

Konferenz des „Institute for Global Financial Integrity“

## Mehr Ethik für den Finanzsektor

Wie kann das Vertrauen der Öffentlichkeit zurückgewonnen werden?

VON BARBARA FISCHER  
FÜR WERTSCHES

In Europa hat sich das Vertrauen der Bürger in die Banken in den letzten vier Jahren halbiert: Nur noch 21 Prozent der Bürger vertrauen ihrer Bank. Zusätzlich ist das Vertrauen in den Finanzsektor generell wesentlich niedriger als das in andere Branchen. Was kann die Branche tun, um dieses verlorene Terrain wieder gutzumachen? Philippa Foster Back, Direktorin des „Institute of Business Ethics IBE“, erläuterte einige Ansatzpunkte: Vertrauen fällt nicht vom Himmel, sondern muss erarbeitet werden. Und dies ist ein langer Prozess, der sich im Unterbewussten abspielt und durch positive Erfahrungen und Wahrnehmung gefüttert wird.

In der Finanzbranche sei in der Krise viel Porzellan zerschlagen worden, insbesondere auch über die Thematik der Bonuszahlungen. Auch der in den letzten Jahren zu beobachtende Fokus der Branche auf den reinen Produktvertrieb zu Lasten einer nachhaltigen Kundenbeziehung habe zum Vertrauensverlust wesentlich beigetragen, betonte Foster Back. Es gelte, aus diesen Fehlern zu lernen und das Bewusstsein der handelnden Akteure für die negative öffentliche Wahrnehmung zu schärfen.

Der Weg aus dieser Vertrauenskrise gehe nur über den gezielten Fokus auf ethische Werte und Unternehmenskultur. Empirische Untersuchungen hätten gezeigt, dass



In der Finanzbranche sei viel Porzellan zerschlagen, laut David Clark, Ricardo Sanchez-Serrano, Jacques Santer und Jed Grant (v.l.n.r.). (FOTO: SERGE WALDBILLIG)

Unternehmen mit klar definierten Verhaltensregeln (Code of conduct) und ethischen Grundsätzen die besseren Ergebnisse erwirtschaften. Wichtig sei dabei, dass diese Werte nicht einfach von oben herab dem Unternehmen und seinen Mitarbeitern übergestülpt werden, sondern dass sie als permanenter Prozess von allen mit erarbeitet und getragen werden.

Nur so können Glaubwürdigkeit und Engagement entstehen. Offenheit, Transparenz, Fairness, Integrität, Vertrauen, verantwortlicher Umgang miteinander und Respekt sind einige der Aspekte die in eine solche Unternehmenskultur einfließen sollten. Entscheidend sei auch die Vorbildfunktion des Ma-

agements. Insbesondere das mittlere Management, welches näher am Mitarbeiter und Kunden ist, sei gefordert, diesen Rahmen mit Leben zu füllen.

Zur Bonusdiskussion merkte Foster Back an, dass man wieder zur ursprünglichen Bedeutung des Wortes „Bonus als Belohnung für eine außergewöhnliche Leistung“ zurückkommen müsse. Garantierte Boni seien ein Anachronismus. Auch sollte über Modelle nachgedacht werden, wie alle Mitarbeiter – vom Top-Management bis zum kleinen Sachbearbeiter – in gleicher Form am Erfolg eines Unternehmens teilhaben könnten. Dies nähme auch der öffentlichen Diskussion den Wind aus den Segeln.

## Une alliance pour la communication

Une nouvelle alliance intègre la photo, la consultance et la relation-presse

**Luxembourg.** Une nouvelle alliance dans le domaine de la communication vient de naître. Ensemble, Focalize, Keep Contact et More Attitude couvrent une large palette de services en matière de communication. Des solutions qui s'adressent à l'ensemble du monde de l'entreprise, de la PME au grand groupe international, et dans des secteurs aussi divers que la finance, l'industrie, l'assurance, la grande distribution, la mode, les télécommunications ou l'hôtellerie.

More Attitude est le nom d'un nouvel acteur de la communication au Luxembourg et dans la Grande Région. Une entreprise créée par Nathalie Dondelinger qui était préalablement consultante auprès de Keep Contact, société dirigée par

Ludivine Plessy qui fait régulièrement appel aux services de Focalize, l'agence photo-vidéo d'Emmanuel Claude.

Fondée en 2007 par Ludivine Plessy, Keep Contact accompagne les entreprises dans leurs relations avec la presse. Elle est également spécialisée dans les relations publiques et a développé une expertise en matière de communication sur le web (y compris en images). Concrètement, Keep Contact offre une grande diversité de services qui vont de la rédaction de dossier de presse à l'organisation d'événements (lancement de produits, séminaires, conférence de presse) en passant par du média training, de la revue de presse ou de l'analyse quantitative et qualitative

d'actions de relations presse. Créée en 2009 et dirigée par son fondateur, le photographe Emmanuel Claude, Focalize est une agence spécialisée dans l'image. Dans le domaine de la photo, elle est active dans la prise de vue corporate, le portrait, la photographie d'événements et le live (photos de concert). Dans le domaine de la vidéo, l'agence réalise des films d'entreprises ainsi que des documentaires. Focalize possède un studio équipé d'éclairage professionnel et un studio mobile pour des interventions sur site.

Nouvelle venue dans le paysage de la communication au Luxembourg et en Grande Région, est la société More Attitude créée en 2011. Dirigée par sa fondatrice, Nathalie Dondelinger, cette agence a pour principale activité, la consultance en matière de communication. Elle conseille à ce titre ses clients afin de déterminer avec eux, quels sont précisément les objectifs (analyse et définition des objectifs marketing et communication, élaboration de plans marketing stratégiques, notamment, qu'ils veulent atteindre via une démarche de communication avant de définir la meilleure manière de les atteindre. Pour élaborer cette stratégie, forcément personnalisée, More Attitude se positionne comme un partenaire de l'entreprise et s'investit de la phase de réflexion stratégique en termes de communication notamment. (C.)



Nathalie Dondelinger, Emmanuel Claude et Ludivine Plessy (d.g.à.d.) s'allient pour élargir leurs services. (PHOTO: GUY JALLAY)

Spektakulärer Rücktritt eines Goldman-

## Mit „Muppets“

Greg Smith hält Invest

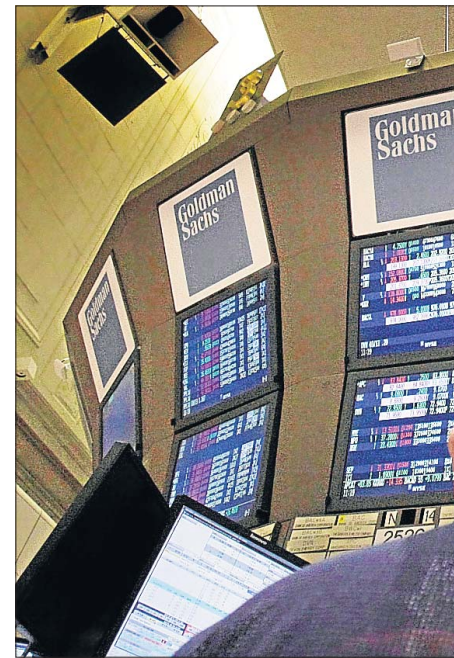
VON THOMAS J. SPANG  
(WASHINGTON)

Der Rücktritt eines mittleren Managers bereitet Goldman Sachs gewaltige Imageprobleme. Greg Smith wirft der Investment-Bank eine Kultur der Gier vor.

Die Bombe platzte am Mittwoch Morgen um 6.40 Uhr, als der junge Exekutiv-Direktor im Londoner Büro von Goldman Sachs seinen Chefs an der Wall Street eine gepfefferte E-Mail schickte. Dies sei sein letzter Arbeitstag, erklärte er für das Derivate-Geschäft in Europa, dem Nahen Osten und Asien zuständige Smith. Eine Viertelstunde später konnten Lloyd C. Blankfein und sein Stellvertreter Gary D. Cohn dann in der New York Times nachlesen, was den aufstrebenden Banker zu seinem spektakulären Schritt veranlasst hatte.

„Es macht mich krank, wie gleichgültig Leute darüber sprechen, ihre Klienten auszunehmen“, schreibt Smith in dem Beitrag, dessen 1270 Worte zu einer vernichtenden Abrechnung mit einem der größten Investment-Häuser der Welt gerieten. „Über die vergangenen zwölf Monate habe ich verschiedene Management-Direktoren erlebt, die ihre Klienten als Idioten („Muppets“) bezeichneten.“ Bei Goldman sei eine Kultur entstanden, die „toxisch und zerstörerisch“ sei. „Die Interessen der Kunden treten in der Art und Weise, wie die Firma heute ihre Geschäfte macht, hinter dem Ziel zurück, Geld zu verdienen.“

Smith hält Goldman Sachs vor, seine Klienten systematisch hinter Licht zu führen, indem die Bank Anleger motiviere, „in Aktien und



Bei Goldman Sachs herrsche nur skrupellose

Produkte zu investieren, die wir versuchen loszuwerden, weil wir darin nicht genügend Profitpotential sehen.“ Eine andere Methode bestünde darin, mit den Kunden auf „Elefanten-Jagd“ zu gehen. Übersetzt heiße das soviel wie „immer das zu handeln, was den größten Gewinn für Goldman einbringt“.

Als er vor zwölf Jahren als Praktikant der Stanford Universität zu Goldman gestoßen sei, habe noch ein anderes Klima geherrscht, bei dem die Kunden im Zentrum standen. Diese Kultur sei von skrupelloser Gewinnerorientierung ersetzt worden. „Wer viel Geld für die Firma verdient, wird in eine einflussreiche Position befördert.“ Voraussagbar versuchten Goldman-Sachs-Chef Blankfein und sein

## Automarkt in EU bricht ein

In China stieg der Absatz im Februar um 31 Prozent

**Brüssel/Berlin.** Der Autoabsatz in der EU ist weiter eingebrochen. Im Februar sank die Zahl der Pkw-Neuzulassungen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 9,7 Prozent auf 888 878 Fahrzeuge, wie der europäische Branchenverband ACEA am Donnerstag in Brüssel mit. Das Minus in Westeuropa wurde durch weltweit starke Zuwachsraten in den USA, China oder Indien abgefedert.

In der Europäischen Union verzeichneten abgesehen von Deutschland, wo die Neuzulassungen unverändert blieben, alle großen Absatzmärkte Rückgänge. Besonders deutlich fiel das Minus in Frankreich (minus 20,2 Prozent) und Italien (minus 18,9 Prozent) aus. In Großbritannien sanken die Neuzulassungen um 2,5 Prozent und in Spanien um 2,1 Prozent. Wegen der Euro-Schuldenkrise und den tristeren Konjunkturaussichten hatten Experten für Westeuropa bereits deutliche Rückgänge erwartet.

Unter den deutschen Herstellern konnte lediglich Daimler einen Zuwachs (plus 4,3 Prozent) vermelden. Bei Volkswagen schrumpfte die Zahl der neu zugelassenen Au-

tos hingegen um 2,6 Prozent, bei BMW um 1,4 Prozent. Die meisten anderen europäischen Hersteller traf es deutlich härter: So brach der Absatz bei Renault um 24,0 Prozent ein und bei PSA Peugeot Citroën um 16,8 Prozent. Auch Fiat verbuchte mit minus 16,7 Prozent einen deutlich zweistelligen Rückgang. Zu den wenigen Gewinnern zählten Hyundai (plus 5,8 Prozent), Kia (plus 30,8 Prozent) und Jaguar Land Rover (plus 54,4 Prozent).

Im Gegensatz zu Westeuropa legte dagegen weltweit gesehen vor allem der US-Markt zu. Wie der Verband der Automobilindustrie (VDA) in Berlin mitteilte, wuchs der Absatz in den USA im Februar um fast 16 Prozent auf rund 1,15 Millionen Fahrzeuge.

In China stieg der Gesamtabsatz im Februar um 31 Prozent auf mehr als eine Million Pkw. Grund für diesen enormen Absatzanstieg war aber der wegen des chinesischen Neujahrsfestes schwache Vorjahresmonat. Seit Jahresbeginn sank der Absatz dagegen um 3 Prozent auf 1,97 Millionen Fahrzeuge. In Indien erhöhte sich der Absatz im Februar laut VDA um 16 Prozent auf 269 800 Pkw. (dpa)