

KORRUPTIONSPRÄVENTION  
UND -BEKÄMPFUNG IN KMU

# GESCHENKE UND EINLADUNGEN

Transparency International Schweiz («Transparency Schweiz») ist die Schweizer Sektion von Transparency International, der weltweit führenden Nichtregierungsorganisation im Kampf gegen die Korruption. Transparency Schweiz engagiert sich für die Prävention und Bekämpfung von Korruption und Geldwäscherei in der Schweiz und in den Geschäftsbeziehungen von Schweizer Akteuren mit dem Ausland. Transparency Schweiz leistet Sensibilisierungs- und Advocacy-Arbeit, erarbeitet Berichte und Arbeitsinstrumente, fördert den Austausch unter spezifischen Interessengruppen, arbeitet mit anderen Institutionen zusammen und nimmt Stellung zu aktuellen Vorkommnissen.

[www.transparency.ch](http://www.transparency.ch)

KORRUPTIONSPRÄVENTION  
UND -BEKÄMPFUNG IN KMU

# **GESCHENKE UND EINLADUNGEN**

# Inhalt

<b>Herausforderung und Chance</b>	<b>1</b>
<b>Das Wichtigste in Kürze</b>	<b>2</b>
<b>Der rechtliche Rahmen</b>	<b>3</b>
Korruption im Schweizer Strafrecht	3
Geschenke und Einladungen als (mögliches) Korruptionsdelikt	3
Regelungen im Ausland	4
<b>Die Umsetzung im Unternehmen</b>	<b>6</b>
Vorbeugend aktiv werden	6
Unternehmenskultur und Vorbildfunktion	6
Richtlinie «Geschenke und Einladungen»	6
Einbezug der Geschäftspartner	10
Umsetzung und Kontrolle	10
Kommunikation und Schulung	10
<b>Checkliste für Mitarbeitende</b>	<b>11</b>
<b>Richtlinien-Beispiele aus der Praxis</b>	<b>12</b>
<b>Weiterführende Informationen</b>	<b>14</b>

# Herausforderung und Chance

Die Schachtel Praliné als kleine Aufmerksamkeit, der offerierte Business-Lunch oder die Einladung zum Firmenanlass: Einladungen und Geschenke aus Höflichkeit sind im Alltag von Unternehmen weit verbreitet. Sie gelten vielerorts als nach wie vor wichtig für die Beziehungspflege zu Kunden, Geschäftspartnern und Behörden.

Doch was ist geschäftlich angebracht? Was ist heute noch erlaubt, und wann ist die Schwelle überschritten zum ungebührlichen Beeinflussungsversuch oder gar zur strafrechtlichen Korruption?

Für Unternehmen kann die Herausforderung mitunter gross sein, stets geschäftsethisch und rechtlich korrekt mit solchen Zuwendungen umzugehen. Denn die meisten Gesetze im In- und Ausland sehen keine klaren Grenzziehungen vor. Auch sind exportorientierte Firmen rasch mit unterschiedlichen Gesetzen, Gebräuchen und Erwartungen vor Ort konfrontiert. Gerade für Schweizer KMU sind zudem enge, informelle Kontakte zu lokalen Geschäftspartnern und Behörden oftmals wichtiger Teil des Geschäftsalltags, freundschaftliche oder gar verwandtschaftliche Beziehungen keine Seltenheit.

Der vorliegende Leitfaden zeigt auf, welche Massnahmen jedes Unternehmen effizient und wirkungsvoll ergreifen kann, um verantwortungsvoll und vorbildlich zu handeln. So stellt der umsichtige Umgang

mit Geschenken und Einladungen für das KMU nicht ein Risiko dar, sondern eine Chance: Das Unternehmen schützt seine Mitarbeitenden vor Korruptionsvorwürfen oder gar Strafverfolgungen. Es stärkt aber auch die integre Betriebskultur, den guten Ruf bei Kunden, Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Behörden und damit auch seine Wettbewerbsposition.

Dieser Leitfaden ergänzt den umfassenden KMU-Ratgeber *Korruptionsprävention und -bekämpfung* und die dazugehörige *Checkliste zur Selbstevaluation*. Diese Publikationen können ebenso wie der themenspezifische Leitfaden *Umgang mit Whistleblowing* bei der Geschäftsstelle von Transparency Schweiz bestellt werden und stehen auch online auf [www.transparency.ch](http://www.transparency.ch) zur Verfügung.

## Info: Was ist Korruption?

Korruption ist der Missbrauch von anvertrauter Macht zu privatem Nutzen. Dies ist namentlich dann der Fall, wenn eine Person einer anderen einen ungerechtfertigten Vorteil vergibt oder auch nur verspricht.

Als möglicher korruptionsrelevanter «Vorteil» gilt alles, was die Situation der Empfängerin bzw. des

Empfängers oder einer anderen Person (z.B. Verwandte) verbessert. Geschenke, Bewirtungen und Einladungen fallen damit ebenso darunter wie andere Zuwendungen, beispielsweise übernommene Reise- und Übernachtungskosten, Gratis-Billette für Veranstaltungen oder offerierte Dienstleistungen.

## Das Wichtigste in Kürze

- Ein umsichtiger und auf klaren Regeln gestützter Umgang mit Geschenken, Einladungen und ähnlichen Zuwendungen stärkt die Integrität und Attraktivität des Unternehmens und schützt vor strafrechtlichen Folgen, finanziellen Verlusten und Reputationsschäden.
- Zuwendungen können für den Aufbau und die Pflege von Geschäftsbeziehungen wichtig und legitim sein, bergen aber oftmals ein Korruptionsrisiko.
- Zuwendungen dürfen nie zu einer Beeinflussung eines Geschäftsentscheids führen oder einen solchen Anschein erwecken. Es muss ihnen stets eine geschäftsbasierte, legitime Absicht zu Grunde liegen.
- Massgebend für die Rechtmässigkeit sind die Gesetzgebungen in der Schweiz und vor Ort (Ausland), aber auch die internen Regeln der Beteiligten.
- In der Schweiz sind Zuwendungen grundsätzlich nur rechtmässig, wenn sie vertraglich ausdrücklich erlaubt oder geringfügig und sozial üblich sind. Massgebend für die Beurteilung sind die Gesamtumstände des Einzelfalls.
- Zuwendungen an Amtspersonen sind besonders risikobelastet. Sie können je nach Situation, Land oder Behörde vollumfänglich verboten sein. Sie sind – falls überhaupt – nur mit grosser Zurückhaltung in Erwägung zu ziehen.
- Für den Geschäftsalltag sollte jedes KMU klare und verbindliche Regeln schaffen. Wertgrenzen geben den Mitarbeitenden Orientierung und sind zu empfehlen.
- Selbst detaillierte Regeln bieten keinen absoluten Schutz vor Strafbarkeit oder Reputationsschäden. Ebenso entscheidend ist, dass eine Kultur der Integrität und Null-Toleranz gegenüber Korruption gelebt wird und die Mitarbeitenden sensibilisiert und befähigt werden, auch in Grenzsituationen die richtige Entscheidung zu treffen.

# Der rechtliche Rahmen

## Korruption im Strafrecht

Gemäss Strafgesetzbuch wird in der Schweiz Korruption dann als strafbares Delikt erfasst, wenn jemand einer anderen Person einen unerlaubten Vorteil vergibt oder anbietet. Somit genügt für die Strafbarkeit auch bereits ein ungebührliches Angebot (ohne dass es angenommen wird).

Bei der Bestechung erfolgt dies im Hinblick auf eine konkrete Gegenleistung; Bestechung ist sowohl gegenüber Amtspersonen als auch unter Privaten strafbar. Doch auch ohne Gegenleistung kann das Offerieren eines Vorteils an eine Schweizer Amtsperson strafbar sein, nämlich wenn dies im Hinblick auf die zukünftige Amtsführung erfolgt (Vorteilsgewährung): Typisch hierfür ist die «Klimapflege» oder das «Anfüttern»: Ohne eine direkte Gegenleistung einzufordern, soll beispielsweise die Gemeinderätin oder der Kantonsangestellte mit übermässigen Einladungen zukünftigen Projekten wohlgesonnen sein und entsprechend handeln.

Korruption ist für alle Beteiligten strafbar – d.h. für die korrupt handelnden Personen, aber grundsätzlich auch für das involvierte Unternehmen selbst.

## Geschenke und Einladungen als (mögliches) Korruptionsdelikt

Als korruptionsrelevanter «Vorteil» im Schweizer Strafrecht gilt alles, was die Situation des Empfängers bzw. der Empfängerin oder einer anderen Person (z.B. Verwandte) verbessert. Damit sind selbstredend auch Zuwendungen wie Geschenke, Einladungen und ähnliche Vorteile erfasst: das offerierte Mittagessen, ein Jubiläums-Geschenk, die Einladung zur Veranstaltung oder Geschäftsreise, aber auch vergünstigte Produkte und Dienstleistungen oder Spenden und Sponsoring. Strafrechtlich im Vordergrund steht die Frage, ob der konkrete Vorteil

eine ungebührliche Beeinflussung oder gar Befangenheit hervorrufen kann. Keine Rolle spielen das Wertverhältnis zwischen dem Vorteil und der (erhofften) Gegenleistung oder die finanziellen Verhältnisse der bevorzugten Person.

Zulässig sind Geschenke, Einladungen und ähnliche Vorteile gemäss Strafgesetz grundsätzlich nur in zwei Fällen:

- wenn sie vertraglich oder dienstrechtlich ausdrücklich erlaubt sind;
- wenn sie sich im geringfügigen und sozial üblichen Rahmen halten.

**Vertraglich oder dienstrechtlich erlaubt** – Ein Unternehmen oder eine Behörde kann intern verbindlich festlegen, welche Geschenke, Einladungen und weiteren Vorteile angenommen und angeboten werden dürfen (z.B. in einer Richtlinie für die Mitarbeitenden oder einer Vertragsklausel mit dem beauftragten Partner). Ebenso zulässig sind die im Geschäftsalltag bei einem Vertragsabschluss oftmals gewährten Vorteile (z.B. branchenübliche Rabatte, Treueprämien), die jedoch grundsätzlich dem Unternehmen (und nicht den Mitarbeitenden persönlich) zugutekommen müssen.

**Aus der Praxis** – Der Verhaltenskodex für die Bundesverwaltung hält fest, dass Bundesangestellte im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit einzig geringfügige und sozial übliche Vorteile annehmen dürfen. Diese dürfen höchstens einen Marktwert von 200 Franken aufweisen.

Aber auch geringfügige und sozial übliche Vorteile dürfen nicht angenommen werden, wenn Bundesangestellte an Beschaffungs- oder Entscheidungsprozessen beteiligt sind und diese Vorteile im Zusammenhang mit diesen Prozessen angeboten werden.

**Geringfügige, sozial übliche Vorteile** – Gemäss Strafgesetzbuch dürfen ein Geschenk, eine Einladung oder ähnliche Vorteile dann angeboten oder angenommen werden, wenn diese «geringfügig und sozial üblich» sind. Das Gesetz sagt allerdings nicht, wo genau die Grenze liegt oder bis zu welchem Wert ein Vorteil straffrei bleibt.

Massgebend ist stets die Gesamtbeurteilung des konkreten Einzelfalls: Während der kleine Weihnachts-Geschenkkorb des Bauunternehmens an seine lokale Kundschaft in der Regel kaum problematisch ist, ist dies wesentlich heikler, wenn das gleiche Präsent an das Gemeindeamt geht, das über Bauaufträge und -bewilligungen entscheidet.

Es liegt in der Natur der Sache, dass die Abgrenzung im Geschäftsalltag je nach Situation schwierig sein kann. Zum Vornherein unbedenklich sind Zuwendungen im absoluten Bagatellbereich, wie der offerierte Kaffee bei einer Besprechung, die typischen standardisierten Werbe- und Geschenkartikel (Taschenagenda, Memory-Stick und ähnliches) oder im Allgemeinen auch die klassische Flasche Wein zum Firmenjubiläum (sofern aus dem unteren Preissegment).

Geringfügige Vorteile werden allerdings dann strafrechtlich relevant, wenn sie nicht als «sozial üblich» gelten. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn damit ein Bestechungsziel verfolgt wird. Bagatell-Zuwendungen können überdies auch dann strafbar werden, wenn sie systematisch und mit hoher Kadenz ausgerichtet werden (siehe dazu das untenstehende Beispiel).

**Aus der Praxis** – Im Rahmen eines länger dauernden Informatikprojekts des Bundes pflegte ein IT-Unternehmer einen engen Austausch mit dem Chefbeamten, der für die Vergabe der einzelnen Aufträge verantwortlich war. So traf er sich mit ihm regelmässig u.a. zum typischen «Business-Lunch» in Restaurants der mittleren Preisklasse. Insgesamt kam es so in knapp zwei Jahren zu 15 nachweisbaren Einladungen.

Das Bundestrafgericht befand, dass solche Zuwendungen die Regeln der höflichen Aufmerksamkeit und der Verkehrssitte übersteigen und somit nicht mehr «sozial üblich» sind. Der Unternehmer wurde wegen mehrfacher Vorteils-gewährung schuldig gesprochen.

## Regelungen im Ausland

Gerade für exportorientierte KMU sind vielfach auch Gesetze im Ausland massgebend, zum Beispiel bei einem ausländischen Geschäftspartner oder wenn das Unternehmen direkt oder über Agenten oder andere Vertreter vor Ort tätig ist. Doch selbst wenn dies nicht der Fall ist, kann ausländisches Recht relevant werden, da beispielsweise die USA oder Grossbritannien ihre Anti-Korruptionsgesetze relativ rasch auch auf Vorfälle ausserhalb ihrer Landesgrenzen anwenden.

Für den Umgang mit Geschenken und Einladungen weisen die Gesetze in wichtigen KMU-Exportmärkten wie Deutschland, Frankreich, USA oder Grossbritannien im Grossen und Ganzen ähnliche Regelungen auf wie in der Schweiz. Strafrechtliche Grenzwerte oder umfassende Verbote bestehen keine, es wird auch hier in der Regel auf eine Gesamtbetrachtung des Einzelfalls abgestellt. Je nach Land und den konkreten Umständen sind die Rechts- und Geschäftspraxis eher restriktiver, vor allem bei Zuwendungen für Amtspersonen.

**Deutschland** – Die Zulässigkeit von Zuwendungen bestimmt sich nach den Korruptionsbestimmungen im deutschen Strafgesetzbuch und der diesbezüglichen Gerichtspraxis. Bestechung ist ebenso verboten wie Vorteilsannahme und -gewährung bei Amtspersonen und im Geschäftsverkehr. Wann die Schwelle zur Strafbarkeit überschritten ist, bestimmt sich wie in der Schweiz im Rahmen einer Gesamtschau, bei der insbesondere Kriterien wie Wert der Zuwendung, soziale Angemessenheit, Zeitpunkt und Häufigkeit herbeigezogen werden.

Gesetzliche Wertgrenzen bestehen keine, doch haben viele Unternehmen interne Richtlinien hierzu erlassen. Oft anzutreffen ist eine Schwelle von 35 Euro, ab der Mitarbeitende Geschenke oder Einladungen nur noch mit ausdrücklicher Bewilligung ihrer Vorgesetzten annehmen oder offerieren dürfen. Deutschen Bundesbeamten ist als Grundregel die Annahme von selbst geringfügigen Aufmerksamkeiten ab einem Wert von 25 Euro verboten.

**Frankreich** – Mit der *Loi Sapin 2* verfügt Frankreich über ein detailliertes Anti-Korruptionsgesetz. Dieses gilt direkt zwar nur für grössere Unternehmen (ab 500 Mitarbeitende und € 100 Mio. Umsatz). Es wird aber auch kleineren Firmen empfohlen, sich nach den Sapin-Regeln zu richten, um bei einem Strafprozess eine Korruptions-Verurteilung möglichst zu ver-

meiden. Dazu gehört auch die Empfehlung der französischen Anti-Korruptionsbehörde, firmenintern verbindliche Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen festzulegen.

Ab wann genau die Schwelle zur verbotenen, korruptionsrelevanten Einflussnahme überschritten ist, legen weder das Gesetz noch behördliche Empfehlungen fest. Die firmeninternen Wertgrenzen sind unterschiedlich, bewegen sich vielfach in einer Spanne von 60 bis 200 Euro. Um jeglichen Anschein von Korruptionsabsichten vorzubeugen, sollten sich die Zuwendungen sowohl in deren Wert als auch Art bzw. Beschaffenheit stets im bloss symbolischen Rahmen bewegen.

**Vereinigte Staaten** – Das Anti-Korruptionsgesetz *US Foreign Corrupt Practices Act* ist ebenfalls bereits bei geringfügigen US-Berührungspunkten auf Schweizer Unternehmen anwendbar (z.B. bei einer Transaktion in US-Dollar). Auch hier sind Geschenke und Einladungen weder durch einen bestimmten Betrag limitiert noch per se verboten, solange damit keine korrupten Absichten verbunden sind. In Spezialvorschriften von Bundesbehörden oder in Gliedstaaten können aber vor allem Zuwendungen an Amtspersonen verboten oder stark begrenzt sein (z.B. 20 US-Dollar im Justizdepartement). Zudem drohen bei Korruptionsverstössen hohe Bussen und Verfahrenskosten.

Unternehmensinterne Schwellenwerte variieren stark. Gemäss einer Erhebung unter den 500 grössten US-Unternehmen liegt bei der überwiegenden Mehrheit der Grenzwert für Geschenke bei 100 US-Dollar oder tiefer.

**Grossbritannien** – Der *UK Bribery Act* hat Auswirkungen über die britischen Landesgrenzen hinaus und erfasst weltweit korruptes Verhalten von Unternehmen und Personen bereits dann, wenn sie in einem «engen Bezug» zum Vereinigten Königreich stehen (beispielsweise über einen britischen Geschäftspartner). Geschenke und Einladungen im Geschäftsumfeld sind zwar erlaubt, doch müssen sie sich generell in einem vernünftigen und verhältnismässigen Rahmen bewegen; in keinem Fall darf damit eine Bestechungsabsicht verfolgt werden.

Die in Unternehmen vielerorts üblichen Wertgrenzen sind unterschiedlich. Sie berücksichtigen aber meist den Umstand, dass bei britischen Behörden die Schwellen für noch annehmbare Zuwendungen relativ tief sind (bspw. im Finanzdepartement maximal 10 Pfund für Geschenke).

**Aus der Praxis** – Während Jahren führten US-Behörden ein Korruptionsverfahren gegen ein Schweizer Grossunternehmen. Im Fokus stand unter anderem die langjährige Praxis der Firma, mit Blick auf die Absatzsteigerung ihrer Produkte ausgewählte Geschäftspartner einzuladen zu Gourmet-Essen, Fachkongressen, speziellen Veranstaltungen und Ausflügen, dies oftmals bei vollständiger Übernahme aller Kosten.

Im Sommer 2020 wurde das Verfahren in den USA abgeschlossen. Das Schweizer Unternehmen zahlte dabei einen Betrag in der Höhe von mehreren hundert Millionen US-Dollar.

# Die Umsetzung im Unternehmen

## Vorbeugend aktiv werden

Wann die Schwelle von der legitimen Beziehungspflege zur Strafbarkeit überschritten wird, legen das Schweizer Strafgesetzbuch und meistens auch die Gesetze anderer Länder nur generell fest. Untersuchungsbehörden und Gerichte entscheiden auf Grund der konkreten Umstände des Einzelfalls. Für KMU bleibt somit der korrekte Umgang mit Geschenken und Einladungen im Geschäftsalltag stets mit gewissen Unsicherheiten behaftet.

Umso wichtiger ist es, dass sich das Unternehmen mit dem Thema vertieft auseinandersetzt, bevor es zu heiklen Situationen kommt, die strafrechtlich relevant sind oder das KMU sonstwie schädigen. Unabhängig von der tatsächlichen Strafbarkeit ist deshalb bei jeder Zuwendung zu vermeiden, dass nur schon der Anschein einer unredlichen Beeinflussung entstehen kann – sowohl aus dem Blickwinkel der Direktbeteiligten als auch von Aussenstehenden (wie Konkurrenten, Öffentlichkeit, Behörden).

Gestützt auf Empfehlungen von Behörden, internationalen Branchen- und Normierungsorganisationen sowie NGOs wie Transparency International haben sich die nachfolgenden bewährten Prinzipien und Kriterien entwickelt, wie Unternehmen rechtmässig und verantwortungsvoll mit solchen Zuwendungen umgehen können («Best Practice»).

## Unternehmenskultur und Vorbildfunktion

Das Wichtigste vorab: Um einen umsichtigen, verantwortungsvollen und stets legalen Umgang mit Geschenken und Einladungen pflegen zu können, muss jedes KMU seine Unternehmenskultur konsequent entsprechend ausrichten.

In der Verantwortung stehen hier in erster Linie die Unternehmensleitung und Führungspersonen: Sie

sind es, die mit dem eigenen Verhalten die strikte Null-Toleranz gegenüber jeglichem Anschein von Korruption konsequent vorleben («tone from the top»). Dies gilt beim Umgang mit Geschenken und Einladungen besonders, da Führungskräfte gegenüber Aussen hierzu tendenziell exponierter sind und ihr diesbezügliches Verhalten auch intern von der Belegschaft wahrgenommen und diskutiert wird.

## Richtlinie «Geschenke und Einladungen»

Damit Unternehmen die massgebenden Gesetze und Best-Practice-Kriterien in der Praxis umsetzen und sie sich selbst auch vor allfälligen strafrechtlichen Konsequenzen schützen können, sollten sie schriftlich Regeln und Verfahren festlegen. Kleine Unternehmen können diese beispielsweise in ihrem allgemeinen Ethik- oder Verhaltenskodex integrieren. Generell empfiehlt es sich aber, das Thema detailliert zu regeln, sei es als Teil einer generellen Anti-Korruptions-Richtlinie oder mit einer speziellen Weisung. Wichtig ist, dass die Vorgaben für alle Mitarbeitenden (einschliesslich Geschäftsleitung und Verwaltungsrat) rechtlich verbindlich sind.

Mit der Richtlinie werden die Mitarbeitenden für das Thema sensibilisiert sowie die Regeln, Entscheidungskriterien und -prozesse festgelegt. Zu empfehlen ist, die Richtlinie zu ergänzen durch Praxisbeispiele und weitere Instrumente, die den Mitarbeitenden die Anwendung und Orientierung erleichtern, wie beispielsweise eine Kategorisierung der Zuwendungen durch eine Checkliste (siehe Seite 11) oder ein «Ampelsystem» (nebenstehende Seite).

Die Richtlinie sollte auf das eigene Geschäft und dabei insbesondere auf die eigenen, konkreten Risiken im Umgang mit Geschenken und Einladungen zugeschnitten und fokussiert sein. Typischerweise sollte die Richtlinie die nachfolgenden Aspekte abdecken.

## Info: Die Ampel als Orientierung

Um im Geschäftsalltag die *Best-Practice*-Kriterien zu konkretisieren, wenden Unternehmen in ihren internen Richtlinien vielfach ein «Ampel»- oder «Flaggen»-System an. So werden die Abgrenzungskriterien und die korrekte Vorgehensweise für die Mitarbeitenden leicht verständlich und praxisnah anwendbar.

### Grün («green flag»)

Zuwendungen unterhalb der internen Betragsgrenzen, über die Mitarbeitende in der Regel in eigener Kompetenz entscheiden können (d.h. ohne ausdrückliche Genehmigung durch Vorgesetzte, Compliance-Verantwortliche oder Geschäftsleitung) – wie z.B.:

- kleine, nicht personalisierte Werbegeschenke;
- sozial übliche, symbolhafte Höflichkeitspräsentate;
- Einladungen zum Kaffee, einfaches / angemessenes Geschäftsessen (Lunch);
- Anlässe mit ausschliesslich geschäftlichem Charakter wie bspw. Produktpräsentationen.

### Gelb («yellow flag»)

Zuwendungen, für die eine ausdrückliche und dokumentierte Genehmigung notwendig ist – wie z.B.:

- Zuwendungen ohne ersichtlichen Geschäftsbezug;
- Anlässe mit Unterhaltungscharakter;
- Anlässe mit privater Begleitung;
- Einladungen für Amtspersonen;
- Reise- oder Übernachtungskosten;
- Referentenspesen/-honorare;
- karitative oder politische Spenden; Sponsoring-Engagements;
- aus anderen Gründen potenziell heikle Zuwendungen (z.B. Zeitpunkt, Häufigkeit, Reputation oder Motiv der Beteiligten usw.).

### Rot («red flag»)

Zuwendungen, die unzulässig sind. Entsprechende Angebote sind zurückzuweisen und intern zu dokumentieren – wie z.B.:

- ausdrücklich verbotene Zuwendungen (Gesetz, interne Regeln Geber / Empfänger);
- Zuwendungen mit dem Zweck der Entscheidungs-Beeinflussung (oder einen diesbezüglichen Anschein erweckend);
- Zuwendungen mit direktem Bezug zu einer Gegenleistung;
- Geschenke an Amtspersonen (ausser Bagatell-Geschenke); Zuwendungen an ihnen nahestehende Personen / Organisationen;
- höherwertige Einladungen an Amtspersonen;
- Reise- oder Übernachtungskosten für Amtspersonen;
- intransparente Zuwendungen (z.B. Versand an Privatadresse);
- vom Gegenüber konkret angeforderte Zuwendungen;
- Geld- und geldähnliche Geschenke (z.B. Gutscheine);
- Luxusgeschenke, extravagante oder unangemessene Einladungen / Lokalitäten;
- persönliche Auslagen der Eingeladenen;
- Reise-/Übernachtungskosten und Geschenke für private Begleitpersonen.

**Grundsatz** – Geschenke und Einladungen müssen stets gemäss Schweizer Recht und den (ausländischen) lokalen Vorschriften zulässig sein. Falls die unternehmensinternen Vorgaben strikter sind, sollen diese massgebend sein.

Eine Zuwendung muss stets mit einer sachgerechten, legitimen Absicht erfolgen. Dies ist typischerweise der Fall, wenn mit der Zuwendung, wie beispielsweise einer geringfügigen Lunch-Einladung, einzig eine symbolische Geste der Höflichkeit, Dankbarkeit oder Wertschätzung im professionellen Kontext bezweckt wird.

Jeglicher Ansatz von Unredlichkeit ist zum Vornher ein zu vermeiden. Zuwendungen dürfen insbesondere nicht eingesetzt werden, um eine Gegenleistung einzufordern, einen Entscheidungsprozess zu beeinflussen oder eine Entscheidung gar nachträglich 'zu verdanken'. Ebenso unstatthaft sind intransparente oder indirekte Einflussnahmen (z.B. Geschenkversand an die Privatadresse, Zuwendungen an Verwandte oder nahestehende Organisationen des Geschäftspartners).

**Aus der Praxis** – Die für den Einkauf zuständige KMU-Mitarbeiterin erhält kurz vor Weihnachten einen edlen Wein nach Hause zugestellt. Beigefügt sind auch zwei Konzertбилlette. Absender ist ein wichtiger Lieferant, der ihr und ihrem Gatten frohe Festtage wünscht und sich «für die tolle Zusammenarbeit auch in Zukunft» bedankt.

Die Mitarbeiterin bringt das Paket ins Geschäft. Der Geschäftsführer und sie beschliessen, das Geschenk zu retournieren. Beide sind zurecht der Ansicht, dass das Geschenk in Wert und Art der Zustellung ungebührlich ist. Vor allem hegen sie Zweifel bezüglich der Absicht, die der Lieferant mit diesem «privat» versandten Geschenk tatsächlich verfolgte.

**Regelungsgegenstand** – Es sollte klargestellt werden, welche Art von Zuwendungen und ähnlichen Vorteilen mit der Richtlinie geregelt werden. Insbesondere sollen sich Mitarbeitende bewusst sein, dass nicht nur eigentliche Sachgeschenke und Einladungen risikobehaftet sein können und deshalb von den Regeln erfasst sind, sondern auch andere Vorteile wie Gratis-Tickets oder beispielsweise privilegierte oder vergünstigte Zugangsmöglichkeiten zu Anlässen, Dienstleistungen oder Produkten.

**Aus der Praxis** – Das Technologie-KMU ist auch in Ländern mit erhöhten Korruptionsrisiken tätig und verfügt über eine umfassende «Richtlinie gegen Korruption». Darin ist auch der Umgang mit Geschenken, Einladungen usw. geregelt. Dazu hält die Richtlinie fest:

«Als Zuwendungen gelten alle Geschenke, Einladungen, Bewirtungen und andere Vorteile, die für eine Person einen direkten oder indirekten finanziellen, persönlichen oder sonstigen Vorteil bedeuten. Geschenke können insbesondere Naturalien sein, Geldleistungen, Gutscheine oder Vergünstigungen.»

**Geschäftskontext** – Der geschäftsnahe Kontext des Geschenks bzw. der Einladung sollte klar erkennbar sein. Je geringer der geschäftliche Bezug der Zuwendung ist (z.B. bei einer Unterhaltungsveranstaltung), desto eher ist darauf zu verzichten.

Stets heikel bzw. grundsätzlich unstatthaft sind deshalb insbesondere Geschenke und Einladungen für private Begleitpersonen. Gleiches gilt für die Übernahme von Reise- und Übernachtungskosten von Geschäftspartnern. Eine allfällige Kostenübernahme (oder -beteiligung) muss deshalb stets auf einer vertraglichen Grundlage beruhen und strikt auf den geschäftlichen Kontext solcher Spesen begrenzt sein (z.B. im Rahmen einer Schulung, ohne private oder freizeitliche Auslagen der Eingeladenen).

**Aus der Praxis** – Für die Mitarbeitenden eines neuen ausländischen Kunden organisiert der Hersteller von Spezialmaschinen eine dreitägige Schulung an seinem Produktionsstandort in der Schweiz. Das KMU übernimmt dabei die Auslagen für Kost und Logie vor Ort, so wie dies im Verkaufsvertrag vereinbart wurde. Nun fragt der Kunde, ob das KMU für die Gruppe auch ein Wochenendprogramm organisieren kann.

Während die Beherbergung für die Schulungszeit vertraglich vereinbart ist und in einem direkten Bezug zum Geschäft steht, ist dies für das gewünschte Freizeitprogramm nicht mehr der Fall. Eine gewisse logistische Unterstützung (z.B. Transport-Organisation) wäre allenfalls noch denkbar, eine Kostenübernahme jedoch klar unangemessen.

**Wert und Zeitpunkt** – Je höher der Wert von Geschenken und Einladungen ist, desto kritischer sind sie. Sicherheitshalber sollten deshalb bloss Geschenke und Einladungen mit klarem Bagatellwert ausgerichtet und angenommen werden. Allfällige höherwertige Geschenke und Einladungen sollten nur mit grösster Zurückhaltung toleriert werden und nur dann, wenn sie nicht an Amtspersonen gerichtet sind. Massgebend für die Wertigkeit ist der Marktwert (und nicht z.B. die Selbstkosten für das offerierende Unternehmen).

Sehr zu empfehlen und in Unternehmensrichtlinien mittlerweile weit verbreitet sind konkrete Angaben zu Beträgen und Häufigkeit von Zuwendungen (siehe dazu die Info-Box unten). Derartige Vorgaben bieten den Mitarbeitenden Orientierung und schaffen mehr Klarheit für alle Beteiligten, auch für Aussenstehende. Sie dürfen aber nicht zu starr und als allein massgebendes Kriterium beigezogen werden, da Betragsgrenzen auch umgangen werden können oder bei Zuwendungen mit hohem immateriellem Wert wirkungslos sind. Wichtig ist deshalb ebenso, dass unternehmensintern in jedem Fall sichergestellt wird, dass bei Zuwendungen ab einem bestimmten Betrag oder mit erhöhten Risiken weitere Personen einbezogen werden (z.B. Vorgesetzte, Geschäftsleitung).

Exklusive Zuwendungen, unangemessene Momente oder kritische Zeiträume sind zu vermeiden. Besonders heikel sind anstehende Geschäftsabschlüsse oder Vertragsverhandlungen ebenso wie laufende oder bevorstehende Ausschreibungen, Bewilligungsverfahren und politische Geschäfte. Vor allem Geschenke sind dann tabu. Auch auf Einladungen

**Aus der Praxis** – Der mittelständische Büro- und Schulmöbelhersteller begeht sein 100-Jahr-Jubiläum. Die Inhaberin plant für die wichtigsten Geschäftspartner ein exklusives Gala-Diner. Sie hegt aber Bedenken, da zu den wichtigen Kunden auch Gemeindeverwaltungen und die kantonale Schulbehörde gehören. Zudem bewirbt sich die Firma gerade um einen Auftrag für die Möblierung eines neuen Schulhauses in der Nachbargemeinde.

Die eingeholte Rechtsauskunft bestätigt diese Bedenken. Das KMU beschliesst, anstelle des Abendessens für die exklusive Gästegruppe nun einen grossen Apéro-Riche-Empfang durchzuführen. Durch den wesentlich geringeren Wert der Einladung für jeden Gast und dem erweiterten Teilnehmerkreis ist so auch die Einladung von Amtspersonen eher möglich.

sollte verzichtet werden. Falls dies nicht vermeidbar ist (z.B. bei einer grösseren eigenen Veranstaltung), sind die Einladungen restriktiv zu handhaben und einer besonderen internen Kontrolle zu unterstellen.

Geschenke und Einladungen sind auf sporadische Gelegenheiten zu beschränken. Häufige und einseitige Zuwendungen sollten vermieden werden, selbst wenn sie im geringfügigen Bereich bleiben: Sie bergen die Gefahr, interne Wertgrenzen zu umgehen und werden strafrechtlich relevant, wenn sie gezielt und systematisch erfolgen (siehe das Beispiel aus der Praxis auf Seite 4).

### **Info: Schwellenwerte und Wertgrenzen**

Schwellenwerte und Wertgrenzen für Geschenke und Einladungen sind in den Richtlinien von Unternehmen und Behörden zusehends üblich. So kann beispielsweise mit Schwellenwerten festgehalten werden, dass eine Zuwendung ab einem bestimmten Sachwert durch die Vorgesetzte bzw. den Vorgesetzten explizit bewilligt werden muss, bevor Mitarbeitende diese annehmen oder offerieren dürfen. Mit maximalen Wertgrenzen wird bestimmt, welchen Wert eine einzelne Zuwendung in keinem Fall überschreiten darf. Ebenso sollte die Anzahl von erlaubten Zuwendungen an die gleiche Person (oder auch Behörde, Firma, Abteilung etc.) in einem bestimmten Zeitraum festgelegt werden (z.B.

nicht mehr als zwei Einladungen pro Jahr an die gleiche Person im Gesamtwert von CHF 100.-). Eine stichprobenbasierte Umfrage bei rund 20 Firmen zeigt, dass Unternehmen in der Schweiz zwar mittlerweile vermehrt mit Richtwerten für bewilligungspflichtige Geschenke arbeiten (oft ab 100-200 Franken). Hingegen fehlen fast überall Wertgrenzen, die in keinem Fall überschritten werden dürfen, ebenso wie generelle Zuwendungsverbote für Amtspersonen. Doch auch bloss tiefere Schwellenwerte für Amtspersonen scheinen noch nicht die Regel zu sein, was angesichts der potenziellen Gefahr der Strafbarkeit von Amtsträger-Zuwendungen im In- und Ausland heikel ist.

**Melde- und Genehmigungsprozesse** – Es sollte festgelegt werden, wer innerhalb des KMU für die Ausrichtung und Annahme von Geschenken und Einladungen zuständig ist. Etabliert hat sich dafür die Orientierung an Schwellenwerten, d.h. dass Zuwendungen ab einem bestimmten Betrag intern von der vorgesetzten Stelle oder je nachdem von der Geschäftsführung zu genehmigen sind (siehe dazu vorne Seite 9).

**Transparenz und Dokumentation** – Geschenke und Einladungen haben stets offen und transparent zu erfolgen (z.B. Präsent-Übergabe an der Veranstaltung, Einladung an die Geschäftsadresse). Dazu gehört auch, bei einer Einladung alle fachlichen und sozialen Elemente des Anlasses aufzuführen.

Zuwendungen sind konsequent und aussagekräftig mit Belegen zu dokumentieren und als solche intern klar auszuweisen. Dies gilt grundsätzlich auch für geringfügige Zuwendungen unterhalb der Wertgrenze (ausser unbedeutende Auslagen wie bspw. eine Kaffee-Einladung), damit allfällige kritische Häufungen oder Umgehungen entdeckt bzw. zum Vornher ein vermieden werden können.

Je nach Grösse des KMU empfiehlt es sich, ein spezielles Register zu führen. Dies lässt sich meist mit wenig Aufwand und kostengünstig realisieren (bspw. mit einem abteilungsspezifischen Excel-Dokument).

**Konsequenzen bei Verstössen** – Verstösse gegen die interne Richtlinie sollten konsequent geahndet werden, nach einem klar geregelten Vorgehen und im Rahmen der festgelegten Konsequenzen für die fehlbaren Mitarbeitenden.

**Interne Ansprechperson zum Thema** – Es sollte eine interne Ansprechperson zum Thema bezeichnet werden, die etwa Fragen beantworten und über die korrekte Praxis im Umgang mit Geschenken und Einladungen wachen kann.

## Einbezug der Geschäftspartner

Agenten, Vermittler und andere Partner, die im Namen oder im Auftrag des KMU handeln, sollten die Unternehmensrichtlinie kennen und sie ebenfalls einhalten (vertragliche Verpflichtung, Stichprobenkontrollen).

Der Einbezug der Geschäftspartner ist besonders wichtig in korruptionsexponierten Branchen, Märkten oder Regionen, wo gerade im Umgang mit sol-

chen Zuwendungen hohe Risiken auftreten. Ansonsten drohen dem Unternehmen bei Vorfällen nicht nur der Verlust von Geschäftsabschlüssen oder eine Rufschädigung, sondern auch strafrechtliche Konsequenzen.

## Umsetzung und Kontrolle

Wichtig ist auch, dass die Vorgesetzten die Umsetzung und das Einhalten dieser Vorgaben sicherstellen und regelmässig kontrollieren. Ebenso sollte sich auch eine weitere interne Stelle oder Person (z.B. Rechnungsprüfung oder Compliance) dem Thema annehmen, indem sie stichproben- und risikobasiert zumindest Plausibilitäts-Prüfungen vornimmt.

## Kommunikation und Schulung

Die verbindlichen Regeln müssen klar kommuniziert werden, sowohl intern den Mitarbeitenden, aber auch den Geschäftspartnern. Ebenso empfehlenswert ist, Transparenz gegenüber aussen zu schaffen, indem die Richtlinie oder zumindest deren Kerninhalt auf der Firmen-Website publik ist.

Für Führungskräfte und Mitarbeitende, die in ihrem Geschäftsalltag Geschenke und Einladungen potenziell erhalten oder selbst offerieren können, sollte eine Schulung fest eingeplant werden (z.B. als Programmpunkt eines allgemeinen Kaderseminars). Ebenfalls empfiehlt es sich, bei passenden Gelegenheiten allen Mitarbeitenden die wichtigsten Prinzipien und Vorgaben in Erinnerung zu rufen (bspw. mit einer Informationsmail vor der Weihnachtszeit).

# Checkliste für Mitarbeitende

Richtlinien können den Geschäftsalltag nie vollumfänglich abdecken und Grauzonen bleiben stets bestehen. Mitarbeitende können jedoch mit weiteren Instrumenten befähigt werden, im Alltag die wichtigsten Leitprinzipien präsent zu haben und in Grenzsituationen die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Eine Möglichkeit dafür bietet die folgende Checkliste zur Selbstkontrolle: Mit 10 einfachen Fragen können Mitarbeitende und Vorgesetzte rasch eine grundsätzliche Einschätzung vornehmen, ob das konkrete Geschenk, die geplante Einladung oder eine ähnliche Zuwendung angemessen und zulässig ist:

- Ist die Zuwendung **rechtmässig**, dies gemäss den massgebenden Gesetzen, aber auch den internen Regeln meines Unternehmens und denjenigen des Gegenübers?
- Bin ich sicher, dass mit der Zuwendung keine **Absicht** oder **Erwartung** einer ungebührlichen Einflussnahme verbunden ist (oder kein solcher Anschein entstehen kann, z.B. bei der Konkurrenz, der Öffentlichkeit oder Behörden)?
- Ist sichergestellt, dass mit der Zuwendung weder eine (auch bloss emotionale) **Verpflichtung** noch der Anschein von **Befangenheit** entstehen kann?
- Ist die Zuwendung wertmässig **geringfügig** und als symbolische Geste der Höflichkeit **sozial üblich**?
- Erfolgt die Zuwendung an dieselbe Person (oder vom selben Unternehmen) nur **einmalig** oder bloss **selten** (z.B. nicht mehr als 2-3-mal pro Jahr)?
- Liegt ein klar erkennbarer **Geschäftsbezug** vor (d.h. vor allem keine private Zuwendung)?
- Hält sich die Zuwendung im **angemessenen** und **professionellen Rahmen** (insb. Art und Umstände der Zuwendung, Empfängerkreis, Lokalität etc.)?
- Ist der **Zeitpunkt** und geschäftliche **Kontext** der Zuwendung unbedenklich (keine Vertragsverhandlungen, keine anstehenden Behördenentscheide)?
- Erfolgt die Zuwendung **offen** und **transparent**, d.h. wird sie als solche deklariert und ist dies für Aussenstehende erkennbar?
- Bin ich bereit, die **Verantwortung** für meine Entscheidung zu übernehmen und falls nötig mich auch persönlich einer öffentlichen Kritik zu stellen (z.B. Fernseh-Interview, «Shitstorm» in sozialen Medien)?

→ **Sobald eine dieser Fragen verneint wird oder Zweifel aufkommen, ist auf die Zuwendung zu verzichten oder vorgängig interne oder externe Beratung einzuholen.**

# Richtlinien-Beispiele

Die nachfolgenden Beispiele aus Dokumenten von Unternehmen und Organisationen zeigen, wie in einer Richtlinie der Umgang mit Geschenken und Einladungen konkret formuliert werden kann.

## Regelungsbereich / Definitionen

«Als Zuwendungen, die von dieser Richtlinie erfasst sind, gelten insbesondere Geschenke, Bewirtungen, Einladungen zu Veranstaltungen, Kostenübernahmen, Spenden und Sponsoring. Als Geschenke gelten Zuwendungen, für die keine oder keine adäquate Gegenleistung erbracht wird. Zuwendungen können materieller oder immaterieller Natur und daher alles sein, was einen wirtschaftlichen oder persönlichen Wert hat.»

## Grundsätzliches

«Geschenke, Bewirtungen und Einladungen können für die Entwicklung und Pflege von Geschäftsbeziehungen wichtig, dürfen dafür aber nicht entscheidend sein. In diesem Kontext entstehen viele Korruptionsvorwürfe, weshalb die nachstehend beschriebenen restriktiven Voraussetzungen gelten. Noch strengere Vorschriften und besondere Zurückhaltung gilt im Umgang mit Amtspersonen.»

«Geschenke und Einladungen dürfen in keinem Fall die Unabhängigkeit, Integrität und Handlungsfreiheit beider Seiten beeinträchtigen noch den Anschein der Käuflichkeit oder Befangenheit erwecken. Kann dies nicht gewährleistet werden, ist selbst von geringfügigen Zuwendungen abzusehen.»

## Zuwendungen an Amtspersonen

«Zuwendungen an Amtspersonen beinhalten ein deutlich erhöhtes Risiko, gesetzlich unzulässig zu sein oder als unangebracht angesehen zu werden. Sie sind, wenn überhaupt, nur mit Zurückhaltung anzubieten.»

«Abgesehen von Zuwendungen im tiefen Bagatellbereich (Werbeartikel, Kaffee-Einladung) müssen Zuwendungen an Amtspersonen stets durch die vorgesetzte Stelle bewilligt werden. Einladungen oder (ausnahmsweise) Geschenke sind nicht direkt an die Amtsperson, sondern an die Behörde zu adressieren.»

«Der Begriff 'Amtsperson' in dieser Richtlinie wird im weiten Sinn verstanden. Darunter fallen Personen, die ein legislatives, administratives oder judikatives Amt bekleiden (einschliesslich deren Mitarbeitenden), ebenso wie Angestellte von Behörden, öffentlichen Betrieben (inkl. staats-eigene oder staatlich kontrollierte Unternehmen) sowie von Unternehmen / Organisationen, welche eine Aufgabe im staatlichen Auftrag wahrnehmen.»

## Schwellenwerte und Wertgrenzen; Häufigkeit

«Geschenke und Einladungen mit einem Wert von bis zu CHF 50.- pro Person sind grundsätzlich zulässig und bedürfen keiner weiteren Zustimmung, sofern sie nicht mehrfach innerhalb von 3 Monaten an denselben Adressaten erfolgen und der Adressat keine Amtspersonen ist.»

«Mitarbeitende dürfen Zuwendungen an dieselbe Person höchstens zweimal jährlich pro Kalenderjahr offerieren bzw. von derselben Person / Firma nicht mehr als zweimal jährlich annehmen.»

## Reise- und Übernachtungskosten

«Die Bezahlung von Unterbringungs- und Reisekosten ist grundsätzlich untersagt. Ausnahmen bedürfen in der Regel einer vertraglichen Grundlage (z.B. Teil eines Schulungsprogrammes) und sind in Art und Umfang strikt auf einen angemessenen, ausschliesslich geschäftlichen Kontext zu begrenzen (insbesondere keine Luxus- und Freizeitleistungen). Sie sind stets durch den Vorgesetzten bzw. die Vorgesetzte schriftlich zu genehmigen.»

## Zuwendung nicht ablehn- oder retournierbar

«Wenn Ihnen eine Zuwendung angeboten wird, welche gegen diese Richtlinie verstösst, lehnen Sie höflich ab und erläutern Sie die Richtlinien des Unternehmens.»

«Kann ein Geschenk aus Höflichkeits- oder anderen Gründen nicht abgelehnt oder retourniert werden, informieren Sie Ihre vorgesetzte Stelle. Diese entscheidet über das weitere Vorgehen, je nach Wertmässigkeit / Sensitivität in Absprache mit der Geschäftsleitung. Als Regel wird die Zuwendung einer gemeinnützigen Organisation gespendet. Falls dies nicht möglich ist, wird eine Spende des entsprechenden Gegenwerts überwiesen und das Geschenk intern unter einer grösseren Gruppe von Mitarbeitenden verteilt oder verlost. Der Vorgang ist intern zu dokumentieren.»

## Spenden und Sponsoring

«Spenden müssen einem gemeinnützigen Zweck dienen und stets im Einklang mit den Grundwerten unseres Unternehmens stehen. Sie dürfen nie an Einzelpersonen ergehen, und in keinem Fall darf mit dem Anbieten oder Zuweisen einer Spende auf eine Entscheidung des Empfängers bzw. der Empfängerin Einfluss genommen werden.»

«Sponsoringbeiträge müssen einen klaren, geschäftlich orientierten Zweck haben und auf einen vorbestimmten Marketingeffekt abzielen. Das Sponsoring-Engagement darf nicht im Missverhältnis zum prognostizierten, geschäftlichen Nutzen stehen.»

«Zuwendungen an politische Organisationen oder Einzelpersonen leistet unser Unternehmen, wenn überhaupt, nur, sofern dies unter den anwendbaren Gesetzen erlaubt ist. Sie sind stets von der Geschäftsleitung zu genehmigen und transparent auszuweisen.»

## Genehmigungen

«Zum Schutz der einzelnen Mitarbeitenden und des Unternehmens verlangen bestimmte in dieser Richtlinie beschriebene Situationen die vorherige Zustimmung der bzw. des Vorgesetzten oder der Fachperson für Compliance. Ebenso ist bei diesen Personen konsequent Rücksprache zu nehmen für weitere Situationen im Umgang mit Geschenken und Einladungen, die in dieser Richtlinie nicht beschrieben sind.»

## Transparenz und Dokumentation

«In Einladungsschreiben zu Veranstaltungen müssen sämtliche fachlichen und sozialen Elemente aufgeführt werden. Eingeladene sollen sich auch nur für ausgewählte Teile einer Veranstaltung anmelden und/oder die Kosten ganz oder teilweise selbst übernehmen können.»

«Um die Transparenz zu erhöhen, ist es empfehlenswert, die vorgesehene Zuwendung (insbesondere bei schriftlichen Einladungen zu grösseren Veranstaltungen) an die Abteilung des Empfängers bzw. der Empfängerin zu richten und diese bitten sicherzustellen, dass bei Annahme dieser Einladung keine für sie geltenden gesetzlichen oder internen Regeln verletzt werden.»

«Erfolgt die Zuwendung in intransparenter Weise (z.B. ohne Abstimmung mit der vorgesetzten Stelle, Zusendung eines Geschenkes oder einer Einladung an die Privatadresse, keine oder nicht als Zuwendung ausgewiesene interne Verbuchung), ist von der Unangemessenheit der Zuwendung auszugehen und die Zuwendung damit unzulässig.»

# Weiterführende Informationen

- Transparency Schweiz, *Korruptionsprävention und -bekämpfung – Ein Ratgeber für Schweizer KMU*, [www.transparency.ch](http://www.transparency.ch) ( > News & Publikationen > Ratgeber & Leitfäden)
- Transparency Schweiz, *Korruptionsprävention und -bekämpfung in KMU: Checkliste zur Selbstevaluation*, [www.transparency.ch](http://www.transparency.ch) ( > News & Publikationen > Ratgeber & Leitfäden)
- Transparency Schweiz, *Korruptionsprävention und -bekämpfung in KMU: Umgang mit Whistleblowing*, [www.transparency.ch](http://www.transparency.ch) ( > News & Publikationen > Ratgeber & Leitfäden)
- Transparency International (TI), *Business principles for countering bribery – small and medium enterprise edition*, [www.transparency.org](http://www.transparency.org) ( > Library > Publications > Filter [Year: 2008; Priority: Business integrity])
- TI Deutschland, *Führungsgrundsätze für kleine und mittlere Unternehmen zur Bekämpfung von Korruption*, [www.transparency.de](http://www.transparency.de) ( > Publikationen)
- TI France, *Dispositif anticorruption de la loi Sapin 2 - Guide pratique pour la mise en oeuvre des mesures anticorruption imposées par la loi aux entreprises*, [www.transparency-france.org](http://www.transparency-france.org) ( > Publications)
- TI United Kingdom, *Anti-Bribery Guidance – Gifts & Hospitality (Chapter 9)*, [www.antibriberyguidance.org](http://www.antibriberyguidance.org)
- Agence Française Anticorruption, *La politique cadeaux et invitations dans les entreprises, les EPIC, les associations et fondations - Guide pratique 2020*, [www.agence-francaise-anticorruption.gouv.fr](http://www.agence-francaise-anticorruption.gouv.fr)
- International Chamber of Commerce ICC, *Guidelines on Gifts and Hospitality*, [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)
- International Organization for Standardization ISO, *ISO 37001 – Anti-bribery management systems*, [www.iso.org](http://www.iso.org) ( > Standards)

Herausgeber	Transparency Schweiz, 3001 Bern
Projektleiter & Autor	Alex Biscaro, MLaw, stv. Geschäftsführer Transparency Schweiz
Begleitung	Dr. iur. Martin Hilti, Rechtsanwalt, Geschäftsführer Transparency Schweiz
Mitarbeit & Gestaltung	Daniel Mahrer, MA, wissenschaftlicher Praktikant Transparency Schweiz
Titelbild	Pixabay
Druck	Saxoprint

Wir danken allen Personen, die zu dieser Publikation beigetragen haben, insbesondere den Expertinnen und Experten für die kritische Durchsicht des Manuskripts.

Inhalt und Quellen der vorliegenden Publikation wurden sorgfältig bearbeitet bzw. überprüft. Transparency Schweiz übernimmt jedoch keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der von Dritten bereitgestellten Informationen.

Dieser Leitfaden ebenso wie der *Ratgeber für KMU zur Korruptionsbekämpfung*, die *Checkliste für KMU zur Selbstevaluation* sowie der Leitfaden *Umgang mit Whistleblowing* von Transparency Schweiz sind auf Deutsch und Französisch erschienen. Sie können bei der Geschäftsstelle von Transparency Schweiz bestellt werden und stehen auf [www.transparency.ch](http://www.transparency.ch) online zur Verfügung.

Diese Publikation wurde freundlicherweise finanziell unterstützt durch den KBA-NotaSys Integrity Fund, Lausanne.

© 2021 Transparency Schweiz. Alle Rechte vorbehalten.

Transparency International Schweiz  
Schanzeneckstrasse 25  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. +41 31 382 35 50  
[info@transparency.ch](mailto:info@transparency.ch)

[www.transparency.ch](http://www.transparency.ch)  
[www.facebook.com/transparency.ch](https://www.facebook.com/transparency.ch)  
[www.twitter.com/transparency\\_ch](https://www.twitter.com/transparency_ch)