

# .Loupe

focused on  
business integrity

CHECKLISTE

CODE OF CONDUCT

.LOUPE – Integrity Management System  
Best Practice

## Inhalt

<b>Einleitung – Code of Conduct (CoC)</b> .....	3
<b>Was ist der Code of Conduct?</b> .....	3
<b>Die 7-Elemente des Code of Conduct</b> .....	4
1. <b>Einleitung und Erklärung zum Werteverständnis</b> .....	4
2. <b>Geltungsbereich</b> .....	4
3. <b>Themenfelder</b> .....	5
4. <b>Verantwortung und Vorbildfunktion</b> .....	5
5. <b>Hinweisgebersystem und Reaktionsmechanismen</b> .....	6
6. <b>Verankerung im Alltag</b> .....	6
7. <b>Bestätigung und Inkrafttreten</b> .....	6
<b>Wie erstellt man einen Code of Conduct richtig - unsere 6 Prozessschritte zur Erstellung</b>	7
1. <b>Zieldefinition</b> .....	7
2. <b>Inhalte sammeln</b> .....	7
3. <b>Stakeholder einbeziehen</b> .....	7
4. <b>Gestaltung und Visualisierung</b> .....	8
5. <b>Freigabe und Implementierung</b> .....	8
6. <b>Pflege und Aktualisierung</b> .....	8
<b>Abschlussworte</b> .....	8

## Einleitung – Code of Conduct (CoC)

Die Frage, welchen Einfluss wir als Compliance-Officer auf den „Tone from the Top“ haben bzw. haben können, beantworten wir mit dem dafür vorgesehenen Dokument – dem Code of Conduct.

- Was ist der Code of Conduct?
- Was benötigt ein guter Code of Conduct? Welche Elemente hat er?
- Wie erstellt man den Code of Conduct?

Für den Erfolg eines Compliance Management Systems erweisen sich die Kultur, die Werte, die Vorbildwirkung („Tone **at** the Top“) und der richtige „Tone from the Top“ als besonders wichtig.

Die Verschriftlichung des „Tone from the Top“ und somit auch die Antwort auf die Frage: „**Wer sind wir (als Organisation)?**“ erfolgt mittels Code of Conduct.

## Was ist der Code of Conduct?

Der Code of Conduct ist die **Verfassung für Integrität** im Unternehmen. Er beschreibt, **welche Werte, Prinzipien und Verhaltensstandards** im Unternehmen gelten.

Er sagt aus, WER wir sind und WAS wir als Unternehmen von unseren Mitarbeiter:innen und von unseren Stakeholdern, wie z.B. Lieferanten aber auch Kunden, erwarten.

3

Der Code of Conduct ist also Leitplanke und Visitenkarte zugleich:

- Innen wirkt er als **Orientierung** für Mitarbeiter:innen
- Außen zeigt er, wofür das Unternehmen steht (quasi als „**Visitenkarte**“)

Der Code of Conduct ist ein zentrales Element jedes Compliance Management Systems (CMS) und trägt entscheidend zur Unternehmenskultur und Risikoprävention bei.

## Die 7-Elemente des Code of Conduct

Aus unserer Sicht besteht ein effektiver Code of Conduct aus 7 Elementen, die es bei der Erstellung des Dokuments zu berücksichtigen gilt:

### 1. Einleitung und Erklärung zum Werteverständnis

Wir empfehlen, dass der CoC mit einem Vorwort bzw. mit einem Statement der Geschäftsleitung beginnt. Dies ist ein starkes Signal für die jeweilige Zielgruppe und macht sichtbar: „**Compliance ist uns wichtig / Integrität ist Teil unserer Kultur**“.

Zielführender ist aus unserer Sicht jedoch die Bezeichnung der Einleitung als „Grundsatzerklärung“. Nicht nur, weil wir die Pflicht aus dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz kennen, sondern weil es im Sinne einer *Executive Summary* die klare Richtung vorgibt.

Die Einleitung sagt uns bereits zu Beginn: **WER sind wir und WAS erwarten wir!**

4

---

### 2. Geltungsbereich

Für wen gilt der Kodex? Wichtig ist, die jeweilige Zielgruppe des Dokuments klar zu benennen und das Dokument entsprechend zu gestalten (Mitarbeiter:innen, Führungskräfte, Management, evtl. Lieferanten und Geschäftspartner:innen).

Aus unserer eigenen Praxis erkennen wir den Vorteil, jeweils einen CoC für Mitarbeiter:innen und einen für die Businesspartner zu erstellen. Dies liegt insbesondere auch daran, dass man an unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Erwartungen hat.

### 3. Themenfelder

Die Themenfelder orientieren sich an den Risiken bzw. am Unternehmenszweck. **Wichtig:** Man führt keine Themen an, die das Unternehmen nicht betreffen. Dies würde die Glaubwürdigkeit schmälern.

Übliche Formulierungen bzw. Punkte sind:

- Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften
- Vermeidung von Interessenkonflikten
- Umgang mit Geschenken und Einladungen (Annex oder Verweis auf interne Richtlinien)  
– Anti-Bribery / Anti-Korruptions-Richtlinie
- Umgang mit vertraulichen Informationen, IT-Sicherheit, künstlicher Intelligenz und Datenschutz
- Faire Wettbewerbspraktiken und Kartellrecht
- Anti-Geldwäsche
- Verantwortung für Umwelt, Soziales und Menschenrechte
- Respektvolles Verhalten gegenüber Kolleg:innen und Dritten (Diskriminierungsverbot, Diversität)
- Schutz von Unternehmensvermögen (physisch und intellektuell)

### 4. Verantwortung und Vorbildfunktion

Für Compliance sind wir alle verantwortlich. Daher empfiehlt sich ein Hinweis, dass alle Menschen auch Verantwortung für ihr Verhalten tragen und – unabhängig von ihrer Hierarchiestufe – ihrer Vorbildfunktion nachkommen müssen (Hinweis auf den „Tone at the top“).

## 5. Hinweisgebersystem und Reaktionsmechanismen

Ein wesentliches Element ist auch der Hinweis auf die (gewünschte) Feedback-Kultur im Unternehmen. Konkret also der Verweis auf das interne Hinweisgebersystem und den Umgang mit festgestelltem Fehlverhalten.

Es sollte unbedingt angeführt werden, wie und wo man (vermutete) Verstöße melden kann und wie in diesem Zusammenhang der Schutz von Hinweisgeber:innen geregelt ist. In weiterer Folge ist auch ein klares Statement zum Umgang mit Verstößen (Sanktionen) empfohlen. In der Regel sprechen wir hier von der „Zero-Tolerance“-Politik.

## 6. Verankerung im Alltag

Die Verpflichtung (und Notwendigkeit) zur Schulung und Sensibilisierung ist ein wesentlicher Punkt in einem Code of Conduct. Vielleicht macht es in Ihrer Organisation auch Sinn, einen Hinweis auf Ansprechpersonen (z.B. Compliance Officer, Ombudsstelle) zu geben.

6

---

## 7. Bestätigung und Inkrafttreten

Die Unterschrift der Geschäftsleitung, das Datum des Inkrafttretens sowie die Aktualisierungspflicht sollten am Ende des Dokumentes angefügt sein, um den Normcharakter zu unterstreichen.

## Wie erstellt man einen Code of Conduct richtig - unsere 6 Prozessschritte zur Erstellung

Die obengenannten Elemente erarbeiten wir in der Praxis in 6 Prozessschritten.

### 1. Zieldefinition

An wen richtet sich der Code of Conduct? (Zielgruppe)

### 2. Inhalte sammeln

Es empfiehlt sich, den Status quo zu erheben und mit den bereits bestehenden Grundsätzen (Werten) zu beginnen. Gibt es hier schon eine Kommunikation? Ein Leitbild? Der Code of Conduct kann nicht isoliert von den Werten bzw. der Wertekommunikation betrachtet werden. Also, was ist schon da?

Die Analyse von Risiken und typischen Konfliktthemen im Unternehmen sind ebenso Bestandteil dieses Prozessschrittes. Compliance, ohne Berücksichtigung des Business wird nicht erfolgreich sein. Darum sollte man den Unternehmenszweck unbedingt beim Inhalt berücksichtigen. Der Abgleich mit gesetzlichen Anforderungen und bestehenden Richtlinien muss in diesem Zusammenhang ebenfalls durchgeführt werden.

7

### 3. Stakeholder einbeziehen

Wichtig sind die frühzeitige Einbindung und Abstimmung mit Geschäftsführung, sowie anderen Verbündeten der Compliance-Organisation (zB HR, Strategie, Arbeitnehmervertretung und Kommunikation). Entsprechende Feedbackrunden mit Führungskräften und ggf. die Implementierung einer Pilotgruppe dienen dabei der Akzeptanzbildung und als Vertrauensmaßnahme für die folgende Umsetzung.

#### 4. Gestaltung und Visualisierung

Aus unserer Sicht erweist sich ein effektiver Code of Conduct als klar und einfach formuliert. Es ist unsere Aufgabe, die Sprache unserer Zielgruppen zu wählen und somit Barrieren zum Thema abzubauen.

Es ist hilfreich, dies in einer verständlichen und zugänglichen Sprache (kein Juristendeutsch) zu schreiben, um auch hier die Akzeptanz und die erfolgreiche Umsetzung in der Praxis zu gewährleisten. Wir setzen dabei auf kurze Kapitel und eine klare Struktur – unter Zuhilfenahme von Grafiken, Piktogrammen und Infoboxen (Legal Design Prinzipien).

#### 5. Freigabe und Implementierung

Nach der offiziellen Freigabe durch die Unternehmensleitung wäre es ratsam, die Art des Rollouts zu definieren und entsprechend zu planen (Schulungen, E-Learnings, Intranet-Veröffentlichung). Erwähnt sei in diesem Zusammenhang auch eine Verpflichtung zur Kenntnisnahme des CoC und einer entsprechenden Dokumentation derselben.

8

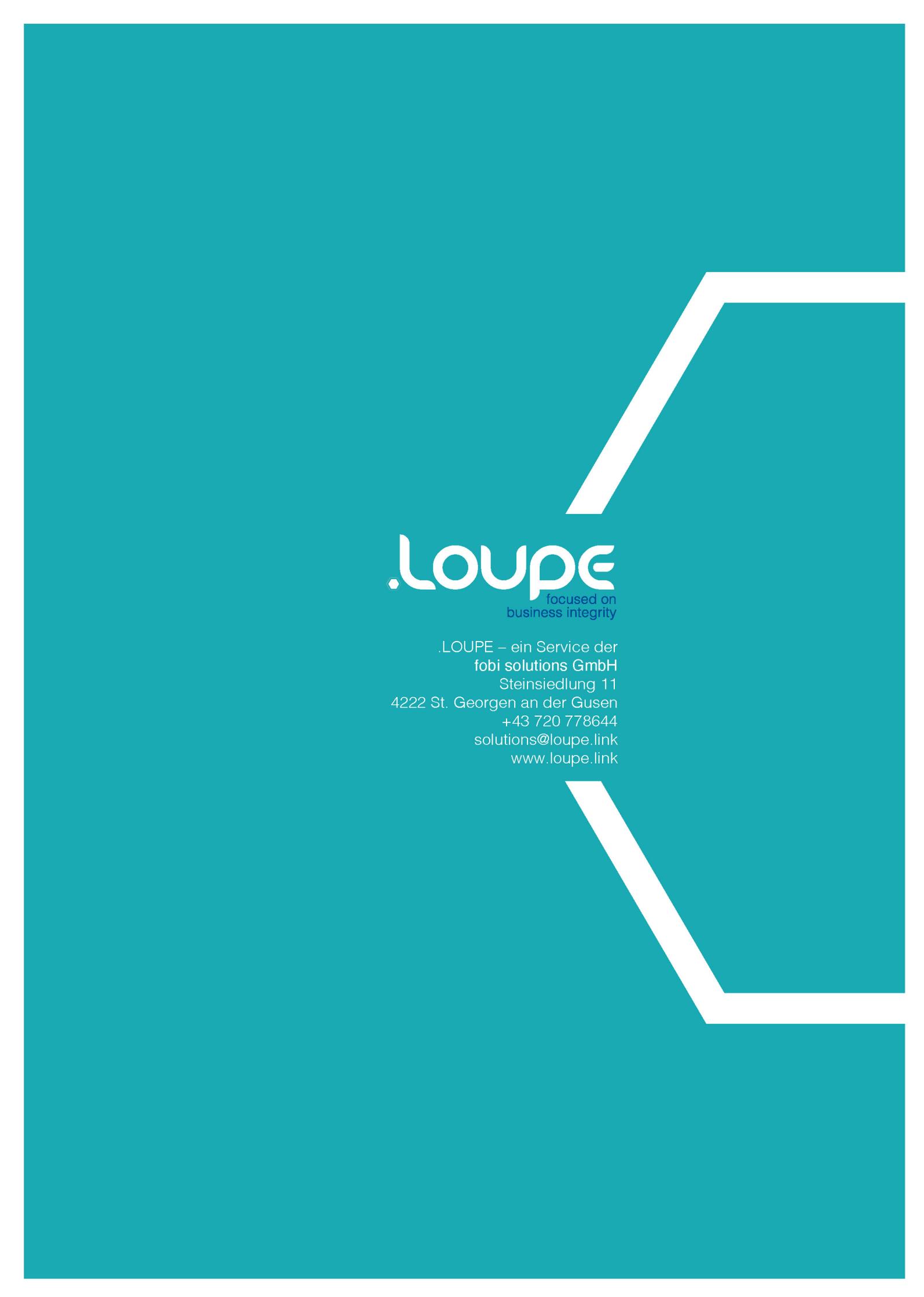
#### 6. Pflege und Aktualisierung

Um die Aktualität des CoC zu gewährleisten ist dieser regelmäßig zu überprüfen. Insbesondere sind dabei erforderliche Anpassungen auf Grund neuer Gesetze, gewisse Entwicklungen oder Unternehmensänderungen zu berücksichtigen.

## Abschlussworte

Wenn Sie darüber hinaus Fragen zur Software von .LOUPE haben, dann einfach unter [www.loupe.at](http://www.loupe.at) Kontakt mit uns aufnehmen.

Unser Versprechen ist immer: Aus der Praxis. Für die Praxis.

The background is a solid teal color. Two white geometric shapes, resembling stylized brackets or chevrons, are positioned on the right side of the page. One is at the top right, pointing left, and the other is at the bottom right, pointing left. They are composed of thick white lines.

# .Loupe

focused on  
business integrity

.LOUPE – ein Service der  
fobi solutions GmbH  
Steinsiedlung 11  
4222 St. Georgen an der Gusen  
+43 720 778644  
solutions@loupe.link  
www.loupe.link