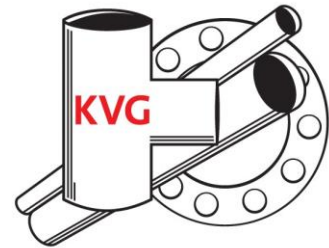


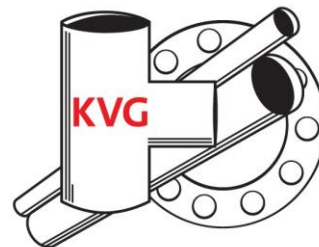
KARTELLRECHTLICHE COMPLIANCE der KVG

Verhaltensregeln, mit denen Sie Kartellrechtsverstöße vermeiden können

Schwere Kartellrechtsverstöße (Hard-Core-Absprachen)	DOS	DONT'S
	Entscheiden Sie eigenständig über Ihre Preise und die Bestandteile Ihrer Preise .	Treffen Sie mit Wettbewerbern keine Absprachen über Verkaufspreise oder Preisbestandteile , wie z.B. von Ihnen gewährte Preisnachlässe oder Rabatte, Boni, Liefermengen oder Ihre Gewinnspannen sowie von Ihnen zu tragende Kosten (z.B. Produktions-/Transportkosten, Rohstoffkosten, Zuschläge) 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 der mehr Unternehmen gegebenenfalls gemeinsam für ein Vorhaben bewerben („Bieter- bzw. Arbeitsgemeinschaft“). ⁴ Dies gilt erst recht für Kooperationen von Unternehmen, die aus verschiedenen Wirtschaftszweigen stammen und nicht Wettbewerber sind.	Stimmen Sie sich 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 Marktstrategien, Preise, Liefermengen usw. nur auf Ihr eigenes internes Geschäftsmodell Rücksicht.	Treffen Sie keine Absprachen mit Wettbewerbern über die Aufteilung von Märkten , indem Sie sich z.B. gegenseitig bestimmte Gebiete, Kunden oder Kundengruppen zuweisen („Markt“-oder „Kundenaufteilung“).	



Konzerntreffen	<p>Lehnen Sie Angebote eines Wettbewerbers ab, der Ihnen vertrauliche Informationen - vor allem zu Preisen, Preisbestandteilen, Märkten und Kunden - zukommen lassen möchte.</p> <p>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.</p> <p>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 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, Umsätze, Zahlungsbedingungen, Kapazitäten, Absatzmengen, Verkaufsbedingungen, Marketingpläne oder andere Strategien. Übermitteln Sie solche Informationen auch nicht einseitig an Wettbewerber.</p>
	<p>Sprechen Sie in firmenübergreifenden Sitzungen auf Konzernebene nur über nicht-wettbewerbsrelevante Themen. Ein rückblickender und anonymisierter Austausch über Geschäftsentwicklungen, der keine Rückschlüsse auf das individuelle Verhalten der Sitzungsteilnehmer zulässt, ist in engen Grenzen möglich.</p> <p>Sollte es dennoch in Ihrer Anwesenheit zu Gesprächen über wettbewerbsrelevant 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.</p>	<p>Sprechen Sie nicht in oder am Rande von firmenübergreifenden Sitzungen auf Konzernebene über sensible Marktthemen wie Preise, Preiserhöhungen, die Weitergabe von Kostensteigerungen oder Zuschlägen oder sonstige vertrauliche kunden- bzw. produktbezogenen Informationen.</p> <p>Schon die bloße Entgegennahme derartiger Informationen kann unzulässig sein.</p>
Sonstige Wettbewerb	<p>Geben Sie bei Wettbewerberkontakten oder Erhebungen/Befragungen nur solche Daten preis, durch die Wettbewerber nichts über Ihre Unternehmensstrategie erfahren (z.B. aggregierte, anonymisierte oder allgemeine Marktdaten).</p>	<p>Geben Sie bei Benchmarking-Erhebungen oder sonstigen Studien/Befragungen keine Informationen preis, die Ihr Unternehmen erkennen lassen oder die Aufschluss über Ihre Unternehmensstrategien geben.</p>



<p>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.</p>	<p>Nehmen Sie nicht an (offiziellen oder inoffiziellen) Treffen und Gesprächen teil, bei denen Ihre Wettbewerber unzulässige Gespräche über wettbewerblich sensible Themen führen. Dies gilt auch dann, wenn Sie selbst an den Gesprächen/Treffen nicht aktiv teilnehmen.</p>
<p>Entscheiden Sie eigenständig, mit wem Sie Geschäfte machen.</p>	<p>Sprechen Sie sich nicht mit Wettbewerbern ab, einzelne Kunden oder Lieferanten zu boykottieren („kollektiver Boykott“).</p>