
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
Einleitung	15
1 Sinn und Zweck von Compliance	19
1.1 Rechtliche Compliance-Grundlagen kennenlernen	22
1.1.1 Verbindliche Rechtsgrundlagen (Deutschland)	22
1.1.2 Freiwillige Verpflichtungen (Deutschland)	33
1.1.3 USA	37
1.1.4 United Kingdom	38
2 Compliance im Lichte der Unternehmenskultur	41
2.1 Unternehmenskultur	41
2.2 Compliance ist Veränderungsmanagement	44
2.3 Globale Trends und New Work	45
2.4 Compliance-Kultur als Erfolgsfaktor	48
2.5 Führungsarbeit als Dreh- und Angelpunkt	48
2.5.1 Tone from the Top/Middle/Bottom	49
2.5.2 Führungsverständnis	49
2.5.3 Unternehmensleitbild	54
2.6 Über Werte sprechen	55
2.7 Sinn geben	56
3 Kommunikation und ihre Bedeutung für Compliance	59
4 Compliance als kommunikative Schnittstelle	65
4.1 Interne Interessengruppen	65
4.2 Externe Interessengruppen	66
4.3 Adressaten- und Kundenorientierung	67
5 Kompetenzrad der Compliance-Kommunikation	69
5.1 Fachkompetenz	70
5.2 Methodenkompetenz	71
5.3 Sozialkompetenz	71
6 Der Mensch und sein Verhalten	73
6.1 Wo das Lernen beginnt	73
6.2 Lerntypen und Lernstile	74
6.3 Hirnforschung	76

6.4	Verhaltensökonomie	77
6.4.1	Schmerz vermeiden – Freude erreichen	77
6.4.2	Wiederholen, wiederholen	78
6.4.3	Framing – Informationen strukturieren	78
6.4.4	An ethisches Handeln erinnern	79
6.4.5	Gegenseitigkeitsprinzip – Geben und nehmen	79
6.5	Emotionen	80
6.6	Präventionsparadoxon	82
7	Kommunikationsmodelle	85
7.1	Wir können nicht nicht kommunizieren	86
7.2	Situative Kommunikation als Startpunkt und Wegweiser	89
7.3	Sender-Empfänger-Modell	89
7.3.1	Kritik am Modell von Shannon und Weaver	90
7.3.2	Das Modell von Graumann	91
7.4	Das Eisberg-Modell	93
7.5	Das Riemann-Thomann-Modell	96
7.5.1	Merkmale der vier Grundausrichtungen	96
7.5.2	Alle Typen sind gleich wert	98
7.5.3	Übertragung auf die Kommunikation im Arbeitsalltag	98
7.6	Axiome der Kommunikation	100
7.6.1	Axiom 1: Die Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren	100
7.6.2	Axiom 2: Störung auf dem Gebiet der Inhalts- und Beziehungsebene	104
7.6.3	Axiom 3: Interpunktion von Ereignisfolgen	104
7.6.4	Axiom 4: Fehler in der Übersetzung zwischen analoger und digitaler Kommunikation	105
7.6.5	Axiom 5: Störungen in symmetrischen und komplementären Interaktionen	107
7.7	Das Kommunikationsquadrat von Schulz von Thun	107
7.7.1	Das Modell	108
7.7.2	Gespräch vorbereiten	111
7.7.3	Gespräch durchführen	112
7.7.4	Missverständnisse erkennen	112
7.7.5	Missverständnisse verringern	113
8	Fragetechniken für die Interne Ermittlung	115
8.1	Frageform bestimmt den Gesprächsverlauf	116
8.1.1	Offene Fragen	116
8.1.2	Geschlossene Fragen	118
8.1.3	Exkurs: Pivoting	119

8.2	Ziel der Frageform	121
8.2.1	Informationsfragen	121
8.2.2	Lenkungsfragen	123
8.3	Bewusste Gesprächsführung	125
8.3.1	Das Trichter-Modell	125
8.3.2	Redefluss unterstützen	127
9	Barrieren abbauen	129
9.1	Verbindungen schaffen	129
9.1.1	Rollenverständnis	129
9.1.2	Vertrauen schaffen	130
9.1.3	Von Wärme und Kompetenz	131
9.2	Imagepflege	132
9.2.1	Mehrwert statt Blockierer	132
9.2.2	Compliance als Werbebotschaft	133
9.2.3	Positive Botschaften senden	135
9.3	Zusammenarbeit etablieren	137
9.3.1	Stakeholder-Management	137
9.3.2	Interne Kunden abholen und mitnehmen	138
9.3.3	Verantwortung für Mehrarbeit zuweisen	143
10	Marketing	145
10.1	Strategie	145
10.1.1	Interne vs. Externe Compliance-Kommunikation	145
10.1.2	Expertise der Kommunikationsprofis nutzen	146
10.1.3	Kommunikationskonzept erstellen	146
10.1.4	Zielgruppe	147
10.2	Kennen Sie Ihre USP?	150
10.3	Kreativ und vielfältig	151
10.3.1	Frischer Wind	151
10.3.2	Erweitern Sie Ihren Blick	152
10.3.3	Blick erweitern durch Umfragen	156
10.4	Der Kommunikationsplan	157
10.5	Überzeugend kommunizieren	159
10.5.1	Tonalität	159
10.5.2	Kraftvolle Botschaften	159
10.5.3	Kernbotschaften entwickeln	160
10.5.4	Storytelling	161
10.5.5	Perturbation	167
10.5.6	Humor	168

10.6	Kommunikationsmittel	169
10.6.1	Fallbeispiel	170
10.6.2	Visualisierung	171
10.6.3	Poster, Flyer, Cartoons & Co.	173
10.6.4	Erklärfilm	174
10.6.5	Presseartikel, Zitate, Literatur	174
10.6.6	Quiz, Brettspiel & Co.	175
10.7	Anlässe für persönlichen Austausch	176
10.7.1	Präsenzschulungen	176
10.7.2	Workshops	178
10.7.3	Dezentrale Compliance-Beauftragte	178
10.7.4	Gespräche in Kleingruppen	179
10.7.5	Compliance-Frühstück	180
10.7.6	Netzwerken beim gemeinsamen Mittagessen	181
10.7.7	Betriebsfeste	181
11	Konfliktmanagement: Erkennen, vermeiden, beheben	183
11.1	Konfliktformen und Lösungswege	183
11.2	Woraus entstehen Konflikte?	187
11.2.1	Positionierung von Personen im Raum	187
11.2.2	Keine Übereinstimmung von nonverbaler und verbaler Aussage	190
11.2.3	Subjektive Gründe	191
11.3	Vermeiden von Konflikten, bevor sie entstehen	191
11.4	Konflikte erkennen	194
11.4.1	Verbale Anzeichen	194
11.4.2	Nonverbale Anzeichen	194
11.4.3	Vertrauen sowie Aufmerksamkeit schwinden	195
11.5	Das Kritikgespräch	196
11.5.1	Vorbereitung	197
11.5.2	Gesprächsaufbau	199
12	Deeskalation durch Kommunikationstechniken	203
12.1	Aktives Zuhören	203
12.1.1	Zuhören	204
12.1.2	Verstehen (Paraphrasieren)	205
12.1.3	Verbalisieren	206
12.2	Vorwürfe in Wünsche wandeln	209
12.3	Perspektivwechsel als Mittel der Deeskalation	210
12.4	Gemeinsamkeiten verringern Reibungspunkte	211

13	Sprache nutzen	213
13.1	Verständlich und zielgruppengerecht	213
13.1.1	Pyramidales System für Führungskräfte	214
13.1.2	Praxisbeispiele mit FAQ-Liste für Fachkräfte	216
13.2	Sprach- und Stilregeln	217
13.2.1	Keine Bandwurmsätze	217
13.2.2	Relativsätze an das Satzende	219
13.2.3	Verben nicht subjektivieren	220
13.2.4	Aktiv formulieren	220
13.2.5	Verstärkungsworte weglassen	221
14	Maßnahmen dokumentieren	223
15	Fazit: Nutze Dein Wissen	225
	Literaturverzeichnis	227
	Stichwortverzeichnis	233