

LEITFADEN ZUM WETTBEWERBS- UND KARTELLRECHT

FEBRUAR 2014

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	3
1.1	Warum SMARTRAC diesen Leitfaden zum Wettbewerbsrecht aufgestellt hat	3
1.2	Für wen dieser Leitfaden gilt	3
1.3	Was ist Wettbewerbsrecht?	4
1.3.1	Wettbewerbswidrige Vereinbarungen	4
1.3.2	Marktbeherrschende Unternehmen	5
2	Grundprinzipien des Wettbewerbsrechts	6
2.1	Horizontale Geschäftsbeziehungen – Beziehungen zwischen Wettbewerbern	7
2.1.1	Preissetzung und Lieferbedingungen – Preisabsprachen	7
2.1.2	Zuweisung / Aufteilung von Märkten	7
2.1.3	Boycott oder Verweigerung von Geschäftsbeziehungen	7
2.2	Vertikale Geschäftsbeziehungen – Beziehungen zu Lieferanten, Vertriebshändlern und Kunden	8
2.2.1	Wiederverkauf	8
2.2.2	Ausschließlichkeitsvereinbarungen	10
2.3	Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	10
2.3.1	Systematisches Preisdumping	11
2.3.2	Diskriminierung bei Preisen und anderen Geschäftsbedingungen	11
2.3.3	Treuerabatte und Preisnachlässe	11
2.3.4	Kopplungs- und Bündelungsgeschäfte	12
3	Informationsaustausch	12
4	Verbände	13
5	Achten Sie auf Ihre Ausdrucksweise	14
6	Folgen von Verstößen	15
7	Kontakt	16

1 EINLEITUNG

1.1 WARUM SMARTRAC DIESEN LEITFADEN ZUM WETTBEWERBSRECHT AUFGESTELLT HAT

SMARTRAC verpflichtet sich in allen Ländern, in denen SMARTRAC aktiv ist, zur Einhaltung des Wettbewerbs- und Kartellrechts (nachfolgend „Wettbewerbsrecht“). Dieser Leitfaden zum Wettbewerbsrecht (der „Leitfaden“) erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll Hintergrundinformationen für die Anwendung des Wettbewerbsrechts im täglichen Geschäftsverkehr liefern.

Es ist wichtig, dass alle Mitarbeiter mit dem Wettbewerbsrecht vertraut sind, und zwar nicht nur, um selbst Übertretungen zu vermeiden, sondern auch um dafür zu sorgen, dass Geschäftspartner nicht irgendwelchen wettbewerbswidrigen Praktiken nachgehen, die für SMARTRAC geschäftsschädigend sein könnten.

Mitarbeiter, die sich in einer Situation befinden, in der sie Bedenken bezüglich wettbewerbswidrigen Verhaltens haben, sollten sich umgehend an ihren unmittelbaren Vorgesetzten oder an die Rechtsabteilung wenden.

1.2 FÜR WEN DIESER LEITFADEN GILT

Das Wettbewerbsrecht gilt für jegliche Geschäftstätigkeit in den meisten Ländern, in denen SMARTRAC tätig ist. Alle Mitarbeiter, Führungskräfte, Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der Firma SMARTRAC N.V. und ihrer Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen (“SMARTRAC”) sind verpflichtet, diese Rechtsvorschriften einzuhalten.

Alle Mitarbeiter von SMARTRAC, die im Rahmen ihrer Tätigkeit Kontakt mit Kunden, Lieferanten oder Wettbewerbern haben oder Treffen von Verbänden oder Fachmessen besuchen, sowie alle Führungskräfte, müssen dafür sorgen, dass sie:

- ▶ mit den grundlegenden Prinzipien des Wettbewerbsrechts vertraut sind,
- ▶ in der Lage sind, Situationen zu erkennen, die wettbewerbsrechtlich bedenklich sein könnten,

- ▶ sich bewusst sind, welche Sanktionen Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht für sie selbst und für SMARTRAC nach sich ziehen, und mit welchen persönlichen Folgen und welchen Folgen für das Unternehmen sie verbunden sind, und
- ▶ sich persönlich verpflichtet fühlen, dafür zu sorgen, dass SMARTRAC seine Geschäfte in vollem Umfang unter Einhaltung des Wettbewerbsrechts tätigt.

1.3 WAS IST DAS WETTBEWERBSRECHT?

Der Begriff „Wettbewerbsrecht“ bezeichnet die Gesamtheit derjenigen Rechtsvorschriften, die auf den Erhalt eines freien und offenen Wettbewerbs als Basis für unsere Marktwirtschaft ausgelegt sind. Um dieses Ziel zu erreichen, legt das Wettbewerbsrecht fest, dass bestimmte Arten von geschäftlichen Verhaltensweisen rechtswidrig sind, weil sie den freien Wettbewerb verhindern, einschränken oder verfälschen oder gar ein Monopol schaffen.

Das Wettbewerbsrecht knüpft an zwei allgemeine, im täglichen Geschäftsverkehr vorkommende Konzepte an:

1.3.1 Wettbewerbswidrige Vereinbarungen

Nach dem US-amerikanischen Kartellrecht und dem europäischen Wettbewerbsrecht, sowie nach den Rechtsvorschriften in vielen anderen Ländern gelten bestimmte Vereinbarungen und Absprachen, die den Wettbewerb verhindern, beschränken oder verzerren, als rechtswidrig. Dies gilt für alle förmlichen oder formlosen Vereinbarungen (einschließlich so genannter „Gentlemen’s Agreements“) ungeachtet der Frage, ob sie schriftlich oder mündlich geschlossen wurden. Eine Vereinbarung im Sinne des Wettbewerbsrechts muss noch nicht einmal schriftlich oder durch einen Händedruck besiegelt worden sein – sie kann auch allein aus Ihrem Verhalten hergeleitet werden.

*KARTELLE GELTEN ALS DIE SCHWERWIEGENDSTE FORM
WETTBEWERBSWIDRIGEN VERHALTENS.*

Das schwerwiegendste Beispiel für eine wettbewerbswidrige Vereinbarung ist ein Kartell, bei dem Unternehmen vereinbaren, nicht miteinander zu konkurrieren. Ein Kartell ist eine Gruppe von ähnlichen, unabhängigen Unternehmen, die sich zusammenschließen, um Preise abzusprechen, die Produktion einzuschränken oder Märkte oder Kunden untereinander aufzuteilen. Statt miteinander zu konkurrieren, verlassen sich die Mitglieder eines Kartells darauf, dass die Anderen die getroffenen Verhaltensabsprachen einhalten werden. Dadurch besteht auch ein geringerer Anreiz, neue oder bessere Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen bereitzustellen. Die Folge davon ist ein schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kunden (Verbraucher oder andere Unternehmen). Aus diesem Grund sind Kartelle rechtswidrig. An Kartellen beteiligte Unternehmen werden mit hohen Geldbußen belegt.

Kartellvereinbarungen sind in der Regel geheim und werden nicht schriftlich festgehalten. Typischerweise erstrecken sich die Vereinbarungen zwischen Kartellmitgliedern auf einen oder mehrere der folgenden Bereiche:

- ▶ Preise,
- ▶ Rabatte,
- ▶ welche Kunden sie beliefern werden,
- ▶ welche Gebiete sie beliefern werden, und/oder
- ▶ wer bei Auftragsvergaben oder Ausschreibungen den Zuschlag erhalten sollte.

1.3.2 Marktbeherrschende Unternehmen

Wettbewerb ausschließende oder missbräuchliche Verhaltensweisen durch Unternehmen, die ein Monopol oder eine marktbeherrschende Stellung innehaben, sind in vielen Ländern verboten.

Ein Unternehmen kann als Anbieter oder Nachfrager marktbeherrschend sein. Eine marktbeherrschende Stellung kann auf verschiedene Weise festgestellt werden. Entweder das Unternehmen ist:

- ▶ ohne Wettbewerber, oder
- ▶ keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt, oder
- ▶ das Unternehmen hat eine überragende Marktstellung im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern inne.

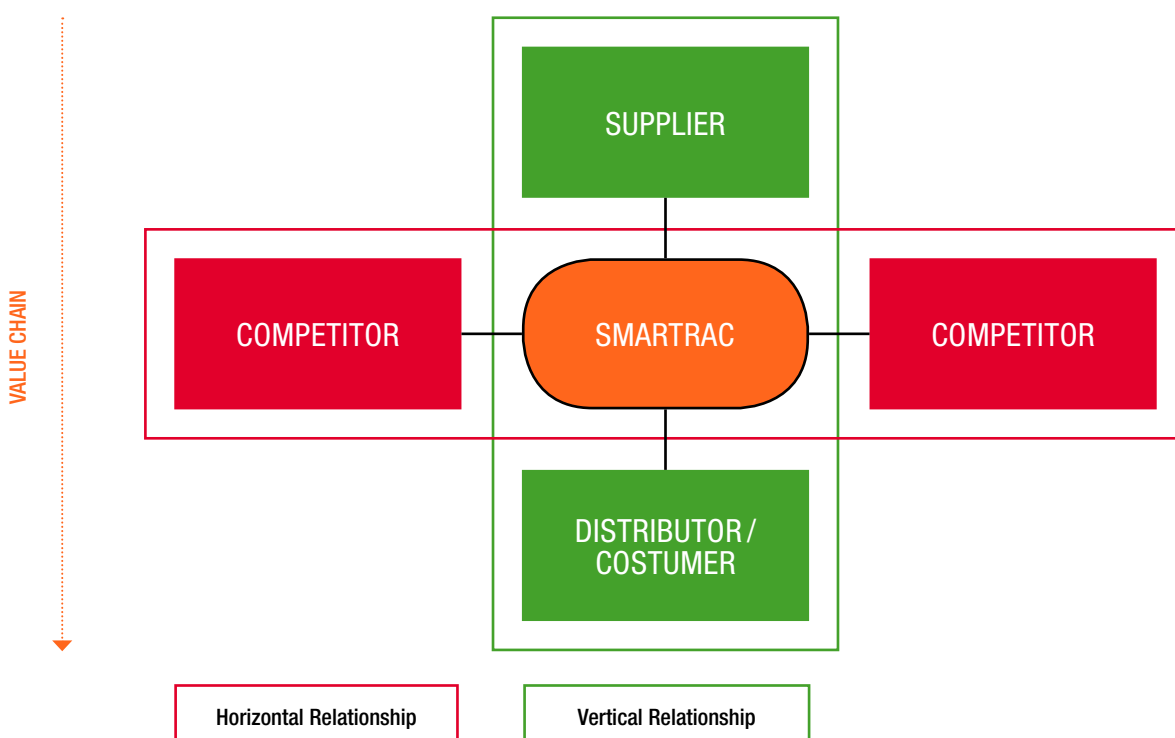
Um eine beherrschende Marktstellung festzustellen, geht man von den Marktanteilen des Unternehmens am relevanten Markt aus. Unter relevantem Markt wird der Markt für ein bestimmtes

Produkt oder Dienstleistung oder ein bestimmter geografischer Markt, auf dem das Produkt oder die Dienstleistung verkauft wird, verstanden. Für eine beherrschende Stellung bedarf es mind. 40% oder mehr. Bei einem Monopol liegt kein oder zumindest signifikant weniger Wettbewerb vor und somit gleichzeitig auch ein deutlich höherer Marktanteil.

2 GRUNDPINZIPIEN DES WETTBEWERBSRECHTS

Die Grundregeln des Wettbewerbsrechts finden auf die folgenden Sachverhalte Anwendung:

- ▶ auf den Umgang mit Wettbewerbern: sogenannte „horizontale Geschäftsbeziehungen“, und
- ▶ auf den Umgang mit Lieferanten, Vertriebshändlern und Kunden: „vertikale Geschäftsbeziehungen“, sowie
- ▶ wenn ein Unternehmen auf einem Markt über eine beherrschende Stellung oder wesentliche Marktmacht verfügt.



2.1 “HORIZONTALE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN” – BEZIEHUNGEN ZWISCHEN WETTBEWERBERN

Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern werden wegen ihrer erheblichen Auswirkungen auf den Markt oft per se als wettbewerbsschädigend betrachtet. Dementsprechend sind viele solcher Vereinbarungen verboten – und zwar ungeachtet der Frage, ob sie auf einer mündlichen oder schriftlichen Vereinbarung oder einer einfachen Verhaltensabstimmung beruhen.

2.1.1 Preissetzung und Lieferbedingungen – Preisabsprachen

In allen Ländern mit Wettbewerbsrecht ist es rechtswidrig, wenn sich Wettbewerber – ob nun direkt oder indirekt (z.B. über Vertriebshändler) – über die Höhe der Preise abstimmen, zu denen ihre Produkte Dritten angeboten werden sollen.

Insbesondere ist es verboten:

- ▶ Gemeinsam Verkaufs- oder Einkaufspreise, Preissenkungen oder Preissteigerungen festzulegen,
- ▶ Gemeinsam bestimmte Mindest- oder Höchstpreise oder Preisspannen festzulegen,
- ▶ Gemeinsam Rabatte, Preisnachlässe und andere Verkaufs- oder Einkaufsbedingungen festzulegen,
- ▶ Kosten- oder Preisinformationen auszutauschen, mit einer sich daraus ergebenden Festlegung ähnlicher Preise.

2.1.2 Zuweisung / Aufteilung von Märkten

Es ist rechtswidrig, wenn sich Wettbewerber, um die Konkurrenz zu minimieren, gegenseitig Absatzgebiete zuweisen und/oder vereinbaren. Wettbewerbern ist es auch nicht gestattet, Kunden untereinander aufzuteilen.

2.1.3 Boykott oder Verweigerung von Geschäftsbeziehungen

Nachfolgend beschriebene Verhaltensweisen sind rechtswidrig:

- ▶ wenn ein oder mehrere Wettbewerber miteinander vereinbaren, mit einem bestimmten Unternehmen keine Geschäfte zu machen (Boykott),

- ▶ wenn Wettbewerber untereinander vereinbaren, dass nur einer von ihnen sich weigern soll, mit einem bestimmten Unternehmen Geschäfte zu machen, oder
- ▶ wenn zwei oder mehr Wettbewerber ein Unternehmen bedrohen oder dazu zwingen, mit einem anderen Unternehmen, wie etwa einem Wettbewerber oder einem Lieferanten, keine Geschäfte zu machen.

2.2 VERTIKALE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN – BEZIEHUNGEN ZU LIEFERANTEN, VERTRIEBSHÄNDLERN UND KUNDEN

Zwar ergeben sich die größten wettbewerbsrechtlichen Risiken aus den Geschäftsbeziehungen zwischen Wettbewerbern, allerdings können auch Interaktionen mit Kunden, Lieferanten, Vertriebshändlern und anderen Unternehmen, zu denen SMARTRAC in einer vertikalen Beziehung steht, wettbewerbsrechtlich interessant sein.

DIE RECHTSVORSCHRIFTEN IN DEN EINZELNEN LÄNDERN SIND UNTERSCHIEDLICH. FRAGEN SIE VOR ABSCHLUSS VON VERTIKALEN VEREINBARUNGEN DIE RECHTSABTEILUNG UM RAT.

Besondere Aufmerksamkeit ist deshalb bei den folgenden Situationen geboten:

2.2.1 Wiederverkauf

In der Regel darf SMARTRAC seinen Abnehmern weder verbieten, ihre Produkte weiterzuverkaufen, wie und an wen sie wollen, noch sonstige Beschränkungen hinsichtlich des Wiederverkaufspreises auferlegen. In der Regel wird SMARTRAC nicht darauf bestehen können, dass der Abnehmer SMARTRAC-Produkte nicht weiterverkauft, sondern lediglich in dessen Produkte einbaut. In der EU werden Beschränkungen des Gebiets oder der Kundengruppe, in das oder in die der Abnehmer verkaufen darf in der Regel zu den schwerwiegendsten Verstößen gezählt („schwarze Klauseln“).

Unter bestimmten Umständen ist es jedoch möglich:

- ▶ einen exklusiven Wiederverkäufer in einem festgelegten geografischen Gebiet oder für eine bestimmte Klasse von Kunden zu ernennen,
- ▶ mit dem Wiederverkäufer zu vereinbaren, für einen bestimmten Zeitraum keine Produkte von Wettbewerbern zu verkaufen, oder
- ▶ mit dem Wiederverkäufer zu vereinbaren, seinen gesamten Bedarf an den Vertragsprodukten bei SMARTRAC zu decken.

Es ist aber stets verboten:

- ▶ Mindest- oder Wiederverkaufspreise, sowie maximale Preisaufschläge verbindlich vorzugeben,
- ▶ Wiederverkaufspreise in Bestellformularen, Preislisten, Katalogen etc., anzugeben,
- ▶ vom Vertriebshändler zu verlangen, die empfohlenen Wiederverkaufspreise einzuhalten,
- ▶ den Vertrag mit einem Vertriebshändler zu kündigen, weil dieser sich weigert, die empfohlenen Wiederverkaufspreise einzuhalten,
- ▶ dem Vertriebshändler zu verbieten, Rabatte oder Preisnachlässe zu gewähren,
- ▶ dem Vertriebshändler Formeln für die Berechnung der Preise zur Verfügung zu stellen,
- ▶ die Gewinnspanne für den Vertriebshändler vorzugeben,
- ▶ den Vertriebshändler systematisch dahingehend zu überwachen, ob er die Wiederverkaufspreise einhält.

Unverbindliche Empfehlungen für Wiederverkaufspreise anzugeben ist möglich (alle solche Angaben müssen den Vermerk „unverbindliche Preisempfehlung“ tragen), wenn zur Durchsetzung einer solchen Empfehlung kein Druck ausgeübt wird und keine entsprechenden Anreize geboten werden. Voraussetzung, es ist keine marktbeherrschende Stellung gegeben.

2.2.2 Ausschließlichkeitsvereinbarungen

Ausschließlichkeitsabsprachen sind ein wettbewerbsrechtlich heikles Thema, da diese den Zweck, zumindest aber die Wirkung haben, den Wettbewerb wesentlich einzuschränken.

Hierunter fallen z.B. langfristige Vereinbarungen, nach denen sich ein Kunde verpflichtet, seinen gesamten Bedarf an einem bestimmten Produkt oder einen wesentlichen Teil davon bei einem Verkäufer zu decken oder nach denen sich ein Verkäufer verpflichtet, seine gesamte Produktion eines bestimmten Produkts oder einen wesentlichen Teil davon, an einen bestimmten Kunden zu verkaufen. Sie können aber in bestimmten Fällen gestattet sein. Wenden Sie sich vor dem Abschluss solcher Vereinbarungen an die Rechtsabteilung und lassen Sie sich rechtlich beraten.

*BEDENKEN SIE, DASS EIN KUNDE GLEICHZEITIG SOWOHL
WETTBEWERBER, ALS AUCH LIEFERANT SEIN KANN.
ACHTEN SIE DARAUF, OB IN VERTRÄGEN VEREINBARUNGEN
ZWISCHEN WETTBEWERBERN ENTHALTEN SIND, DIE
KARTELLRECHTLICH BEDENKLICH SEIN KÖNNTEN.*

2.3 MISSBRAUCH EINER MARKTBEHERRSCHENDEN STELLUNG

Eine marktbeherrschende Stellung (auf dem relevanten Markt $\geq 40\%$ Marktanteil) zu haben, ist nicht verboten. Ein möglicher Verstoß bestünde jedoch darin, diese Position in missbräuchlicher Art und Weise auszunutzen. Deshalb unterliegen Handlungen solcher Unternehmen einer Missbrauchskontrolle.

Nach US-amerikanischen Recht sind missbräuchliche Verhaltensweisen solche, die nicht zur Verwirklichung eines legitimen Zweckes dienen, sondern lediglich dazu, einem Wettbewerber zu schaden. In der EU werden alle Verhaltensweisen hierrunter verstanden, die mit einer wesentlichen Verzerrung des Wettbewerbs oder einer Ausbeutung der Kunden einhergehen.

Einige Beispiele für missbräuchliches Verhalten eines marktbeherrschenden Unternehmens wären:

- ▶ systematisches Preisdumping gegenüber Wettbewerbern,
- ▶ sachgrundlose Preisdiskriminierung

- ▶ die Weigerung, mit einem Wettbewerber Geschäfte zu machen, ohne dass mit dieser Weigerung ein legitimer Zweck verfolgt wird,
- ▶ Eingehen von Verträgen mit Lieferanten nur um Wettbewerber von wesentlichen Lieferquellen abzuschneiden.

2.3.1 Systematisches Preisdumping

Eine bestimmte, als „Verdrängungspreise“ bekannte systematische Verhaltensweise bei der Preissetzung durch Unternehmen mit beherrschendem Marktanteil ist verboten.

Ein solches Unternehmen darf nicht über einen längeren Zeitraum Waren oder Dienstleistungen zu einem Preis liefern oder anbieten, der unterhalb der Herstellungskosten liegt, um:

- ▶ einen Wettbewerber auszuschalten oder wesentlich zu schädigen,
- ▶ andere am Markteintritt zu hindern, oder
- ▶ verminderte Anreize für Wettbewerb in einem Markt zu schaffen oder diesen gar zu verhindern.

2.3.2 Diskriminierung bei Preisen und anderen Geschäftsbedingungen

Ein Preisunterschied oder unterschiedlich gewährte Konditionen bei vergleichbaren Kunden stellen an sich noch keinen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht dar, wohl aber dann, wenn dies ohne sachlich gerechtfertigten Grund geschieht.

2.3.3 Treuerabatte und Preisnachlässe

Gewährte Rabatte und Preisnachlässe eines marktbeherrschenden Unternehmens sollten für alle (potenziellen) Kunden gleich und transparent sein und auf objektiven Kriterien beruhen. Die Gewährung von Preisnachlässen oder Rabatten an Kunden ist zulässig, wenn die Preissenkung aus objektiven Gründen gerechtfertigt ist. Mengenrabatte sind zulässig, wenn dadurch Kostenersparnisse an alle Käufer weitergegeben werden.

Auf der anderen Seite darf ein marktbeherrschendes Unternehmen aber keine Treuerabatte oder Preisnachlässe von seinen Lieferanten allein aufgrund seiner Marktstellung fordern.

2.3.4 Kopplungs- und Bündelungsgeschäfte

Von einem „Kopplungsgeschäft“ spricht man, wenn ein Verkäufer Waren oder Dienstleistungen (das „koppelnde Produkt“) nur unter der Bedingung anbietet, dass sich der Käufer zur Abnahme eines anderen Produktes oder einer anderen Dienstleistung (dem „gekoppelten Produkt“) bereiterklärt, die er möglicherweise gar nicht braucht. Solche Kopplungsgeschäfte sind rechtswidrig, wenn der Verkäufer diese allein aufgrund seiner beherrschenden Marktstellung nur so gekoppelt anbietet.

Die Problematik eines rechtswidrigen Kopplungsgeschäfts kann sich auch dann ergeben, wenn Produkte zwar separat gekauft werden können, die Preise aber so gestaltet sind, dass sie die Kunden dazu veranlassen, diese Produkte nur in „Paketen“ oder „Bündeln“ zu kaufen. Wenn ein Verkäufer also einen so hohen Rabatt für das Produktpaket anbietet, dass es keinen vernünftigen Weg gibt die einzelnen Komponenten des Pakets separat oder von unterschiedlichen Anbietern zu kaufen, könnte ebenfalls missbräuchliches Verhalten vorliegen.

3 INFORMATIONSAUSTAUSCH

Der Verdacht eines Verstoßes gegen Wettbewerbsrecht kann schon durch entsprechende Umstände oder Verhaltensweisen aufkommen.

Von einem Wettbewerber erhaltene Informationen können dazu genutzt werden, um eine der vorstehend genannten Vereinbarungen abzuschließen. Nicht alle Arten von Informationen fallen jedoch unter ein Verbot. Als Faustregel gilt: der Austausch von Informationen, die Rückschlüsse auf die Geschäftsstrategie zulassen, also darauf, wie die Geschäfte jetzt oder in der Zukunft geführt werden (sollen) ist verboten.

Führen Sie keine formellen oder informellen Gespräche über geschäftlich sensible Informationen. Geschäftlich sensible Informationen sind unternehmensbezogene Informationen, deren Austausch das künftige Verhalten der Wettbewerber beeinflussen könnte, z.B.:

- ▶ Preisinformationen: Ein- oder Verkaufspreise, Preispolitik
- ▶ Preisänderungen, aktuelle oder zukünftige Konditionen,
- ▶ Kapazitäten, Kosten oder Produktionsvolumen,

- ▶ Pläne bezüglich künftiger Geschäfte, Investitionen, Produkte, Marketing- und Werbestrategien,
- ▶ Beschaffungs- oder Ausschreibungspläne oder andere geschäftliche Strategien,
- ▶ Umsatzvolumen, -werte oder -quoten,
- ▶ Marktanteile,
- ▶ Geschützte technische Entwicklungen,
- ▶ Individuelle Beziehungen mit Kunden oder Lieferanten oder Einkaufsgemeinschaften, einschließlich des Standes oder Inhalts regelmäßiger Verhandlungen, sowie
- ▶ Vorschläge zu gemeinsamen Marktverhalten gegenüber bestimmten Unternehmen einschließlich von Kunden, Lieferanten und anderen Branchenteilnehmern, einschließlich von Boykotts und schwarzen Listen.

Hierbei spielt es keine Rolle, ob diese Informationen auf Verbandstreffen, anderen geschäftlichen Treffen, in Briefen, E-Mails, Aktennotizen oder bei informelleren Gelegenheiten (z.B. Geschäftsessen) ausgetauscht werden.

4 VERBÄNDE

Treffen von Verbänden stellen ein Risiko dar, da geschäftlich sensible Informationen dort leicht ausgetauscht werden könnten. Wenn Sie Mitglied in einem Verband werden wollen, sollten Sie sicher gehen, dass dieser, neben der fachlichen Eignung, ohne Diskriminierung allen offensteht und dass er die Ergebnisse seiner Arbeit auch veröffentlicht.

Bevor SMARTRAC einem Verband beitrifft, sollte die Rechtsabteilung in jedem Falle den Grund für diesen Beitritt, sowie alle Dokumente prüfen, in denen die Organisation und ihre Arbeitsweise beschrieben werden. Darüber hinaus sollten die Mitgliedschaft und das Ausmaß der Teilnahme in regelmäßigen Abständen überprüft werden, da sich der Zweck und die Aktivitäten einer Organisation mit der Zeit ändern können.

Es ist wichtig, auf Treffen von Verbänden nicht über geschäftlich sensible Informationen zu sprechen. Im Allgemeinen sollte es für jedes Treffen eine schriftliche Tagesordnung geben. Wenn Sie sich über

den Inhalt dieser Tagesordnung im Zweifel sind, sprechen Sie vorher mit der Rechtsabteilung. Wenn auf einem solchen Treffen über Dinge gesprochen wird, die ihrer Meinung nach nicht statthaft sein könnten, sollten Sie entweder nicht teilnehmen, es sei denn, dass diese Punkte aus der Tagesordnung gestrichen würden oder das Treffen verlassen und dafür sorgen, dass dies im Protokoll so auch festgehalten wird.

Es ist wünschenswert, Verbandstreffen zu protokollieren, um zu dokumentieren, dass sie ordnungsgemäß abgelaufen sind. Wenn Sie auf einem Treffen eines Verbandes sind und dort wird über etwas gesprochen, was nicht statthaft ist, sollten Sie darauf bestehen, dass dieses Gespräch umgehend abgebrochen wird oder das Treffen unverzüglich verlassen und Ihren Weggang protokollieren lassen. Wenden Sie sich danach umgehend an die Rechtsabteilung, um festzustellen, ob im Nachgang noch irgendwelche Maßnahmen erforderlich sind.

5 ACHTEN SIE AUF IHRE AUSDRUCKSWEISE

Alles, was in elektronischer oder schriftlicher Form festgehalten wird, ist auf unbestimmte Zeit gespeichert. Elektronische Informationen können selbst nach deren Löschung evtl. wieder hergestellt werden. Im Rahmen von behördlichen Durchsuchungen oder weil die Dokumente im Rahmen eines anderen Vorgangs bei Behörden vorgelegt werden müssen, könnten solche Informationen auch zur Kenntnis einer Kartellrechts- oder Strafverfolgungsbehörde gelangen.

Achten Sie deshalb bitte bei allen schriftlichen Äußerungen immer auf eine klare und eindeutige Sprache. Unbedachte Äußerungen über Sachverhalte, die wettbewerbsrechtlich eigentlich nicht bedenklich sind, könnten sonst ungerechtfertigten Verdacht erregen. Das gilt insbesondere für den E-Mail-Verkehr, wo man typischerweise weniger auf sorgfältige Formulierungen achtet als in anderen Formen der Korrespondenz.

Weiterhin müssen Sie beachten, dass E-Mails sehr schnell an eine große Gruppe von Personen weitergeleitet werden können, ohne dass man selbst die Kontrolle darüber hat.

6 FOLGEN VON VERSTÖSSEN

Verträge, die gegen Wettbewerbsverbote verstoßen sind (fast immer) nichtig.

Das Unternehmen kann von finanziellen und wirtschaftlichen Sanktionen getroffen werden. Und auch der fehlbare Mitarbeiter selbst kann von finanziellen oder gar strafrechtlichen Konsequenzen getroffen werden.

Die Palette der möglichen Sanktionen ist breit und abhängig von der ermittelnden Behörde. Sie reichen jedoch grundsätzlich von Auflagen, über empfindlichen Geldbußen, bis hin zu Gefängnisstrafen.

- ▶ In den USA können Bußgelder mehr als doppelt so hoch sein, wie der sich aus dem Verstoß ergebende Gewinn des Verstoßenden oder der Verlust des/der Geschädigten. Außerdem können US-Sanktionen auch schon dann verhängt werden, wenn das Verhalten Auswirkungen auf den US-amerikanischen Markt hat, egal wo auf der Welt es konkret stattfand.
- ▶ Im EU-Wettbewerbsrecht sind Bußgelder von bis zu 10% des weltweiten Umsatzes des Gesamtunternehmens während des vorausgegangenen Geschäftsjahres vorgesehen. Im deutschen Wirtschaftsstrafrecht gibt es zudem Freiheitsstrafen von bis zu 5 Jahren.

Darüber hinaus können die Behörden und Gerichte das künftige Geschäftsverhalten des Unternehmens durch entsprechende Anordnungen beschränken, z.B. zeitweiliger Ausschluss der Teilnahme an bestimmten Bieterverfahren u.ä. Außerdem können geschädigte Parteien auf Schadensersatz klagen.

Verfahren von Kartellbehörden können die Geschäftsabläufe erheblich stören. Neben einem Rufschaden durch negative Publicity sind auch erhebliche Einnahmenrückgänge zu befürchten. Außerdem sind in wettbewerbsrechtlichen Verfahren anfallende (Anwalts-) Kosten regelmäßig immens. Es ist deshalb sehr wichtig, dass Sie die vorstehend genannten Bestimmungen auch anwenden. Bei Unklarheiten fragen Sie bitte die Rechtsabteilung.

7 KONTAKT

Chief Compliance Officer
Dr. Benedict v. Saint André

SMARTRAC TECHNOLOGY GROUP

Albstrasse 14

70597 Stuttgart

Deutschland

Büro: + 49 711 656 926 176

Fax: + 49 711 656 926 11

Email: benedict.saintandre@smartrac-group.com