

Wirtschaftskriminalität zeigt regionale Unterschiede

Korruption, Unterschlagung und andere Formen der Wirtschaftskriminalität schädigen deutschlandweit fast jedes zweite Unternehmen. Allerdings ist das Kriminalitätsrisiko in den Bundesländern und Regionen unterschiedlich stark ausgeprägt. Gemäß einer aktuellen PwC-Studie sind in Hessen die meisten Unternehmen von Kriminalität betroffen.

Korruption, Unterschlagung und andere Formen der Wirtschaftskriminalität schädigen deutschlandweit fast jedes zweite Unternehmen. Allerdings ist das Kriminalitätsrisiko in den Bundesländern und Regionen unterschiedlich stark ausgeprägt, wie aus einer Untersuchung der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) hervor geht. So wurden in Hessen rund 60 Prozent der befragten Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren Opfer von Wirtschaftskriminalität, in der Region Mitteldeutschland (Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen) hingegen nur 35 Prozent. „Die bestehenden Unterschiede sind in erster Linie durch die spezifische Unternehmens- und Wirtschaftsstruktur der Länder zu erklären. Beispielsweise taucht das Delikt Geldwäsche überdurchschnittlich häufig im von der Finanzdienstleistungsbranche geprägten Bundesland Hessen auf, während die Korruption im Chinageschäft im exportorientierten Baden-Württemberg ein größeres Problem als in anderen Regionen ist“, kommentiert Steffen Salvenmoser, Partner bei PwC im Bereich Fo-

rensic Accounting Services. Bei der Kriminalitätsprävention zeigen alle Bundesländer und Regionen erhebliche Defizite. So kommen die weitaus meisten Straftaten durch Hinweise von Mitarbeitern oder Geschäftspartnern ans Licht. Die Quote



Bild: © BIO-540 / www.photocase.com

der auf diese Weise zufällig aufgedeckten Delikte ist in Bayern mit 65 Prozent am niedrigsten, in Hessen mit fast 80 Prozent am höchsten. Für die Studie befragte PwC 1.166 Unternehmen in Deutschland. Die Erhebung umfasst alle entdeckten Straftaten und ist damit umfassender als die Kriminalstatistik, die nur die zur Anzeige gebrachten Delikte berücksichtigen kann. Der Durchschnittsschaden je Unternehmen ist in Nordrhein-Westfalen mit 2,43 Millionen Euro am höchsten. Ein Grund dürfte

sein, dass die Betriebe hier mit durchschnittlich 2.306 Mitarbeitern deutlich größer sind als im Bundesdurchschnitt (1.972 Beschäftigte) und damit eine größere Angriffsfläche bieten. In Bayern beläuft sich der Schaden je Unternehmen auf 1,9

Millionen Euro, in Hessen auf knapp 1,3 Millionen Euro.

Korruption droht überall

Drei bis vier von zehn befragten Unternehmen halten Korruption für ein wesentliches Geschäftsrisiko. Bemerkenswert ist, dass die Befragten das Korruptionsrisiko in Westeuropa und Deutschland für kaum geringer halten als in Zentral- und Osteuropa oder China. Beispielsweise sehen 25 Prozent der Unternehmen aus Baden-Württemberg ein Korruptionsrisiko im Inland

- die Risiko-Einschätzungen für China (27 Prozent) und Osteuropa (28 Prozent) sind kaum ausgeprägter. Wegen Korruption ein Geschäft verloren haben zwischen 10 Prozent (Berlin/Brandenburg) und 25 Prozent (Baden-Württemberg) der Unternehmen. In China werden Befragte aus Baden-Württemberg überdurchschnittlich häufig Opfer von Bestechung - 71 Prozent haben dort schon einmal einen Auftrag nicht bekommen, weil sie kein Schmiergeld gezahlt haben. Auch wenn die meisten befragten Unternehmen Korruption für ein wichtiges bzw. sehr wichtiges Problem halten, bleibt die Diagnose häufig ohne Konsequenzen. So berücksichtigen diesen Aspekt nur gut 20 Prozent der Befragten in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen bei der Entscheidung über Investitionen in Schwellenländern, in Hessen tun dies immerhin 67 Prozent und in der Region Norddeutschland 75 Prozent der Unternehmen. Anti-Korruptionsprogramme gibt es nur bei einer Minderheit der Befragten. Die Spanne reicht von neun Prozent der Unternehmen in Mitteldeutschland bis 28 Prozent in Berlin/Brandenburg.

Bestes

... gibt es laut einer aktuellen Studie bei der Deutschen Bank (Retail Banking), UBS Deutschland (Private Banking/Wealth Management), Deutsche Vermögensberatung (Finanzvertrieb) und bei der ING DiBa (Direktbanken).

Empfehlungsmarketing ist der effizienteste Weg der Neukundengewinnung in der Finanzdienstleistungsindustrie. Dies ist eine von vielen Erkenntnissen der großen Marktstudie zum Empfehlungsmarketing in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsindustrie der Unternehmensberatung MC4MS und Klaus-J. Fink. Dazu wurden 239 Personen aus Kundenberatung sowie Marketing & Vertriebssteuerung im Rahmen der Studie im Juni/Juli 2008 umfangreich befragt.

Mit der Studie ist es gelungen, empirisch eine detaillierte und branchenspezifische Analyse des Einsatzes und Nutzen von Empfehlungsmarketing, sowohl bei Finanzvertrieben als auch bei Banken und Versicherungen, zu erheben. Eine Zusammenfassung und Bezugsmöglichkeiten finden Sie in dem folgenden PDF-Dokument.

 **DOWNLOAD**

Empfehlungsmarketing ...



Der Zertifikateberater

DAS MAGAZIN VON FINANZPROFIS FÜR FINANZPROFIS

REGISTRIEREN SIE SICH **HIER** FÜR IHR
KOSTENFREIES PROFI-ABONNEMENT