

DOS & DON'TS
Kartellrechtliche
Verhaltensregeln
- Compliance -

der A.T.Z. GmbH

PRÄAMBEL

Wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen zwischen Unternehmen sind verboten. Von diesem Verbot werden nicht nur schriftliche Absprachen, sondern auch mündliche oder sonstige Verständigungen zwischen Mitarbeitern mindestens zweier Unternehmen erfasst. Auch auf die rechtliche Verbindlichkeit der Absprache kommt es nicht an, so dass jede formelle oder informelle Absprache (sog. „Gentlemen’s Agreement“) ausreichend ist. Verboten ist auch jede sonstige Form der Verhaltenskoordinierung zwischen Unternehmen, bei der die Beteiligten von vornherein auf eine rechtliche oder faktische Verbindlichkeit ihrer Abstimmung verzichten. Ausreichend ist bereits die bloße bewusste praktische Zusammenarbeit, die an die Stelle des mit Risiken verbundenen Wettbewerbs tritt. Dabei sind Wettbewerber nicht nur Unternehmen, die auf Verkaufsmärkten konkurrieren, sondern Wettbewerber sind auch Unternehmen, die auf Einkaufsmärkten konkurrieren. Die in den Regionen vertretenen Unternehmen sind in der Regel jedenfalls auf den Einkaufsmärkten Wettbewerber; teilweise auch auf den Verkaufsmärkten.

Ob eine Handlung oder Verhaltensweise kartellrechtlich zulässig ist oder nicht, hängt häufig von den Umständen des jeweiligen Einzelfalles ab. Es gibt jedoch typische Verhaltensweisen, die regelmäßig kartellrechtlich unbedenklich sind und andere, die regelmäßig einen Verstoß darstellen. Wiederrum andere Verhaltensweisen sind kartellrechtlich bedenklich und erfordern daher im Vorfeld stets die Einholung eines Rechtsrats.

Aus kartellrechtlicher Sicht besteht die Gefahr, dass die Veranstaltungen von Wettbewerbern innerhalb oder außerhalb der Firma in einem wettbewerbsbeschränkenden Verhalten münden. Um erst gar nicht den Eindruck wettbewerbsbeschränkender Verhaltensweisen aufkommen zu lassen ist sorgfältig zu prüfen, welche Themen in oder am Rande einer Veranstaltung oder einer Fachgruppe besprochen werden können. Andererseits ist der Informationsgewinn für die ehrenamtlich tätigen Mitglieder und Mitgliedsunternehmen ein wichtiger Grund für die Mitgliedschaft und führt auch vielfach zu kartellrechtlich erwünschten Effizienzgewinnen, so dass gerade in diesem Bereich eine generelle Abgrenzung zwischen zulässigem und unzulässigem Verhalten schwer zu treffen ist.

Verstöße gegen Kartellrechtsvorschriften können auch für Firmen wie die A.T.Z. GmbH schwerwiegende Folgen haben. Neben empfindlichen und existenzbedrohenden Geldbußen gegen die A.T.Z. GmbH sind eine Schädigung des guten Rufs der A.T.Z. GmbH sowie der Beziehungen zu befreundeten Unternehmen schwerwiegende Konsequenzen. Auch strafrechtliche Sanktionen, erhebliche Schadenersatzansprüche Dritter sowie Berufsverbote für Geschäftsführer und Mitarbeiter kommen in Betracht.

Ziel des A.T.Z.-Compliance-Programms ist es sicherzustellen, dass bei der Arbeit weder die A.T.Z. GmbH noch die Mitarbeiter gegen das Kartellrecht verstoßen.

Dieses Regelwerk „Dos & Don’ts – Kartellrechtliche Verhaltensregeln“ enthält neben Ausführungen zu den „Hard-Core“-Verboten und bestimmten vertikalen Verboten, Ausführungen zum Informationsaustausch, zum Verhalten in und am Rande von Veranstaltungen bzw. -treffen und Fachgruppentreffen.

Die „Dos & Don'ts – Kartellrechtliche Verhaltensregeln“ sind Teil des A.T.Z.-Compliance Programms und stellen einen Mindeststandard dar. Sie werden laufend weiterentwickelt und angepasst. Die Rechts- und Complianceabteilung der A.T.Z. GmbH freut sich über Ihre Anregungen.

Allen Funktionsträgern, hauptamtlichen Mitarbeitern, Mitglieder in den Arbeitskreisen und Fachgruppen werden die Regelwerke des A.T.Z.-Compliance Programms, insb. die „Dos & Don'ts – Kartellrechtliche Verhaltensregeln“ elektronisch zur Verfügung gestellt.



Informationsaustausch

DOS	DON'TS
<p>Sprechen Sie in oder am Rande Sitzungen bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen nur über nicht-wettbewerbsrelevante Themen. Allgemeine Themen sind erlaubt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine wirtschaftliche Themen (z.B. die allgemeine Konjunkturentwicklung) • Allgemeine technische/wissenschaftliche Themen (z.B. Aufbau einer Einkaufsabteilung, Einkaufsorganisation, Warengruppenmanagement, Lieferantenmanagement, Kennzahlen des Einkaufs, Einkaufsprozesse, Einkaufscontrolling, Optimierungstools, Lieferantenmanagement, Innovationsmanagement, Vernetzung der Einkaufsabteilungen, Tools und Werkzeuge, Stadtentwicklung, Energieeffizienz, Prozesskostenbetrachtung, Prozessoptimierung, Technisierung und Einsatz von Robotern – in abstrakter Form!) • Vorstellung von wissenschaftlichen Arbeiten (z.B. zur Messung und Darstellung des Einkaufserfolgs, eProcurement, Zukunft des Einkaufs, Mobilitätskonzepte, Nachhaltigkeit, globale Einkaufstrends, globale Rohstofftrends, Entwicklung der Rohstoffe, Verhandlungsstrategien, Psychologie im Einkauf) • Verhandlungstraining • Aktuelle Gesetzesvorhaben/rechtliche Themen (z.B. Code of Conduct, Energierecht) • Allgemeine gesellschaftspolitische Themen sowie die gemeinsame Lobby-Tätigkeit zur Beeinflussung der Gesetzgebung oder Verwaltungspraxis <p>Ein rückblickender und anonymisierter Austausch über Geschäftsentwicklungen, der keine Rückschlüsse auf das individuelle Verhalten der Sitzungsteilnehmer zulässt, ist in engen Grenzen möglich. Ein solcher Austausch muss über die A.T.Z. GmbH oder einen unabhängigen Dritten organisiert werden.</p> <p>Treffen Sie alle wichtigen preis- bzw. kostenbezogenen Entscheidungen eigenständig. Lehnen Sie Angebote eines Wettbewerbers ab, der Ihnen solche Informationen zukommen lassen möchte. Wenn Sie Informationen an Nicht-Wettbewerber weitergeben, die Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse enthalten, erbitten Sie einen vertraulichen Umgang mit diesen sensiblen Informationen.</p>	<p>Tauschen Sie in am Rande von Veranstaltungen -sitzungen oder bzw. Fachgruppen niemals über individuelle wettbewerblich sensible Informationen/Daten von Unternehmen mit Wettbewerbern aus. Dies gilt insbesondere für:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preise in jeglicher Form (z.B. Einkaufs-, Verkaufs-, und Wiederverkaufspreise einschließlich Listenpreise, Preisbestandteile, Preiskalkulation, Preispolitik, Preisänderungen) • Kapazitäten und Quoten (z.B. Produktionsquoten und -mengen, Einkaufsmengen, Kapazitätsverknappungen) • Vertriebspolitik, Absatzgebieten, Kunden und Marketingplänen (z.B. Kunden-, Lieferanten-, Gebiets- und Marktaufteilungen, aktuelle und künftige Aufträge) • Lieferanten (z.B. Lieferantenlisten, aktuelle und künftige Aufträge) • Einkaufskonditionen, Liefer- und Zahlungskonditionen • Boycott: (Androhung von) Nachteilen gegen Kunden, Lieferanten oder Wettbewerber, Liefer-, Bezugssperren • Kosten (z.B. Kosten des Einkaufs/der Einkaufsabteilung, Gehälter, Rohstoffkosten) • Einkaufsvolumina (nicht veröffentlichte Zahlen) • Umsatz- und Absatzzahlen (nicht veröffentlichte Zahlen) • Marktanteile • Technologien und FuE-Programmen • Qualitätsstandards und Produktneuheiten • Investitionen • Sonstigen sensiblen Unternehmensdaten <p>Schon die bloße Entgegennahme derartiger Inforationen (z. B. bei Vorabendtreffen) kann unzulässig sein.</p> <p>Übermitteln Sie solche Informationen auch nicht einseitig an Wettbewerber.</p> <p>Sollte es dennoch in Ihrer Anwesenheit in oder am Rande Sitzungen bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen zu Gesprächen über wettbewerblich sensible Themen kommen, fordern Sie die Anwesenden auf, diese Gespräche zu beenden und machen Sie deutlich, dass Sie sich vom Inhalt des Gesprächs distanzieren. Verlassen Sie den Raum, falls die Gespräche nicht unverzüglich beendet werden und dokumentieren Sie, dass Sie sich von dem Gespräch distanziert haben. Informieren Sie in jedem Fall unverzüglich die Rechtsabteilung oder den Compliance-Officer der A.T.Z. GmbH.</p>



	DOS	DON`TS
Schwere Kartellverstöße (Hard-Core-Absprachen)	Entscheiden Sie eigenständig über alle Preisbestandteile und ihre sonstigen Geschäftsbedingungen	Treffen Sie mit Wettbewerbern in oder am Rande von S bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen keine Absprachen über Einkaufs-, und Wiederverkaufspreise oder Preisbestandteile , wie z.B. von Ihnen gewährte Preisnachlässe oder Rabatte, Boni oder Ihre Gewinnspannen sowie von Ihnen zu tragende Kosten (z.B. Transportkosten, Zuschläge) Rohstoffkosten, oder sonstige Geschäftsbedingungen .
	Entscheiden Sie eigenständig , ob und wie Sie auf eine Ausschreibung reagieren. Wenn es für Sie technisch oder wirtschaftlich unmöglich ist, allein an einer Ausschreibung teilzunehmen, dann können Sie sich mit zwei oder mehr Unternehmen gemeinsam für ein Vorhaben bewerben („Bieter bzw. Arbeitsgemeinschaft“). Dies gilt erst recht für Kooperationen von Unternehmen, die aus verschiedenen Wirtschaftszweigen stammen und nicht Wettbewerber sind.	Stimmen Sie sich in oder am Rande von Sitzungen bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen nicht mit Wettbewerbern ab , ob Sie im Rahmen einer Ausschreibung ein Angebot abgeben oder was ein von Ihnen abgegebenes Angebot beinhaltet („Submissionsabsprache“).
	Entscheiden Sie eigenständig , welche Kunden/ Kundengruppen und welche Märkte Sie beliefern. Nehmen Sie bei Entscheidungen über Marketingstrategien, Preise, Liefermengen usw. nur Ihr eigenes internes Geschäftsmodell Rücksicht.	Treffen Sie in oder am Rande von Sitzungen bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen keine Absprachen mit Wettbewerbern über die Aufteilung von Märkten , indem Sie sich z.B. gegenseitig bestimmte Gebiete, Kunden oder Kundengruppen zuweisen („Markt-“ oder „Kundenaufteilung“).
Sonstige Wettbewerberkontakte	Lehnen Sie Angebote eines Wettbewerbers ab , der Ihnen vertrauliche Informationen – vor allem zu Preisen, Preisbestandteilen, Märkten und Kunden – zukommen lassen möchte. Auf Informationen, die Sie nicht von Wettbewerbern, sondern z.B. von Kunden oder Lieferanten erhalten, können Sie grundsätzlich zurückgreifen. Dokumentieren Sie die Quelle(n) dieser Informationen. Wenn Sie Informationen an Nicht-Wettbewerber weitergeben, die Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse enthalten, erbitten Sie einen vertraulichen Umgang mit diesen sensiblen Informationen.	Tauschen Sie keine vertraulichen Informationen mit Wettbewerbern aus . Dies gilt insbesondere für Preise, Preissteigerungen, Rabatte/ Preisnachlässe, Kunden, Kosten (auch voraussichtliche/ geschätzte Kosten oder kostensteigerungen), Rohstoffkosten, Zuschläge, Umsätze Zahlungsbedingungen, Kapazitäten, Absatzmengen, Verkaufsbedingungen, Marketingpläne oder andere Strategien. Übermitteln Sie solche Informationen auch nicht einseitig an Wettbewerber .
	Entscheiden Sie eigenständig, mit wem Sie Geschäfte machen.	Sprechen Sie sich in oder am Rande von Sitzungen bzw. Veranstaltungen oder in Fachgruppen nicht mit Wettbewerbern ab, einzelne Kunden oder Lieferanten zu boykottieren („kollektiver Boykott“).
	Begrenzen Sie Kontakte zu Wettbewerbern so weit wie möglich. Die für den Informationsaustausch skizzierten Verhaltensweisen gelten auch, wenn Sie Wettbewerber auf informeller, gesellschaftlicher oder rein privater Ebene treffen.	Nehmen Sie nicht an (offiziellen oder inoffiziellen) Treffen oder Gesprächen teil, bei denen Ihre Wettbewerber unzulässige Gespräche über wettbewerbslich sensible Themen führen. Dies gilt auch dann, wenn Sie selbst an den Gesprächen/Treffen nicht aktiv teilnehmen.

Wir sind gerne für Sie da:

Tel.: +49 (0)2330 - 91 83 99 oder E-mail: compliance@atz.de

Impressum:

A.T.Z. GmbH
Marius Kaufhold
Geschäftsführer
Philipp-Nicolai-Weg 3
D-58313 Herdecke
Tel. 02330 - 918399
E-Mail: compliance@atz.de
www.atz.de/compliance

Wir sind gerne für Sie da:

Tel.: +49 (0)2330 - 91 83 99 oder E-mail: compliance@atz.de