eine individuelle Eigenschaft – sie ist auch eine solche eines Unternehmens und muss schon daher thematisiert, gefördert und unterstützt werden. Werte sind situationsübergreifend und werden daher in einem Code of Conduct allgemein und relativ abstrakt formuliert. Oft werden sie heute über die Website von Unternehmen öffentlich zugänglich gemacht. Auch die der genannten Unternehmen.

## AUSSICHTEN

Es ist somit offensichtlich, das heisst für wirklich jedermann erkennbar, dass viele Fifa-Exponenten mit diesen Standards ein Problem haben, was bei den Köpfen der Fifa beginnt (man kennt das ja schon von den Fischen). Sie werden dort seit Jahren missachtet, und wenn man – trotz Unschuldsumutung – anschaut, was da an Dokumenten in Untersuchungen als Beweis vorliegt, auch Gesetze. Eine umfassende Compliance-Kultur wird nicht von einem Code of Conduct geschaffen; seine schiere Existenz genügt nicht. Entscheidend ist vielmehr die Vorbildfunktion der Führungskräfte, in deren Verantwortung die konkrete Umsetzung und Interpretation des Code of Conduct

liegt. Das persönliche, glaubwürdige Vorleben bildet die wichtigste Voraussetzung für die Umsetzung unternehmensethischer Normen im Alltag.

Führungspersonen sind die primären Ansprechpersonen bei konkreten Fragen zu einem Code of Conduct. Vorgesetzte verkörpern und leben die festgelegten Werte. Ihnen kommt eine wichtige Funktion in der moralischen und motivierenden Unterstützung der Mitarbeitenden bei der Umsetzung aller institutionellen Regelungen zu. Sie sind eigentliche Impulsgeber. Würde ich bei Coca-Cola arbeiten, ich würde mir denken: «Was die alles so schreiben und von mir erwarten – super; aber wieso sponsern sie die Fifa?» Das belegt, dass es sich doch sehr lohnen kann, unanständig und unmoralisch zu handeln. Und dass die Regeln wohl nicht so ernst und jedenfalls nicht für alle gemeint sind.

So sieht ein Eigengoal aus. Von einem Ethik-Management, das seinen Namen verdient, kann keine Rede sein. Glaubwürdigkeit erreicht man anders. Also Sponsoren: Zieht's doch endlich der Fifa den Stecker – um euer selbst willen.

wirtschaft@luzernerzeitung.ch

### HINWEIS

Monika Roth (65) ist Professorin für Compliance und Finanzmarktaufsicht an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.