

„Auf der Seite der ehrlichen Leute: warum Information und Kommunikation auch Kampf und Vorbeugung gegen betrügerische Machenschaften bedeutet“

- Vorname und Familienname: **Italo PAPPA**
- Akademischer Grad oder Berufstitel: **Generale di Corpo d'Armata**
- Funktion: **Inspektor der Guardia di Finanza für die Ausbildungsabteilungen**
- Name der Einrichtung/Institution/Dienststelle/Universität: **Guardia di Finanza**
- Telefonnummer:
- Email-Adresse: italopappa@libero.it

Mein Beitrag zu diesem interessanten Round-Table-Gespräch gründet auf meiner mehr als vierzigjährigen Erfahrung als Beamter der Guardia di Finanza, der italienischen Finanzwache, wo ich nunmehr am Höhepunkt meiner Karriere angelangt und wo ich für alle Schulen und Ausbildungsabteilungen (angefangen von den Grundkursen bis zu den Perfektionskursen und Berufsausbildungskursen) für die über 70 000 Personen verantwortlich bin, die der Guardia di Finanza angehören ⁽¹⁾. Zu meinen verschiedenen beruflichen Funktionen zählte für einige Jahre, und zwar Ende der achtziger Jahre, auch die Leitung des so genannten V Reparto del Comando Generale, der V. Abteilung des Generalkommandos, der damals die Rechtsabteilung und das Büro für Presse und Öffentlichkeitsarbeit unterstand.

Durch diese Erfahrung bin ich zu der Auffassung gelangt, dass es für die Einrichtungen, deren Aufgabe der Rechtsschutz ist, absolut notwendig ist, eine eigene Kommunikationsstrategie zu verfolgen. Eine Strategie, bei der man auch über die Mittel verfügen können muss und bei der Ideen allein nicht genügen. Eine Strategie, die einen Bürgerservice umfasst. Eine Strategie, die unter der strikten Einhaltung der geltenden Rechtsvorschriften auch ein selbstständiges Ausüben der Ermittlungstätigkeiten garantiert, wobei diese Garantie jeder Rechtsordnung zugrunde liegt, die auf den Werten der Demokratie und der Legalität gründet.

Ich freue mich vor allem mit dem OLAF für diese beispielhafte Initiative und für die Umsetzung einer Kommunikations- und Informationsstrategie als Mittel zur Vorbeugung gegen betrügerische Machenschaften zulasten des EU-Haushalts, die nur dem europäischen Aufbauprozess zugute kommen kann. Eine unlängst von der europäischen Kommission durchgeführte Meinungsumfrage ⁽²⁾ hat deutlich gezeigt, dass das OLAF auf dem richtigen Weg ist: die Bürger müssen Kenntnis von all den Anstrengungen erlangen, die die nationalen Fahndungsdienste zusammen mit dem OLAF unternehmen, um ihre Finanzhaushalte gegen kriminelle Attacks zu schützen. Und man muss sie mit den Mitteln und Instrumenten informieren, die der Mediengesellschaft eigen sind, in der wir, ob es uns gefällt oder nicht, heute leben ⁽³⁾. Das Ausmaß der Beteiligung der Bürger an den letzten Europa-Wahlen hat dies meiner Meinung nach ausreichend bestätigt. Die Institutionen müssen immer mehr Bürgernähe zeigen und für die Bürger verständlich sein. Die Qualität und die absolute Aussagekraft der Vorträge beim Seminar, das letztes Jahr vom OLAF in Rumänien zum Thema „Kommunikation als Instrument zur Betrugsbekämpfung“ ⁽⁴⁾ organisiert wurde, sind nur ein Beispiel dafür. Wenn ein Staatsoberhaupt, ein Regierungschef zusammen mit den höchsten Vertretern der EU-

⁽¹⁾ <http://www.gdf.it/>

⁽²⁾ http://europa.eu.int/comm/anti_fraud/press_room/eurobar/en.html

⁽³⁾ Siehe. A. BUTTICÈ, *Strategia della comunicazione e comunicazione strategica*, in der Militärzeitschrift „La pubblica informazione militare nei 12 Paesi della CE“, 1992.

⁽⁴⁾ http://europa.eu.int/comm/anti_fraud/olaf-oafc/seminals/bu_en.html

Institutionen zur Betrugsbekämpfung an einem derartigen Seminar teilnimmt, kann das nur der Beweis dafür sein, dass das OLAF auf dem richtigen Weg ist.

Ich erkläre hiermit spontan und ohne Scheu, dass ich von der Wichtigkeit überzeugt bin, welche der Kommunikations- und Informationstätigkeit als Mittel zur Vorbeugung und erst in zweiter Linie zur Bekämpfung von betrügerischen Machenschaften zulasten der finanziellen Interessen der Gemeinschaft zukommt. Natürlich bin ich aber der Auffassung, dass diese Tätigkeit immer im Rahmen der unangefochtenen und unantastbaren Grenzen erfolgen muss, die durch die Einhaltung der geltenden nationalen und innergemeinschaftlichen Rechtsvorschriften gegeben sind ⁽⁵⁾.

Ich werde in meinem Beitrag versuchen, meinen Standpunkt mit einigen persönlichen Erfahrungen zu untermauern.

Als ich die Funktion übernahm, mit welcher mir auch das Pressebüro des Generalkommandos der Guardia di Finanza unterstellt wurde, konnte das ruhmreiche Korps, dem ich angehöre, in Sachen Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit keine nennenswerte Tradition aufweisen. Das Losungswort hieß, so wenig wie möglich in der Öffentlichkeit zu sprechen und in Erscheinung zu treten. Aber diese Strategie des Schweigens, sozusagen als „*grande mouette* ⁽⁶⁾“, war in der heutigen Zeit nicht mehr angemessen.

Die Bürger sollten wissen, was der Staat trotz vieler Schwierigkeiten für sie tat. Auch von der stillen Arbeit, die die Finanzwachbeamten unter großen Opfern rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr verrichten. Mit anderen Worten, um dieses Gefühl, sich mit dem Schlimmsten abzufinden, zu verdrängen, das gewisse Zeitungsberichte vermittelten und noch immer vermitteln... ⁽⁷⁾ und um die Informationen an die Bürger auf ein höheres Niveau zu heben, die einen Anspruch darauf haben zu wissen, welche Leistungen und welche Arbeit die Sicherheitskräfte des Staates im Stillen erbringen, die zum Schutze der Legalität im Interesse der Allgemeinheit wirken, beschloss ich im Jahr 1988, dass auch die Guardia di Finanza zum ersten Mal in ihrer Jahrhunderte langen Geschichte eine Werbekampagne durchführen sollte.

Mit der Unterstützung von ausgezeichneten Mitarbeitern (die nicht nur Professionalität, sondern auch eine gehörige Portion Begeisterung mitbrachten, auch wenn sie mit Mitteln arbeiteten, die im Gegensatz zu den heutigen bescheiden waren) und derselben Werbeagentur, die damals das Image der Carabinieri betreute (die obwohl im Wesentlichen noch immer dem Grundsatz „*usi obbedir tacendo e tacendo morire – gewohnt, schweigend zu gehorchen und schweigend zu sterben*“ treu bleibend unter Anpassung an die neuen Zeiten schon ein hohes Niveau an Professionalität auch im Bereich der Information und der institutionellen Kommunikation erreicht hatten), führten wir eine institutionelle Kampagne durch, die bis Ende desselben Jahres in den wichtigsten inländischen Zeitungen erschien. Die Themen dabei waren die Bekämpfung des Drogenmissbrauchs und der Steuerhinterziehung ⁽⁸⁾.

Ab diesem Moment, und ich möchte dabei unser Licht nicht unter den Scheffel stellen, wurde eine neue Ära der Kommunikations- und Öffentlichkeitsstrategie der Guardia di Finanza eingeläutet. Dabei handelte es sich um eine echte Kulturrevolution, die im Laufe der Zeit, natürlich mit gewissen Einschränkungen – da es stets verbesserungswürdige Aspekte gibt –, mit immer besseren Mitteln ausgestattet wurde, womit nicht nur der Guardia di Finanza, sondern dem ganzen Land ein wichtiger Dienst erwiesen wurde.

⁽⁵⁾ Siehe A. BUTTICÈ, *Forze dell'ordine e mass media: il limite del segreto al diritto di informazione dell'opinione pubblica*, in „Rivista della Guardia di Finanza“, Nr. 6/1989.

⁽⁶⁾ Das heißt „*die große Schweigsame*“, wie die napoleonische Armee, allerdings zu Zeiten Napoleons, definiert wurde.

⁽⁷⁾ Umfrage Eurobarometer „*Attitude related to defrauding the European Union and its budget. Public opinion in the Member States and candidates countries*“, Europäische Kommission, Brüssel, 2003, http://europa.eu.int/comm/anti_fraud/press_room/eurobar/en.html

⁽⁸⁾ Siehe A. BUTTICÈ, *Forze dell'Ordine e comunicazione: Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, Opinione Pubblica e Mass-Media*, Bariletti editore, Rom, 1990.

Gegenüber der ständig steigenden Zahl an Drogensüchtigen schien das Land mit seinen Strukturen wehrlos zu sein. Und dabei betraf dieses schwerwiegende Problem ohne Unterschied alle Klassen der Gesellschaft, angefangen von der Schicht der Reichen bis hin zu den ärmsten Teilen der Bevölkerung, unabhängig davon, welchem Niveau sie angehörten, und unabhängig davon, aus welcher Gegend sie stammten.

Wenn es nicht die Sicherheitskräfte mit der Guardia di Finanza an der Spitze gegeben hätte, die in regelmäßigen Abständen über die Beschlagnahme von Drogen und von Festnahmen berichteten, hätten die Italiener den Eindruck gehabt, ihrem Schicksal überlassen zu sein.

Diese Meldungen hatten für die Bürger jedoch noch immer den Charakter des Gelegentlichen an sich, etwas, das dem Zufall, und nicht etwas, das dem Ergebnis von langen und umfangreichen Vorbereitungen zu verdanken war.

Nicht alle wussten damals schon, wie sehr sich die Guardia di Finanza für diese gefährliche Situation rüstete, die nicht nur die Gesundheit und das Leben der jungen Leute bedrohte und noch immer bedroht, sondern auch eine Gefahr für die Stabilität unser Kultur und des demokratischen Systems darstellt.

Die Absicht, auf welche die Kampagne zur Bekämpfung des Drogenmissbrauchs abzielte, wobei jede Form der Selbstdarstellung beim Appellieren an die Millionen Leser der wichtigsten inländischen Zeitschriften vermieden wurde, war also die, die Italiener der Bemühungen zu versichern, die die Fiamme Gialle, so wird die Guardia di Finanza auch wegen ihres Flammenemblems genannt, unternahmen, ohne sich dabei der Illusion hinzugeben, dass dies im Alleingang und ohne die Unterstützung der Bevölkerung geschehen könnte, und die, die Gefährlichkeit der kriminellen Organisationen zu mindern.

Ähnlich wurde, und dabei sind wir nun beim Thema dieses Round-Table-Gesprächs, in Sachen Steuerhinterziehung vorgegangen. Die diesbezüglichen Daten, auch wenn sie in regelmäßigen Abständen in den Massenmedien bekannt gegeben wurden, vermittelten oft den Eindruck, dass die Institutionen nicht über die geeigneten Mittel verfügten, um dieses Phänomen zumindest innerhalb gewisser Grenzen zu halten. Es stimmt, dass die Anzahl der Steuerhinterzieher sehr hoch war und noch immer sehr hoch ist, es stimmt aber auch, dass ohne richtige Informationen darüber die Anzahl derjenigen noch höher wäre und man meinen könnte, dass man in Italien ohne wirkliches Risiko Steuern hinterziehen könne. Dies, abgesehen davon, dass das seit langem so nicht mehr stimmt, könnte potenzielle Steuerbetrüger dazu bewegen, die Grenze zu überschreiten, die Recht von Unrecht trennt, in der Meinung, dass sie nie entdeckt würden und dass sie so viel „schlauer“ als die anderen seien, die ihre Steuern regelmäßig entrichten.

Nicht alle waren sich darüber im Klaren, dass die Guardia di Finanza bei ihrem Einschreiten gegen die Steuerhinterzieher die Interessen derjenigen vertrat, die ihre Steuern brav bezahlten.

Das Konzept, nämlich dass die Guardia di Finanza zum ersten Mal auch die Macht der Werbung und der Massenkommunikation einsetzte, bestand darin zu zeigen, dass, wenn man nicht zu den Staatseinnahmen beitragen wollte, man dem Land die notwendigen Ressourcen für seinen Fortschritt entzog, was einem echten Diebstahl zum Schaden der nationalen Gemeinschaft gleich kam (*„Mit euch gegen die, die euch ihre Steuern anlasten wollen“*).

Dieses Basiskonzept, das emotional mit dem Bild der Verhaftung eines Firmenangestellten einherging, sollte auch eine abschreckende Wirkung auf potenzielle Hinterzieher haben, indem (besonders was die großen Fälle betraf) die Schwere der Tat hervorgehoben wurde, die von den meisten oft unterschätzt wird.

Im Rahmen des Lösungsansatzes für beide Probleme – Steuerhinterziehung und Drogenmissbrauch – konzentrierten wir uns bewusst auf die Einbeziehung der Empfänger der Botschaft: *„Mit euch gegen die, die mit dem Leben eurer Kinder spielen“* und *„Mit euch gegen die, die euch ihre Steuern anlasten wollen“* lauteten die Slogans der beiden Anzeigen, die mit

dem Hinweis endeten „*Guardia di Finanza, auf der Seite der ehrlichen Leute*“. Damit wollte man einfach und direkt die wahren Feinde ansprechen, die die Fiamme Gialle mit Unterstützung der ehrlichen Leute bekämpfen möchten.

Mit eindringlichen und konkreten Bildern, die dem Lokalteil der Presse entnommen schienen, präsentierte sich die Guardia di Finanza als einer der wichtigsten Verbündeten der „ehrliehen Leute“, als jemand, der an vorderster Front gemeinsam mit ihnen die negativen Kräfte bekämpft, die sich der ungehinderten Entwicklung des Landes entgegen stellen.

Das waren die *Headlines*, mit denen das traurige Bild eines Burschen, der einem Mädchen hilft, sich eine Dosis Heroin in den Arm zu injizieren, und das der Verhaftung eines Firmenangestellten ⁽⁹⁾ flankiert von zwei Wachbeamten der Guardia di Finanza kommentiert wurden, wobei diese Bilder der Lokalpresse entnommen schienen (sagen wir schienen, denn aus nahe liegenden Gründen des Datenschutzes wurden die Fotos mit Hilfe von Schauspielern nachgestellt).

„MIT EUCH GEGEN DIE, DIE MIT DEM LEBEN EURER KINDER SPIELEN“

Die Guardia di Finanza führt einen harten Kampf gegen die Tod bringenden Händler, die mit dem Leben und zwar vor allem dem der jungen Leute spielen. Den potenten und aggressiven Drogenorganisationen begegnet die Guardia di Finanza mit qualifizierten Mitarbeitern und mit High-Tech-Mitteln, mit denen sich große Erfolge erzielen lassen. Um einen Krieg zu gewinnen, bei denen unsere Kinder die möglichen Opfer sind, trifft die Guardia di Finanza den Drogenhandel an seinen empfindlichsten Stellen, nämlich an den Grenzübergängen sowie an den Meeresküsten. Dort, entlang von 8 500 Kilometern, wachen die Männer der Fiamme Gialle Tag und Nacht aufopfernd unter Einsatz aller ihrer Kräfte mit der Schlagkraft und der Selbstverleugnung, die nur Soldaten eigen sind. Auf diese Weise schafft die Guardia di Finanza eine immer effizientere Kontrollbarriere zur Verhinderung der Einfuhr von Drogen. So kann sich derjenige, der diese Bedrohung seiner Kinder fürchtet, und das ist die große Mehrheit der Italiener, endlich beruhigt und sicher fühlen.

„GUARDIA DI FINANZA, AUF DER SEITE DER EHRlichen LEUTE“

„MIT EUCH GEGEN DIE, DIE EUCH IHRE STEUERN ANLASTEN WOLLEN“

Die Guardia di Finanza schreitet zur Verteidigung eurer Interessen gegen diejenigen ein, die durch Steuerhinterziehung versuchen, ihre Steuern euch anzulasten. Denn um die Arbeiten durchzuführen, um die Dienstleistungen zu erbringen, die sich alle vom Staat erwarten, braucht man Einnahmen, und die Steuern sind die Einnahmen des Staates. Wer nicht im Verhältnis seines Einkommens dazu beiträgt, entzieht dem Staat Teil des Vermögens, das für alle bestimmt ist. Und das ist so, als ob man die gesamte nationale Gemeinschaft bestehlen würde. Gegen Steuerhinterzieher gehen die Fiamme Gialle täglich vor, und zwar immer öfter als Zeichen der sozialen Gerechtigkeit und der Umverteilung zu Gunsten aller Staatsbürger. So kann derjenige, der seine Steuern ordentlich entrichtet, und das ist die übergroße Mehrheit der Italiener, endlich ein bisschen weniger zahlen.

„GUARDIA DI FINANZA, AUF DER SEITE DER EHRlichen LEUTE“

Die Kampagne wurde den Informationsorganen im August 1988 vor ihrem Erscheinen in den wichtigsten inländischen Wochenzeitschriften im Laufe einer Pressekonferenz präsentiert, die zum ersten Mal am Generalkommando abgehalten wurde.

Ein breites Echo wurde der Initiative in den Presseorganen, im Radio und im Fernsehen zuteil, die wohlwollend und mit großem Interesse die Themen von brennender Aktualität aufnahmen,

⁽⁹⁾ Es handelte sich dabei um einen Schauspieler.

indem sie die Absicht der Fiamme Gialle deutlich und positiv hervorhoben, die Bürger in den Kampf zur Verteidigung der Werte unserer Gesellschaft ⁽¹⁰⁾ mit einzubeziehen.

In der Oktobernummer 1988 von *Salve* – der monatlichen Gesundheitsbeilage des *Corriere della Sera* – wird ein ganzer Bericht mit dem Titel „Die gelben Telefone“ der Drogenkampagne gewidmet.

Indem sie die über die reine Werbebotschaft hinausgehende Quintessenz der sozialen Bedeutung der Kampagne aufgriff, hat die Zeitschrift dazu beigetragen, auf den konkreten Charakter der Bekämpfung der Drogensucht hinzuweisen: So veröffentlichte sie auch die Telefonnummern der so genannten Gruppi Operativi Antidroga (GOA) der Guardia di Finanza mit der Aufforderung an all diejenigen, die im Besitze von zweckdienlichen Hinweisen für die Einleitung von Ermittlungen über die großen Drogengeschäfte seien (der Autor hat dabei richtigerweise angemerkt, dass für die kleinen Fälle die anderen Polizeiorgane zuständig seien), sich mit den Spezialeinheiten der Guardia di Finanza in Kontakt zu setzen.

Aus einer Umfrage unter Testpersonen, die von einer Marktforschungsgesellschaft am Ende der Kampagne befragt wurden, ist hervor gegangen, dass trotz der angesprochenen Themen – Steuerhinterziehung und Drogenmissbrauch – und obwohl wir als nicht sehr attraktiv und sympathisch wahrgenommen werden, diese „*interessanter*“, „*deutlicher und verständlicher*“, „*glaubwürdiger und überzeugender*“ als der Durchschnitt aller Werbungen war, die in diesem Jahr in Italien produziert wurden, und „*somit einen guten Eindruck von der Guardia di Finanza vermittelte und gut über deren Tätigkeit informierte*“.

Dieses Ergebnis zusammen mit der Auswertung der Abweichung zwischen den Ergebnissen der Umfrage über den Bekanntheitsgrad der Guardia di Finanza und der „Benotung“, die die Bürger den Fiamme Gialle für ihre Rolle in der Gesellschaft zuteil werden ließen, haben gezeigt, wie ein alter Spruch zumindest zum Teil zu entzaubern sei, an welchen meine Mitarbeiter und ich nicht geglaubt haben. Nämlich der Spruch, dem zufolge die Aufgaben der Guardia di Finanza, vor allem diejenigen im steuerlichen Bereich, die Finanzwache wie alle Finanzermittler in den Augen der Bürger und Steuerzahler unweigerlich als unsympathisch erscheinen lassen. Ein Spruch, welchem wir keinen Glauben geschenkt haben, und die Tatsachen haben uns Recht gegeben, denn im Laufe der Zeit ist es uns gelungen, den hohen sozialen Nutzen der schwierigen täglichen Arbeit der Finanzwachbeamten unter Beweis zu stellen, die im ausschließlichen Interesse nicht eines ausbeuterischen Staates, sondern eines Staates erbracht wird, der das Wohlergehen der Gemeinschaft verwalten und sicherstellen soll.

Ein Beweis für noch nachhaltigere Resultate der Kommunikationstätigkeit, die in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre von der Guardia di Finanza betrieben wurde, war der „Premio

⁽¹⁰⁾ Hier die Titel der wichtigsten Artikel:

Am Ende des Monats die erste Werbekampagne / Die Guardia di Finanza stellt sich vor / Wie andere staatliche Institutionen haben auch die Fiamme Gialle beschlossen, ihr Image zu bewerben. Sie haben damit die Agentur Ayer beauftragt. Der Slogan der beiden Anzeigen lautet „Auf der Seite der ehrlichen Leute“ (Italia Oggi); Die Guardia di Finanza präsentiert sich in einem Werbespot: „Die Verbündeten der ehrlichen Leute gegen Drogenmissbrauch und Steuerhinterziehung“ (Il Giornale); „Eine Kampagne über Drogen und Fiskus / Die Finanzwache, ein neues Image“ (Il Messaggero); Kampf dem Drogenmissbrauch und der Steuerhinterziehung. Die Guardia di Finanza macht Werbung / Werbespot gegen Drogen (Il Mattino); Die Finanzwache: Werbung gegen Steuerhinterziehung und Drogenmissbrauch (La Stampa); Ankündigung einer Werbekampagne über den Fiskus und Drogen / Insgesamt 1378 Steuerhinterzieher letztes Jahr von der Guardia di Finanza aufgedeckt (La Gazzetta del Mezzogiorno); Ankündigung einer Image-Kampagne / Die Guardia di Finanza macht Werbung gegen Steuerhinterzieher und Drogenmissbrauch / Die Guardia di Finanza – ein bürgernaher Service (Il Popolo); Die Guardia di Finanza im „Schaukasten“ um sich vorzustellen (Il Gazzettino); Steuerhinterziehung / Die Waffe der Werbung (Il Piccolo); Die Guardia di Finanza bittet in ihrer Werbung um Unterstützung (Messaggero Veneto); Mit einer Image-Kampagne stellen die Fiamme Gialle ihre Arbeit vor / „Die Guardia di Finanza auf der Seite der ehrlichen Leute“ (La Sicilia); Eines der ruhmreichsten Militärkorps ist auf der Suche nach einem neuen Image / Die Guardia di Finanza verschärft ihren Kampf gegen Drogenmissbrauch und Steuerhinterziehung / Sie folgt dem Beispiel der Carabinieri und der Militärmarine und stellt ihre Arbeit vor, die zumeist unbekannt ist – Die wichtigsten operativen Bereiche – Die beiden Botschaften an die Zeitungsleser (Giornale di Brescia); Werbung zur Bekämpfung der Drogenhändler und Steuerhinterzieher (Il Giornale di Napoli); Guardia di Finanza: Kampagne zur Bekämpfung von Drogenmissbrauch und Steuerhinterziehung (Ore 12); Der Slogan zur Bewerbung des Korps / „Die Guardia di Finanza auf der Seite der ehrlichen Leute (Il Tempo); Ein Werbespot della Guardia di Finanza: „Alle vereint im Kampf gegen die Steuerhinterzieher“ (Il Sole 24 Ore); Die Guardia di Finanza auf der Seite der ehrlichen Leute (Patria); Die Werbekampagne der Guardia di Finanza / Das wahre Image / Mitarbeit und Miteinbeziehung der Bürger sind eines der Ziele der Image-Kampagne der Guardia di Finanza bei der Bekämpfung des Drogenmissbrauchs und der Steuerhinterziehung (Ordine Pubblico).

simpatia“, der Sympathiepreis, der ausgerechnet den Fiamme Gialle (was einige Jahre zuvor unwahrscheinlich gewesen wäre) vom *Corriere della Sera* aufgrund der Ergebnisse einer Umfrage verliehen wurde, die von der Mailänder Zeitung in Auftrag gegeben worden war.

„Dieser von Giolitti im Jahr 1906 in den Heeresrang gehobene Wachkörper“, schreibt in seinem Artikel Costantino Murau („Sorpasata la Benemerita – Die Carabinieri sind überholt“, Corriere della Sera vom 12. Juni 1990, S. 11), „ist jedoch einer, der von den Familienmitgliedern oder den Freunden der jungen Leute bevorzugt wird, denen man einen Beruf empfiehlt, denn es handelt sich dabei um eine gute Einrichtung, die weniger gefährlich (als die anderen beiden, Anm. d. A.) ist, ein gutes Einkommen sichert, gut agiert und weil die Finanzwachbeamten „Kopfarbeit leisten, intelligent und vorbereitet sind“. Mit nur einem großen Risiko, nämlich korruptionsanfällig zu sein.“

„Zu den negativen Fakten der drei Korps, die von den Italienern angegeben wurden“, fährt Muscau fort, „geben 63 Prozent der 1280 Befragten die Korruption als die größte Gefahr für die Guardia di Finanza an“.

Aber auf diese Behauptung, die noch einige Jahre zuvor die Guardia di Finanza zu einer verlegenen und entrüsteten Reaktion verleitet hätte, lautete der klärende Kommentar, wie von Muscau wiedergegeben, *„dass es normal sei, dass es so ist. So wie es leicht vorkommen kann, dass ein Minenarbeiter an einer Staublunge erkrankt, so ist es ziemlich wahrscheinlich, dass ein Finanzwachbeamter in Versuchung gerät. Unsere Gegenspieler sind Unternehmer, Geschäftsleute, kurz gesagt, das Geld ist naturgemäß eine ständige Versuchung. Wenn es aber einen Korruptionsfall gab, haben wir ihn als erste öffentlich angeprangert, man denke bloß an den Erdölskandal vor acht Jahren“.*

„Wann“, so fährt Muscau fort, „fügen die Leute im Kommando ein wenig scherzhaft hinzu, wann wird denn endlich das Buch mit all den Heldentaten geschrieben, die unsere Wachbeamten angesichts von gewissen verlockenden Sirenen begehen?“

Und aus der Spontaneität dieser Antwort der Guardia di Finanza geht hervor, wie ein Staatsorgan, das nie etwas zu verbergen hatte, das aber nicht immer in der Lage war, der breiten Masse das wahre Ausmaß seines hohen Wertes zu vermitteln, nunmehr locker und selbstbewusst an die Öffentlichkeit tritt. Unsere Kampagne mit dem Slogan *„Guardia di Finanza: auf der Seite der ehrlichen Leute“* nahm um einige Jahre die historisch bedeutsame Periode der *„Mani pulite“*, der Korruptionsbekämpfungsbewegung, vorweg. Dies ist sicherlich ein Zufall. Es ist aber kein Zufall, dass auch in dieser Zeit die Guardia di Finanza wie immer ihrer Rolle als Garant der Legalität gerecht wurde, auch wenn sie, wie viele andere Institutionen den Preis für die Kranken bezahlte, die mit dem Virus der Versuchung angesteckt worden waren. Aber traditionsgemäß konnte sie das Übel der Korruption intern bekämpfen. Auch wenn es sich dabei um ein Übel handelt, das man zwar nirgendwo auf der Welt ganz besiegen kann, hat es die Guardia di Finanza immer mit all den ihr zu Verfügung stehenden Mitteln bekämpft und wird dies auch in Zukunft tun.

Das ist also mein kurzer Beitrag über die Erfahrungen in einem Militärkorps, das auf großartige Weise zur Bekämpfung von betrügerischen Machenschaften zum Schaden des EU-Haushalts beigetragen hat. Ein Korps, das auch mit großem Einsatz zum Aufbau der EU-Betrugsbekämpfungsstrukturen beigetragen hat und dabei oft auf einige seiner besten Kräfte verzichtete, um sie den EU-Institutionen zur Verfügung zu stellen. Ein Korps, das zu seinen verschiedenen Aufgaben auch die zählt, über eine der längsten EU-Grenzen zu wachen. Dies soll jedoch auch eine starke und überzeugende Ermutigung sein, damit die Initiativen des Netzwerks der OLAF-Experten fortgeführt werden mit der Zusicherung, dass ich den Ermittlungsbeamten der Europäischen Union meine persönliche und institutionelle Unterstützung in ihrem Bemühen um einen bürgernahen Service zukommen lasse.

Es gefällt mir, dass das Motto dieser Kommunikations- und Informationspolitik „*Transparenz, Bürgernähe und Vorbeugung*“ lautet. Die einzige Schranke für diese Transparenz muss aber immer, und ich wiederhole es, die absolute Einhaltung der laufenden Ermittlungen, der EU-Vorschriften und der nationalen Gesetze in Sachen Geheimhaltung von Ermittlungen und last but not least die unumstößliche Einhaltung der Menschenrechte sein.

Aber das Prinzip der absoluten Legalität bedeutet nicht, dass man denjenigen Recht geben muss, die die Meinung zu vertreten scheinen (oder aus Naivität auch vertreten), dass im Zeitalter der Globalisierung (und der Information) die Fahndungsdienste weiterhin die Rolle der „*grande mouette*“ spielen müssen und können, d. h. immer im Stillen ohne die Unterstützung von Kommunikations- und Informationsmitteln gegenüber der Öffentlichkeit tätig zu sein, mit denen bei Bedarf die Information (oder Desinformation), die oft die ordnungsgemäße Abwicklung der heikelsten operativen und investigativen Tätigkeiten überflutet und stört, kompensiert oder auf diese reagiert werden kann.

Um wirklich aufrichtig zu sein, glaube ich aufgrund meiner fast fünfzigjährigen Berufserfahrung nicht an die Aufrichtigkeit einer solchen Behauptung. Ich glaube nicht einmal daran, dass sie auf Naivität basiert. Ich bin mit der Listigkeit eines alten Untersuchungsbeamten eher geneigt zu glauben, dass der, der so etwas behauptet, nicht so sehr darauf aus ist, den Fahndungsdiensten (seien es inländische oder EU-Stellen) das wenn auch noch so geringe Recht auf Kommunikation unter dem Vorwand der Wahrung aller möglichen edlen und unumstößlichen Prinzipien abzusprechen, sondern vielmehr darauf bedacht ist, was sicherlich eine weniger edle Gesinnung ist, es anderen zu ermöglichen, durch immer wieder vorkommende „Indiskretionen“ über die Ermittlungsarbeit der Dienste und ihre Tätigkeit zum Schutz der Gesetze – oft in nicht uneigennütziger Weise – zu sprechen.

Das ist kein Bürgerservice. Das ist kein Mittel zur Vorbeugung gegen betrügerische Machenschaften. Das ist kein Mittel zur Wahrung der Legalität.

Gen. C. A. Italo Pappa