

Code of Conduct

zur Einhaltung kartellrechtlicher Regelungen

► EINFÜHRUNG

Der Zusammenschluss von Unternehmen in einem Verband soll einerseits der Interessenwahrnehmung der Verbandsmitglieder nach außen, andererseits dem Austausch und der Kommunikation der Branchenangehörigen untereinander dienen. Hierbei besteht jedoch die Gefahr, dass die Grenze zu einer verbotenen Verhaltensabstimmung der konkurrierenden Unternehmen überschritten wird. Daher ist eine erhöhte Sensibilität der Verbandsmitglieder, die im Wettbewerb miteinander stehen, für kartellrechtlich relevantes Verhalten von großer Bedeutung. Die folgenden Leitlinien und Empfehlungen sollen eine derartige Sensibilisierung der Mitglieder unterstützen. Der SPECTARIS-Vorstand hat diese Leitlinien einstimmig verabschiedet und beauftragt die Geschäftsstelle mit der Überprüfung der Einhaltung dieses Code of Conduct.

► VERBANDSARBEIT

Der Verband übt seine Tätigkeit ausschließlich im Rahmen der geltenden Gesetze und Regulierungen aus. Der Verband soll nur solche Veranstaltungen planen, organisieren und durchführen, die zulässige Zwecke verfolgen. Es sollen Niederschriften dieser Veranstaltungen angefertigt und für die Mitglieder verfügbar sein.

Vom Verband entworfene Selbstverpflichtungen der Mitglieder, etwa zum Verbraucher- oder Umweltschutz, sollen transparent und Dritten zugänglich sein. Veröffentlichte Stellungnahmen, Empfehlungen und Pressemitteilungen sollen so formuliert sein, dass sie nicht den Eindruck wettbewerbswidriger Absprachen unter den Verbandsmitgliedern andeuten.

Der Verband entscheidet über die Aufnahme neuer Mitglieder unter Einhaltung seiner kartellrechtlichen Verpflichtung. Die Aufnahmekriterien sollen transparent sein. Hierfür ist ihre verbindliche Fixierung in der Verbandssatzung und beständige Anwendung unerlässlich.

► VORGABEN FÜR DIE MITGLIEDER

Verboten sind ausdrückliche Vereinbarungen mit Wettbewerbern und untereinander abgestimmte Verhaltensweisen, die eine Verhinderung oder Einschränkung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken. Wettbewerbsbeschränkend in diesem Sinne sind insbesondere:

- Austausch, Weitergabe oder Annahme von Informationen, die Rückschlüsse auf das gegenwärtige oder künftige Marktverhalten einzelner Unternehmen zulassen.
- Kommunikationen über Preise, Verkaufsbedingungen, Margen, Angebote, Produktions- oder Absatzquoten, Kalkulationen, Planungen, Kapazitäten, Marktanteilen, Investitionen usw. einzelner Unternehmen.

Erlaubte Inhalte sind:

- aktuelle Gesetzesvorhaben betreffende Diskussionen über das beabsichtigte Verhalten und eine gemeinsame Stellungnahme.
- Diskussionen über Lobbyaktivitäten und allgemeine Branchenkennzahlen, Konjunkturdaten und Wirtschaftstrends.
- Kommunikation bezüglich frei zugänglicher Informationen und Daten (z.B. aus Geschäftsberichten) und allgemeiner rechtlicher, gesellschafts- und wirtschaftspolitischer sowie weiterer Rahmenbedingungen.
- Austausch über Kunden mit schlechter Zahlungsmoral.
- Benchmarking-Aktivitäten

Folgende Verhaltensweisen sind untersagt:

- unfaire Geschäftspraktiken, Druckausübung auf Marktteilnehmer, Verdrängungswettbewerb
- Vereinbarungen mit dem Ziel, Kunden, Lieferanten oder andere Marktteilnehmer teilweise oder vollständig vom Markt auszuschließen (Boycott)
- Vereinbarungen mit dem Ziel, Märkte in irgendeiner Form aufteilen, sei es nach Kunden, Lieferanten, Absatzgebieten, Sparten etc.
- vertikale Absprachen zwischen Lieferanten und Kunden, sofern dadurch die Freiheit der Gestaltung von Preisen und Geschäftsbedingungen mit Dritten beschränkt oder dies bezweckt wird (Meistbegünstigungsklauseln und Ausschließlichkeitsbindungen wie Gesamtbedarfsdeckungen, Exklusivbelieferungen und Einkaufskooperationen mit Bezugszwang)
- Behinderung potentieller Wettbewerber am Marktzugang
- wettbewerbswidrige Unternehmenszusammenschlüsse und -übernahmen
- jedes kollektive oder einseitige Verhalten, das starke Marktpositionen missbraucht oder die Erreichung einer Marktmacht oder marktbeherrschenden Stellung mit missbräuchlichen Mitteln zum Ziel hat

Erlaubte Verhaltensweisen sind:

- Zusammenschluss zu Spezialisierungs- und Rationalisierungskartelle, aber nur soweit diese von den Kartellbehörden freigestellt werden.
- Kooperationen zur Förderung von Forschung und Entwicklung.
- Zusammenschluss für branchenweite Marketingaktivitäten.
- Zusammenschluss für branchenweite Qualitätsinitiativen.

Alle Verbandsmitglieder haben darauf zu achten, dass keine kartellrechtlich verbotenen Themen bei Verbandszusammenkünften wie Tagungen, Kongressen, Messen, Verbandssitzungen und sonstigen Treffen erörtert werden.

Um dem vorzubeugen und die erforderliche Transparenz zu wahren, soll im Vorfeld von Veranstaltungen eine Tagungsordnung erstellt und diese den Mitgliedern zur Kenntnis gegeben werden. Sollte es dennoch zu einer Behandlung der problematischen Inhalte kommen, sind solche Gespräche umgehend abzubrechen und dies zu dokumentieren. Dies gilt ebenso für den Austausch unter einzelnen Mitgliedern neben der Tagesordnung und außerhalb von Verbandszusammenkünften. Denn nicht nur förmliche Vereinbarungen, sondern auch

- abgestimmtes Verhalten,
- informelle Gespräche,
- formlose Gentlemen Agreements,

die eine Beschränkung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken – auch wenn sie keine bindende Verpflichtung begründen – sind grundsätzlich verboten. Schon der bloße Anschein solcher Praktiken soll vermieden werden.

Darüber hinaus:

Mitglieder sollen mit den Kartellbehörden zusammenarbeiten und im Rahmen der geltenden Rechtsnormen Anfragen vollständig und so zügig wie möglich beantworten. Auch sollten im Ausland tätige Mitglieder sich mit den dort jeweils geltenden Wettbewerbsregeln und Befugnissen der Kartellbehörden vertraut machen.

Mitglieder sollen auch sicherstellen, dass sich alle Mitarbeiter ihres Unternehmens der Bedeutung der Einhaltung der Wettbewerbsvorschriften bewusst sind und dementsprechend verhalten.

Bei Zweifeln an der Rechtmäßigkeit von Absprachen oder Verhaltensweisen sollte qualifizierte Rechtsberatung eingeholt werden. Hierbei ist auch der Verband behilflich.

Marktinformationsverfahren als Teil der Verbandstätigkeit

Da Marktinformationsverfahren den geschützten Geheimwettbewerb einschränken können, sind hier besondere Vorgaben einzuhalten. Sämtliche Erhebungen im Rahmen der Marktforschung wie Informationen über Marktverhältnisse, statistische Daten, neue Produkte, Verbrauchergewohnheiten usw. sind in anonymisierter Form zu erheben und veröffentlichen. Die ausdrückliche oder potentielle Identifikation einzelner Marktteilnehmer oder deren Marktverhalten sowie bestimmter Geschäftsabschlüsse ist verboten. Insbesondere auf Märkten mit wenig Teilnehmern oder wenigen Transaktionen im Erhebungszeitraum ist erhöhte Sensibilität geboten. Eine verbotene Preisstarrheit aufgrund von Preiszugeständnissen und fehlenden Wettbewerbsanreizen ist hier verstärkt zu befürchten. Daher dürfen keine individuellen Preise, Höchst- oder Tiefpreise, wohl aber Durchschnittspreise, ermittelt und veröffentlicht werden. Die Gefahr der Kartellrechtswidrigkeit von Marktinformationsverfahren steigt mit der Wettbewerbsrelevanz der erhobenen Daten, also mit deren Aktualität und Detailliertheit.