

Der Fall Hoeneß und die Folgen

Sportvereine werden sich künftig stärker um Compliance kümmern müssen.

► Rechtsexperten erwarten mehr Druck der Sponsoren.

► Beim FC Bayern sind Audi und Adidas betroffen.

Heike Anger
Berlin

Steuersünder Uli Hoeneß hofft derzeit zwar auf eine Bewährungsstrafe. Dennoch muss er um seinen Posten als Aufsichtsratschef der FC Bayern München AG bangen. Denn mit dem Gerichtstermin steigt auch der Druck auf die Sponsoren und FC-Anteilseigner, Schaden vom eigenen Unternehmen abzuwenden. Wie sollen die Beteiligten schließlich glaubhaft machen, selbst stets im Einklang mit Regeln und Gesetzen zu handeln, wenn sie beim Geschäftspartner trotz Fehlverhalten beide Augen zudrücken?

Das ist nur ein Beispiel dafür, dass Sponsoren die Sportvereine künftig zwingen könnten, Compliance-konforme Selbstverpflichtungen oder Richtlinien zu implementieren. Das gilt etwa auch für den Radsport mit Blick auf Doping, also Betrug.

Rechtsexperten gehen davon aus, dass ein entsprechender Kulturwandel einsetzen wird. „Geldgeber können vertraglich auf Compliance-Regeln bei den Sportvereinen pochen, um so das Risiko zu minimieren, dass der eigene Ruf beschädigt wird“, sagt Frank Gutsche, Partner bei der Kanzlei Luther. Noch werde hier häufig mit zweierlei Maß gemessen, bemängelt der Experte für Wirtschaftsrecht. So stellten etwa Automobilhersteller unter Berufung auf die eigenen Complainces-Grundsätze sehr hohe Anforderungen an ihre Beteiligungsunternehmen und Geschäftspartner. Es gebe umfangreiche Kataloge, was Lieferanten, vor allem Mittelständler, alles einhalten müssten.

„Wenn diese Unternehmen sich nun aus Marketing- oder Sponso-

ringzwecken an Sportvereinen in der Rechtsform der Kapitalgesellschaft beteiligen, dann müssen sie an diese, vielleicht nicht rechtlich zwingend, aber jedenfalls in der öffentlichen Wahrnehmung, die gleichen Anforderungen wie an andere Beteiligungsunternehmen stellen“, folgert Gutsche. „Doch das klappt bislang kaum.“

Mirko Haase, Präsident des Berufsverbands der Compliance-Manager (BCM), sieht zwar schon jetzt den Trend, dass die Compliance-Regeln der Sponsoren sich auf die Sportvereine auswirken. „Seit Unternehmen ihre Kunden nur noch in engen Grenzen umschmeicheln dürfen, spielen etwa Freitickets und VIP-Logen eine geringere Rolle“, meint er. Künftig würden Geldgeber aber noch stärker prüfen, mit welchem Sportverein sie Geschäftsbeziehungen eingingen. „So dürften Nebengeschäfte der Vereine wie Merchandising und Betreibergesellschaften genauer unter die Lupe genommen werden“, sagt Haase.

Im Fall Hoeneß, der zu Jahresbeginn eine Selbstanzeige wegen Steuerhinterziehung abgegeben hatte und gegen den seitdem ermittelt wird, stecken vor allem Audi und Adidas in einem Interessenkonflikt. Beide Konzerne halten jeweils 9,1 Prozent der Anteile an der FC Bayern München AG. Doch auch Hauptsponsor Telekom muss sich die nächsten Schritte genau überlegen. Es stelle sich die Frage „nach dem Reputationsrisiko für die Anteilseigner Adidas und Audi sowie für die Sponsoren, wenn sie an den FC Bayern zu laxen Maßstäben mit Blick auf die Compliance anlegen“, meint BCM-Präsident Mirko Haase. Dabei liegen die Dinge doch eigent-

lich klar. So steht in der Imagebrochure zum Thema „Governance, Risk & Compliance“ von Audi: „Wer Entscheidungen im Einklang mit Werten, Regeln und Gesetzen trifft, wendet Schaden von der Marke Audi ab.“ Auch ein integrierter Umgang mit Lieferanten und Geschäftspartnern zahle sich aus, denn große Ziele ließen sich nur erreichen, wenn alle Beteiligten an einem Strang zögen.

Das Unternehmen Adidas predigt den eigenen Mitarbeitern: „Die Beachtung von Gesetz und Recht ist für die Adidas-Gruppe oberstes Gebot.“ Gesetzesverstöße müssten unter allen Umständen vermieden werden. Zwar verfügen die beiden Konzerne beim FC Bayern aufgrund des geringen Anteils über keine direkten Durchgriffsmöglichkeiten. Dennoch hätten der Auto- wie der Sportartikelhersteller die Position, korrektes Verhalten vom Fußballverein einzufordern.

„Sponsoren stehen stark in der Öffentlichkeit“, sagt Rechtsanwalt Gutsche. Es liege also nahe, künftig über Vertragsklauseln klarer zu regeln, dass der Geschäftspartner sich ordentlich benimmt. „Anteilseigner und Geldgeber könnten etwa darauf dringen, dass die Sportvereine Compliance-Beauftragte einsetzen und ein regelmäßiges Audit durchführen“, meint der Experte für Wirtschaftsrecht.