

Legal und Business gehen Hand in Hand

Wir hatten die Gelegenheit, mit Frau Rechtsanwältin Marion Morad ein Interview zur anspruchsvollen Arbeit als Unternehmensjuristin in einem stark vertriebsorientierten Unternehmen zu führen.

Moderne Unternehmensführung ist vielfältig und anspruchsvoll. Gerade integrierte Vertriebssysteme bieten rechtliche Herausforderungen, wo «Legal and Business» sinnvollerweise Hand in Hand arbeiten. Interne Rechtsdienste oder externe Rechtsberater sollen sicherstellen, dass den rechtlichen Erfordernissen im Geschäftsleben nahekommen wird.

SWISS DISTRIBUTION Für welches Unternehmen sind Sie tätig und was bietet dieses an?

MARION MORAD Ich arbeite für die Schweizer BSH Hausgeräte AG. Der Hauptsitz des Konzerns ist in München, wir sind weltweit tätig. Wir produzieren und verkaufen Hausgeräte wie Herde, Öfen, Kühlschränke, Kaffeemaschinen, Staubsauger etc. In der Schweiz sind wir eine reine Vertriebsgesellschaft (Vertrieb, Marketing, Kundendienst). Unsere Marken in der Schweiz sind Bosch, Siemens und Gaggenau.

«Oft besteht schon in mittelständischen Unternehmen der Bedarf nach stets verfügbarer rechtlicher Unterstützung.»

Welche Aufgaben umfasst Ihre Tätigkeit?

Ich leite den Rechtsdienst und bin Compliance Officer.

Haben Sie viel mit dem Business Ihres Unternehmens zu tun?

Ja. Es ist essenziell, dass ich weiss und verstehe, was das Business tut. Nur so ist eine gute Beratung möglich.

Wie muss man sich die tägliche Arbeit von Ihnen vorstellen?

Die Arbeit ist sehr vielseitig. Ich bin Wirtschaftsanwältin und in meiner aktuellen Tätigkeit bildet das Vertriebsrecht einen Schwerpunkt. In begleite diverse Vertragsverhandlungen z.B. mit Key

Accounts, Lieferanten und Vermietern. Ich berate das Marketing bei Verträgen mit Influencern, Markenbotschaftern und Agenturen oder wenn Wettbewerbe durchgeführt werden. Weiter begleite ich Behördenkontakte, da kann es um Produkte- oder Abgaberecht gehen. Last but not least

berate ich den Kundendienst bei komplexeren Fällen. Ich gebe Schulungen für die Mitarbeitenden zu ausgewählten Themen, insbesondere im Compliance Bereich, wo es um Kartellrecht, um die Verhinderung von Korruption und um Datenschutz geht. Der Datenschutz hat an Bedeutung gewonnen, durch die Gesetzgebung und das Thema Home Connect, d.h. die Bedienung von Hausgeräten mittels App.

Warum ist es für Ihr Unternehmen wichtig, einen eigenen Rechtsdienst zu haben?

Der wichtigste Grund ist meines Erachtens der präventive Ansatz. Wenn die Mitarbeitenden auf rechtliche Risiken sensibilisiert sind und man gute Verträge hat, können Streitigkeiten vorbeugend minimiert werden. Das funktioniert, ist effizient und entspricht auch persönlich meinem Naturell: Lieber vorbeugen als streiten. Der interne Rechtsdienst kennt die Branche und das Business und die damit verbundenen spezifischen rechtlichen Risiken besser als eine





*Marion Morad-Marquardt
ist Rechtsanwältin, MBA HSG,
Head Legal and Compliance
BSH Hausgeräte AG.*

*Gut gelöste Rechtsfragen
geben Zeit für anderes wie
z.B. das Verweilen in einer
Gaggenau-Küche.*

externe Anwaltskanzlei, was ein grosser Vorteil ist.

Besteht ein strukturierter Prozess in der Zusammenarbeit mit dem Rechtsdienst ?

Ja. Da wir eine Industrie im Hintergrund haben, gehört das Denken in Prozessen zu unserer DNA.

Arbeiten Sie auch mit externen Anwälten und Anwältinnen zusammen?

Ja. Wenn es Themen oder Verfahren gibt, wo wir sehr spezialisiertes Wissen brauchen.

Ihr Unternehmen ist stark im Vertrieb tätig und arbeitet auch mit selbstständigen Händlern zusammen. Schafft dies besondere Herausforderungen in Ihrer rechtlichen Arbeit?

Ja. Händler sind harte Vertragspartner (lacht). Spass beiseite: Neben dem Kaufrecht und einem ausgefeilten Preis- und Konditionensystemen hat unser Top-Management die Compliance Kernrisiken definiert. Hier sehen wir den präventiven Ansatz besonders gut: Die Mitarbeiter werden regelmä-

sig persönlich und webbasiert zu Themen wie dem Kartellrecht, der Verhinderung von Korruption und dem Datenschutz geschult. Das ist Pflicht, nicht freiwillig. Das Compliance-System ist weltweit organisiert und die vielfältigen Aktivitäten werden regelmässig in einer Datenbank hinterlegt. Die Zusammenarbeit mit den Händlern ist partnerschaftlich. Uns als Hersteller interessiert der ganze Weg der Produkte. Auch die Qualität des nachvertraglichen Service, den wir selbst oder die Händler erbringen, fällt letztlich auf uns zurück. Wir haben dasselbe Interesse: Gute Produkte zu verkaufen und Dienstleistungen so zu erbringen, dass die Kunden zurückkommen. Man spricht auch von der «Customer Journey».

Was empfehlen Sie Unternehmen, die mit stetig wachsenden Aufgaben rechtlicher Art konfrontiert sind und sich mit dem Gedanken tragen, einen eigenen Rechtsdienst aufzubauen?

Das Profil einer Unternehmensjuristin unterscheidet sich von dem des

klassischen Anwalts: Neben der guten Rechtskenntnis, die die Basis für beide ist, muss ein Unternehmensjurist wirtschaftliche Sachverhalte schnell erfassen können. Wirtschaftliche Kenntnisse sind deshalb von Vorteil. Ich habe z.B. einen MBA gemacht. In der Funktion muss man lösungsorientiert, effizient und businessnah sein. Geschwindigkeit ist ein Faktor in der Wirtschaft. Gleichzeitig muss man sich durchsetzen können, wenn das Business manchmal zu kreative Ideen hat (lacht). Die Tür sollte immer offen sein: Wir nennen das Profil intern «trusted advisor».

Das Interview wurde von Dr. Christoph Wildhaber, Geschäftsführer von Swiss Distribution, geführt. Er befasst sich seit 30 Jahren mit Vertriebsfragen, u.a. auch als Rechtsanwalt.