WIRTSCHAFT

Planet Knast

Steve Dagworthy war Banker in London, landete aber wegen Betrugs im Gefängnis. Jetzt bereitet er andere Wirtschaftskriminelle auf das Leben hinter Gittern vor

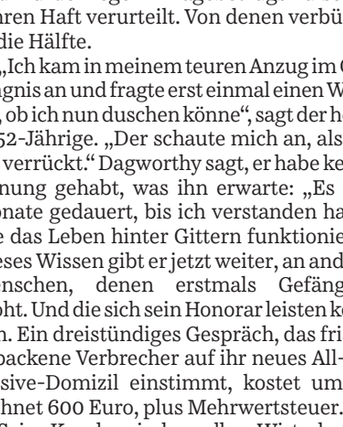
VON BJÖRN FINKE

Es ist eine komplett fremde Welt, auf die Steve Dagworthy seine Kunden vorbereitet. „Der größte Fehler wäre es, zu denken, dass man die kommenden Monate oder Jahre einfach in einem sehr schlechten Hotel verbringt“, sagt Dagworthy. „Ein Gefängnis ist aber kein schlechtes Hotel, sondern ein anderer Planet.“ Der Engländer hielt sich selbst drei Jahre auf diesem Planeten auf. Er arbeitete als Broker in der Londoner City, dann geriet er auf die schiefe Bahn und wurde wegen Anlagebetrugs zu sechs Jahren Haft verurteilt. Von denen verbüßte er die Hälfte.

„Ich kam in meinem teuren Anzug im Gefängnis an und fragte erst einmal einen Wärter, ob ich nun duschen könne“, sagt der heute 52-Jährige. „Der schaute mich an, als sei ich verrückt.“ Dagworthy sagt, er habe keine Ahnung gehabt, was ihn erwarte: „Es hat Monate gedauert, bis ich verstanden habe, wie das Leben hinter Gittern funktioniert.“ Dieses Wissen gibt er jetzt weiter, an andere Menschen, denen erstmals Gefängnis droht. Und die sich sein Honorar leisten können. Ein dreistündiges Gespräch, das frisch gebackene Verbrecher auf ihr neues All-inclusive-Domizil einstimmt, kostet umgerechnet 600 Euro, plus Mehrwertsteuer.

Seine Kunden sind vor allem Wirtschaftskriminelle, etwa betrügerische Banker oder Steuersünder der übleren Kategorie. Die Idee für das Geschäft kam Dagworthy noch in Haft, in Her Majesty’s Prison Hollesley Bay nordöstlich von London. Er las dort einen Zeitungsartikel über den amerikanischen Gefängnisberater, der dem Anlagebetrüger Bernie Madoff geholfen hatte, und dachte sich, dass so ein Angebot in Großbritannien fehlt. „Meine Karriereaussichten als Ex-Sträfling waren nicht gerade berauschend, also entschloss ich mich, es zu versuchen“, sagt er. Nach seiner Entlassung gründete Dagworthy im Jahr 2013 die Beratungsfirma Prison Consultants.

Inzwischen arbeiten sechs Berater für die Gesellschaft. Die waren wie Dagworthy einst erfolgreiche Manager oder Beamte, deren Karrieren aber eine Haftstrafe – etwa wegen Betrugs oder Bestechlichkeit – abrupt beendete. Zudem gehört ein früherer Gefängnisdirektor zum Team, „doch die meisten Kunden wollen von Ex-Häftlingen vorbereitet werden“, sagt Dagworthy.



Das Gefängnis in Birmingham, wo die Sträflinge im Dezember rebellierten (oben). Berater Steve Dagworthy bereitet Kriminelle auf die Haft vor. FOTOS: GETTY, PRIVAT

Im Moment hilft die Londoner Firma 70 Klienten, 55 Fälle wurden abgeschlossen. „Das Geschäft gewann erst im vorigen Jahr richtig an Fahrt“, sagt der Berater. Die Prison Consultants unterstützen einige Kunden auch während deren Haftzeit: Sie kümmern sich um deren Belange außerhalb des Gefängnisses, stellen sicher, dass Rechnungen pünktlich gezahlt werden. Und sie helfen dabei, möglichst schnell eine Verlegung in den offenen Vollzug zu erreichen. Also in ein Gefängnis ohne strenge Sicherheitsvorkehrungen, das die Sträflinge tagsüber verlassen dürfen, um arbeiten zu gehen.

Einem erfahrenen Berufsverbrecher werden die Sitzungen mit Dagworthy wenig Neues bringen. Aber in den vergangenen Jahren sei die Zahl vorher unbescholtener Bürger, die ins Gefängnis geschickt wurden, rasant gestiegen, sagt er. „Das sind etwa Steuerbetrüger oder Banker, denen gar nicht klar war, dass sie für ihre zwielichtigen Tricks einpassieren können.“ Tatsächlich verhängen englische Gerichte gegen Banker oft Haftstrafen, die nach deutschen Maßstäben drakonisch wirken.

Ärger vermeidet, wer eine Rolle wählt, die zwischen Dorfdepp und Dorfältestem liegt

So verurteilte im August 2015 der Southwark Crown Court in London Tom Hayes für die Manipulation des Leitzinses Libor zu 14 Jahren. Später wurde das Strafmaß auf elf Jahre verringert, aber auch das ist für ein Verbrechen happig, bei dem niemand verletzt oder mit Waffen bedroht wurde. Im vorigen Monat schickte das gleiche Gericht einen korrupten Manager der Bank HBOS für elf Jahre hinter Gitter.

„So hohe Haftstrafen für Wirtschaftskriminelle, die Ersttäter sind, ist ein Witz“, sagt Dagworthy. „Ein Jahr Gefängnis reicht doch, damit die so etwas nie wieder tun. Warum sollten die fünf weitere Jahre einsitzen?“ Das erschwere die Eingliederung in die Gesellschaft. Häftlinge, die keine Gefahr darstellten, sollten besser unter Auflagen und mit elektronischen Fußfesseln früher heim geschickt werden, findet er.

Die Wirklichkeit sieht anders aus: Die Zahl der Häftlinge in England und Wales steigt kräftig. Saßen 1995 etwa 51 000 Verbrecher ein, waren es 2016 gut 85 000, zwei Drittel mehr. Und fast zwei Drittel der 118 Gefängnisse sind überbelegt. Zugleich spart die Regierung im Strafvollzug, seit 2010 gingen 7000 von 25 000 Stellen beim Gefängnispersonal verloren. Entsprechend heikel ist die Lage in vielen Haftanstalten. Im vergangenen Jahr begingen 119 Sträflinge Selbstmord, ein trauriger Rekord. In einem Gefängnis in Birmingham kam es im Dezember zum schlimmsten Aufstand, den das Land seit 25 Jahren erlebt hat.

„Unser System des Strafvollzugs ist total im Eimer“, sagt Dagworthy. Das Gefängnis in Birmingham ist eines von 14, das Unternehmen im Auftrag des Staates betreiben. „Mich wundert der Aufstand dort nicht“, sagt der Berater. „In den privat geführten Gefängnissen sind die Wärter oft schlechter ausgebildet.“ Dagworthy saß in einem überfüllten Gefängnis ein. „Wir waren zu dritt in einer Zelle, die für zwei ausgelegt war“, erinnert er sich. „Wir konnten nur der Reihe nach aufstehen und uns anziehen, weil es so eng war.“ Zudem musste er im Gefängnis schlimme Gewalt mitansehen. „Haftanstalten sind sehr gewalttätige Orte. Ich habe mitbekommen, wie jemandem die Kehle aufgeschlitzt wird, ich war Zeuge übler Schlägereien“, sagt er.

Gewalt unter den Insassen sei die größte Sorge der Ratsuchenden, sagt Dagworthy. „Wir erklären, wie sie Ärger aus dem Weg gehen.“ So sollten Wirtschaftskriminelle besser nicht verraten, warum sie im Gefängnis sitzen. „Sonst denken andere, du bist reich, und es gibt etwas bei dir zu holen.“ Allgemein gehe es in der Haft nicht darum, neue Freunde zu finden, sondern Feinde zu vermeiden. Manche Jobs sind ebenfalls heikel: „Wer in der Küche arbeitet, wird nach größeren Portionen gefragt. Wer im Garten arbeitet, wird gefragt, ob er Päckchen aufsammeln kann, die jemand über die Mauer geworfen hat. Beides macht Probleme.“ Und natürlich gelte es, sich von den überall verfügbaren Drogen fernzuhalten.

Jeder Gefängnisflügel sei wie eine Dorfgemeinschaft, und de facto führten ihn die langjährigen Häftlinge als Dorfälteste zusammen mit den Wärtern, erklärt er. „Ein Neuer muss sich seine Position suchen: Dorfältester, Dorfdepp oder irgendwas dazwischen. Am einfachsten ist die Position dazwischen.“ Wichtig sei auch, richtig für den Haftantritt zu packen, etwa widerstandsfähige Wäsche mitzunehmen. Sträflinge dürfen eigene Kleidung tragen, und die Alternative, die Gefängnisklamotten, sei „unerfreulich“, sagt er. T-Shirts mit Wappen von Fußballklubs seien aber ungeeignet, da sie zu Konflikten führen könnten.

Gefängnisse sind eben wie ein anderer Planet. Wohl dem, der die ungeschriebenen Regeln auf diesem Planeten kennt.

Auf dünnem Eis

Eishockey kämpft wie viele Sportarten ums wirtschaftliche Überleben. Einige Tapfere wollen das ändern › Seite 34

INTERNET-KONZERNE

Von Geschäft und Vertrauen

VON HELMUT MARTIN-JUNG

Es wird Google nicht umbringen; es wird den Internetkonzern aller Wahrscheinlichkeit nach finanziell nicht einmal besonders hart treffen: Einige bedeutende Marken wie AT&T oder Johnson & Johnson haben Anzeigenkampagnen auf der zum Google-Imperium gehörenden Videoplattform Youtube gestoppt, weil ihre Werbung neben extremistischen Inhalten angezeigt worden ist. Aber auch wenn das in den Bilanzen Googles kurzfristig bloß als Fußnote erscheinen wird, das Unternehmen – und einige andere aus der Branche – sollte die Sache dennoch nicht unterschätzen. Denn nichts ist Werbetreibenden wichtiger, als ihre Marke vor Schaden zu bewahren. Dafür ist Vertrauen nötig. Das aber zerstören die Konzerne, wenn sie Anzeigen neben Falschnachrichten und extremistischen Inhalten platzieren.

Gemessen daran war es doch reichlich nonchalant, wie sich der Aufsichtsratschef und inoffizielle Außenminister des Google-Mutterkonzerns Alphabet, Eric Schmidt, zu der causa äußerte. Ab und zu mal schlüpfe eben jemand durch den Algorithmus. Letzteren müsse man nun anpassen und dazu die Zahl der menschlichen Aufpasser erhöhen, „dann kriegen wir das schon wieder hin“.

Wer wirbt, sollte steuern können, wo seine Anzeige erscheint – und wo nicht

So machen sie es eben immer: Erst mal etwas anbieten, und wenn sich jemand beschwert, kann man immer noch nachbessern. Das Wichtigste dabei: Möglichst wenig menschliche Eingriffe. Lieber lässt man Mathematiker und Programmierer mit hohem Aufwand eine Lösung austüfteln. Der automatisch funktionierende Algorithmus erlaubt dann durch Einsatz von mehr Rechenpower auch schnelles – am liebsten exponentielles – Wachstum. Ein Beispiel? Als Google die Straßen der Welt mit seinen Erfassungsautos fotografierte, gab es sogar in den USA viel Protest gegen das Projekt Street View, obwohl man dort in Sachen Datenschutz traditionell viel lockerer drauf ist. Schließlich entwickelte Google Algorithmen, die Nummernschilder von Autos verpixelten. In Deutschland durfte man nach anhaltenden Beschwerden schließlich sogar das eigene Haus verpixeln lassen.

Doch Street View ist ein zwar interessantes, aber nicht zwingend nötiges Unterfangen. Wenn aber die Werbekunden sich nicht sicher sein können, ob die Internetfirmen es hinkriegen, Anzeigen so auszusteuern, dass sie für ihre Marken keine Imageprobleme befürchten müssen, ist nicht mehr nur ein Nebenprodukt betroffen. Dann geht es um das Kerngeschäft. Zur Erinnerung: Die, wie man anerkennen muss, hervorragenden Dienstleistungen wie Internetsuche oder Navigation können die Googles nur anbieten, weil sie erstens die Kosten dafür durch Werbung mehr als einspielen. Und zweitens, weil die Kunden dafür mit der Preisgabe ihrer Daten zahlen.

Wenn die Internetfirmen nicht riskieren wollen, dass ihnen das Vertrauen ihrer Nutzer und Kunden abhanden kommt, müssen sie erheblich besser werden im Umgang mit gefälschten Nachrichten. Nicht sie sollten dabei als Zensoren agieren, vielmehr muss das Management von Beschwerden schneller und bessern funktionieren. Und sie müssen die Mechanismen verfeinern, mit denen ihre Anzeigekunden steuern können, wo ihre Anzeige erscheint und wo eben nicht.

Firmen wie Facebook, Google und einige andere kommen einem mit ihrer erdrückenden Marktmacht nahezu unangreifbar vor. Es ist auch durchaus wahrscheinlich, dass der derzeit tobende Shitstorm sich bald wieder verzieht. Wenn sich aber doch über längere Zeit der Eindruck verfestigen sollte, dass man ihnen nicht recht trauen kann, würden sie im Mark getroffen.

MASERATI LEVANTE DIESEL. AB 699 €* MONATLICHER LEASINGRATE

3 JAHRE HERSTELLERGARANTIE • ROAD ASSISTANCE

Der innovative 3-Liter-V6 ist ein Juwel von einem Motor. Er kombiniert die modernsten technologischen Errungenschaften der Diesel-Technologie und sorgt so nicht nur für einen reduzierten Kraftstoff-Verbrauch und weniger CO_2-Emissionen, er ruft auch eine unglaubliche Leistung ab – so wie Sie es bei einem Maserati gewohnt sind. Die Kombination von intelligentem Q4-Allrad-Antrieb, 8-Gang-ZF-Automatikgetriebe und ausgeklügeltem Luftfederungs-System verschafft dem Levante-Fahrer ein einzigartiges, inspirierendes Fahrerlebnis – typisch Maserati.

Kraftstoffverbrauch (l/100 km): innerorts 8,2 - außerorts 6,6 - kombiniert 7,2; CO_2-Emissionen: kombiniert 189 g/km; Effizienzklasse: B. Ermittelt nach EU-Richtlinie 1999/94/EG.

Abbildung enthält Sonderausstattungen.

Unverbindliches Leasingbeispiel für den Maserati Levante Diesel für Privatkunden/Gewerbekunden mit Kilometerabrechnung der FCA Bank Deutschland GmbH, Salzstraße 138, 74076 Heilbronn, auf Basis aktuell gültiger Konditionen. Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers 70.500 €, Leasing-Sonderzahlung 6.999 €, Fahrleistung 20.000 km p.a., Laufzeit 36 Monate, Monatsrate à 699 €, zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten. In den Monatsraten sowie dem Gesamtbetrag ist eine GAP Plus - Versicherung (Differenzkaskoversicherung) der AXA enthalten. Diese unterliegt nicht der MwSt. Alle sonstigen Preise verstehen sich inkl. 19% MwSt. Erhältlich bei allen teilnehmenden Partnern. Für weitere Informationen und ein konkretes Leasingangebot wenden Sie sich bitte an einen Händler Ihrer Wahl. Gültig bis zum 30.06.2017.

MASERATI
Levante

Mehr erfahren: www.maserati.de/levante
oder Infoline 0800 88 11 808
Gebührenfrei aus dem deutschen Festnetz

Maserati Deutschland

FOTO: GETTY

Selbst der sündhafte Snack soll jetzt gesund werden. Über ein gutes Geschäft › Seite 27

Superfood statt Snickers

Abschied nach 45 Jahren Arbeit

Der scheidende Arbeitsagentur-Chef Frank-Jürgen Weise über seinen Abgang und staatlich subventionierte Jobs › Seite 28

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de
bfinke
SZ20170325S3904312