

# Warum kartellrechtliche Compliance gut für Ihr Unternehmen ist

Ein praktischer Leitfaden für kleine und mittlere Unternehmen  
zur Verbesserung ihrer Compliance

ICC-KMU Toolkit

## Kartellrecht – was hat das mit mir zu tun?

Das Kartellrecht – teilweise auch als „Wettbewerbsrecht“ oder in manchen Ländern als Regelungen über „Handelspraktiken“ bekannt – regelt, wie Unternehmen auf den Märkten, auf denen sie tätig sind, im Wettbewerb agieren sollen. Das Ziel des Kartellrechts ist die Förderung und der Schutz des unverfälschten und fairen Wettbewerbs – und die Bestrafung von Geschäftsverhalten, welches die Innovationstätigkeit untergräbt und Verbraucher schädigt.

### Ich betreibe nur ein kleines Unternehmen, da brauche ich mir doch keine Sorgen über das Kartellrecht zu machen – richtig? ... Falsch!

**In den meisten Ländern erfasst das Kartellrecht alle Branchen und Marktteilnehmer auf jeder Handelsstufe – einschließlich kleine und mittlere Unternehmen („KMU“), wie z.B. Ihr Unternehmen, sowie Einzelunternehmer bzw. Einzelkaufmänner.**

Die Art und Weise wie Sie selbst, aber auch die Geschäftsführung, Mitarbeiter und Handelsvertreter Ihres Unternehmens sich im Geschäftsverkehr verhalten, kann zu Kartellrechtsverstößen führen. Ein solcher Verstoß kann für Ihr Unternehmen und seine Mitarbeiter (Sie eingeschlossen) gravierende Konsequenzen haben, unter anderem hohe Geldbußen, Reputationsschäden und Rechtsstreitigkeiten (z.B. Klagen von denen, die für Sie die größte Bedeutung haben: Ihren Kunden). In einigen Ländern können sogar strafrechtliche Sanktionen verhängt werden.

Kartellrechtliche Vorschriften gibt es in über 140 Ländern. Die Durchsetzungs- und Eingriffsbefugnisse der Kartellbehörden werden ständig erweitert: Die Schlagzeilen in den Nachrichten machen es unmöglich, das Thema Kartellrecht zu ignorieren. Es ist deshalb von entscheidender Bedeutung, die richtigen Grundlagen zu schaffen! Selbst ein sehr kleines Unternehmen kann kartellrechtliche Compliance-Grundsätze oder ein Compliance-Programm haben: Dies bedeutet keinen großen Aufwand und muss auch nicht viel kosten.

**Wichtig ist vor allem die klare Entscheidung, das Richtige zu tun.** Es gibt zahlreiche Ressourcen, die Ihnen helfen können: Die praktischen Vorschläge in diesem ICC-KMU Toolkit sind dafür ein gutes Beispiel. Es ist nicht Sinn und Zweck dieses KMU-Leitfadens, Sie juristisch zu beraten – Rechtsrat sollten Sie von Ihrem Rechtsanwalt einholen. Der Leitfaden zeigt jedoch **drei wesentliche Risikofelder** auf, die es zu vermeiden gilt. Auch gibt er praktische Tipps, die Ihnen den Einstieg in das Thema Compliance erleichtern sollen.



**„Es braucht 20 Jahre, um sich einen guten Ruf zu erarbeiten, und fünf Minuten, um ihn zu zerstören. Wenn Sie sich das bewusst machen, werden Sie anders handeln.“ – Warren Buffet**

## Kartellrechtliche Compliance ist unternehmerisch sinnvoll

Das Kartellrecht zielt darauf ab, gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, damit sich dynamische, wettbewerbsfähige und innovative Märkte entwickeln können. Die Einhaltung des Kartellrechts bedeutet, „das Richtige“ für Ihre Kunden zu tun und in fairen Wettbewerb mit Konkurrenten zu treten.

Hierbei Fehler zu machen, kann erhebliche Auswirkungen auf den Gewinn Ihres Unternehmens haben. Für einen einzigen Verstoß können Geldbußen in Höhe von bis zu 10 Prozent Ihres weltweiten Unternehmensumsatzes verhängt werden und Kunden, die durch das rechtswidrige Verhalten Ihres Unternehmens beeinträchtigt wurden, können Sie auf Schadensersatz verklagen. Ihr Ruf – und auch Ihre Karriere – können durch einen Kartellrechtsverstoß zunichte gemacht werden. Compliance hilft Ihnen dabei, sich vor derartigen Gefahren zu schützen bzw. das Risiko zu verringern.

## Kartellrechts-Compliance gibt Ihnen einen Wettbewerbsvorsprung und hilft Ihnen im Kampf gegen diejenigen, die sich nicht an die Spielregeln halten

Eine glaubwürdige Herangehensweise an das Thema kartellrechtliche Compliance hat für Ihr Unternehmen eine Reihe von Vorteilen:

- Eine gestärkte Unternehmenskultur und das Bekenntnis der Mitarbeiter zum Grundsatz geschäftlicher Integrität. Dies wird den Ruf Ihres Unternehmens sowohl bei bestehenden als auch potentiellen Kunden verbessern und Ihnen einen Vorsprung im Wettbewerb um die größten Talente verschaffen.
- Größere Sicherheit, wenn Sie im Rahmen von geschäftlichen Verhandlungen mit kartellrechtlichen Themen konfrontiert werden – allein das Wissen, in welchen Fällen man Rechtsrat von einem Spezialisten einholen sollte, kann Ihnen helfen, aggressiver (und zugleich unter Einhaltung der Gesetze) am Markt aufzutreten.
- Verbesserte Sensibilisierung für Risiken – was zur Vermeidung und Früherkennung möglicher Probleme beiträgt, so dass Sie Ihr Unternehmen besser schützen können.
- Die Gewissheit, dass es leichter ist, ein Geschäft mit einem soliden Nachweis kartellrechtlicher Compliance zu veräußern: Kein Käufer möchte das Risiko künftiger Haftung für einen Kartellrechtsverstoß oder für andere wettbewerbswidrige Handlungen übernehmen!



## Drei wesentliche kartellrechtliche Risikofelder

### 1. Kartelle und verbotene Kollusion

Hiervon erfasst ist eine große Bandbreite rechtswidriger Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, nicht nur geheime Treffen in rauchverhangenen Hinterzimmern oder schriftliche Vereinbarungen. Ein einziges Gespräch kann ausreichen – siehe die nachfolgende Seite!

### 2. Beschränkungen in vertikalen Vereinbarungen

Vereinbarungen zwischen Unternehmen auf unterschiedlichen Stufen der Lieferkette (typischerweise Vertriebsverträge zwischen Herstellern und Weiterverkäufern) werden „vertikale“ Vereinbarungen genannt.

Soweit im Rahmen solcher vertikalen Vereinbarungen die Wiederverkaufspreise festgesetzt werden („Preisbindung der zweiten Hand“) oder dem Weiterverkäufer oder Vertriebshändler Beschränkungen auferlegt werden, in welche Gebiete (oder an welche Kunden) er die Vertragsprodukte verkaufen darf, können diese Regelungen nach dem anwendbaren Kartellrecht unzulässig sein: Sie müssen die Regeln kennen, die in den Ländern gelten, in denen Ihr Unternehmen tätig ist.

### 3. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung oder Marktmacht

Ein Unternehmen mit erheblicher Marktmacht (erkennbar z.B. durch hohe Marktanteile, üblicherweise > 40 %) kann eine sogenannte „marktbeherrschende Stellung“ innehaben.

Das bloße Innehaben einer marktbeherrschenden Stellung ist grundsätzlich nicht verboten, der Missbrauch dieser Stellung kann es dagegen sein. Beispiele für einen Missbrauch können unter anderem unberechtigte Lieferverweigerungen gegenüber (potentiellen) Abnehmern oder die nicht gerechtfertigte unterschiedliche Behandlung von Kunden (rechtswidrige Diskriminierung) sein. Wenn Sie denken, Ihr Unternehmen könnte Marktmacht haben, lassen Sie sich rechtlich darüber beraten, was Sie tun dürfen bzw. welche Verhaltensweisen verboten sind.



## Kartelle und Kollusion

Kartelle (und andere Formen verbotener Kollusion) haben mit großer Wahrscheinlichkeit schädliche Auswirkungen auf den Wettbewerb sowie für Kunden und Verbraucher. Auch informelle Vereinbarungen (sogenannte „Gentlemen's Agreements“) oder ein Informationsaustausch mit Wettbewerbern können hohe Geldbußen zur Folge haben. Die Kartellbehörden können Unternehmen sanktionieren, ohne nachweisen zu müssen, dass eine Vereinbarung auch tatsächlich umgesetzt wurde. Stellen Sie also sicher, dass jeder die Regeln kennt und befolgt. Das Kartellrecht verbietet grundsätzlich Folgendes:

- **Preisabsprachen** – Es kommt zu einer Preisabsprache, wenn Wettbewerber die Preise diskutieren, die sie jeweils von ihren Kunden verlangen werden. Bereits eine Abstimmung darüber, einen bestimmten „Preisbestandteil“ – z.B. besondere Zahlungsbedingungen oder Zahlungsziele, Rabatte, Zuschläge oder Sonderangebote – anzubieten oder nicht zu gewähren, kann eine Preisabsprache darstellen. In einigen Fällen kann bereits der Austausch von Preisinformationen unzulässig sein.
- **Markt- oder Kundenaufteilung** – Eine Markt- oder Kundenaufteilung liegt vor, wenn sich Wettbewerber darauf einigen, sich in bestimmten Gebieten oder um bestimmte Kunden keinen Wettbewerb zu machen.
- **Absprachen bei Ausschreibungen** – Solche Absprachen liegen vor, wenn Wettbewerber vereinbaren, das Ergebnis von Ausschreibungen zu beeinflussen, z.B. indem sie abwechselnd hohe oder niedrige Angebote abgeben, sich verabreden, überhaupt kein Angebot abzugeben oder ein abgegebenes Angebot zurückzuziehen.
- **Absprachen über die Einstellung oder Beschränkung der Produktion** – Es kommt zu solchen Absprachen, wenn Wettbewerber vereinbaren, die Produktionsmenge zu beschränken, indem sie Produktionsstätten schließen oder nicht erweitern, die Produktion drosseln oder bereits produzierte Waren einlagern, anstatt sie auf den Markt zu bringen.
- **Kollektive Boykotte anderer Marktteilnehmer** – Ein Boykott liegt vor, wenn Unternehmen übereinkommen, bestimmte Kunden nicht zu beliefern oder keine Geschäfte mit bestimmten Lieferanten zu machen. Auch eine Einigung zwischen Wettbewerbern, Druck auf Lieferanten oder Kunden auszuüben, damit diese keine Geschäfte mit anderen Unternehmen tätigen, ist davon erfasst.

In Anbetracht des strengen Verbots von Kartellabsprachen ist es empfehlenswert, dass Sie bei einer geplanten Zusammenarbeit oder Kontaktaufnahme mit einem Wettbewerber Rechtsrat einholen, um sicherzustellen, dass die geplante Maßnahme wettbewerbsfördernd ist und dass angemessene Sicherheitsvorkehrungen getroffen werden. Zum Beispiel können **gemeinsame Angebote bei Ausschreibungen** zulässig sein, wenn die beteiligten Unternehmen nicht in der Lage sind, eigenständige Angebote abzugeben. Es darf jedoch nicht zu einer verbotenen Absprache bei Ausschreibungen kommen. Eine ähnliche Situation kann sich auch bei **Benchmarking-Aktivitäten** unter Wettbewerbern ergeben: Benchmarking kann den Wettbewerb stärken, aber es darf nicht zu einem rechtswidrigen Informationsaustausch führen.

## Richtig handeln – fünf einfache Schritte

### Es gibt fünf Elemente, mit denen jedes Unternehmen das Thema Kartellrechts-Compliance bewältigen kann:

1. **Commitment:** Der wichtigste Faktor für die erfolgreiche Etablierung einer Compliance-Kultur ist ein klares Bekenntnis der Führungsebene zur Compliance („**tone from the top**“). Die Geschäftsführung und die oberste Managementebene müssen ein klares, sichtbares und persönliches Bekenntnis dazu abgeben, „das Richtige zu tun“. Denn nur so können auch die Mitarbeiter das nötige Vertrauen gewinnen, ihrerseits die richtigen Entscheidungen zu treffen und, wenn notwendig, Regelverstöße und Missstände offen zur Sprache zu bringen. Ein im Unternehmen umfassend bekannt gemachtes Compliance-Commitment der Führungsebene hilft, das Bekenntnis zur geschäftlichen Integrität und Einhaltung der Gesetze nachhaltig in der Unternehmenskultur zu verankern.
2. **Risikoanalyse:** Sie müssen die **spezifischen kartellrechtlichen Risiken**, denen Ihr Unternehmen ausgesetzt ist, erkennen und verstehen – auf Seite 7 finden Sie eine Checkliste, die Ihnen bei der Risikoanalyse hilft. So müssen Sie keine wertvollen Ressourcen darauf verschwenden, sich über völlig fernliegende Risiken Gedanken zu machen.
3. **Risikominimierung:** Setzen Sie die **richtigen Kontrollmaßnahmen** ein, um die Risiken für Ihr Unternehmen zu minimieren – entsprechende Vorschläge dazu finden Sie ab Seite 8. Die Maßnahmen müssen grundsätzlich so gestaltet sein, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein von Ihnen als „Risikofaktor“ identifiziertes geschäftliches Verhalten (z.B. Kontakte mit Wettbewerbern auf Messen) kartellrechtliche Bedenken aufwirft, soweit wie möglich minimiert wird. Da das Kartellrecht natürlich nur einer von vielen rechtlichen Risikofaktoren ist, mit denen Sie sich im Geschäftsverkehr auseinandersetzen müssen, denken Sie auch darüber nach, wie Sie Ihre Compliance-Bemühungen für andere Bereiche (z.B. Bekämpfung von Bestechung und Korruption, Datenschutz...) angehen, um hier ein stimmiges Gesamtkonzept zu finden.
4. **Überprüfen Sie Ihre Compliance-Bemühungen:** Überlegen Sie, wie Sie in der Praxis **überprüfen können**, dass jeder für Ihr Unternehmen Handelnde tatsächlich die Gesetze einhält – und, sofern erforderlich, verbessern Sie Ihre Vorgaben und Kontrollmaßnahmen, wenn und wo Sie Probleme erkennen.
5. **Blieben Sie dran:** Nichts steht still. Erneuern Sie regelmäßig Ihr Commitment, das Richtige zu tun, damit Compliance ein integraler Bestandteil des geschäftlichen Handelns Ihres Unternehmens wird und immer das sich fortentwickelnde Risikoprofil Ihres Unternehmens widerspiegelt.

# Wie erkennen Sie die Kartellrechtsrisiken, denen Ihr Unternehmen ausgesetzt ist?

Es gibt im Bereich des Kartellrechts drei wesentliche Risikofelder (wie bereits auf Seite 3 beschrieben):

## 1. Kartelle und verbotene Kollusion (einschließlich wettbewerbswidriger Informationsaustausch)

## 2. Beschränkungen in vertikalen Vereinbarungen

## 3. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung oder von Marktmacht

Sie müssen die spezifischen Kartellrechtsrisiken, die für Ihr Unternehmen tatsächlich relevant sind, anhand Ihres geschäftlichen Umfeldes ermitteln und bewerten. Dazu können Sie die folgende **Checkliste** heranziehen. Fragen Sie sich:

- Sind Sie sicher, dass allen Ihren Mitarbeiter bewusst ist, dass Gespräche mit Wettbewerbern über Preise, Mengen, Kunden und Gebiete rechtswidrig sein können (und in einigen Ländern sogar als Straftat angesehen werden)?
- Wissen Ihre Mitarbeiter, was zu tun ist, wenn ein Wettbewerber eine möglicherweise rechtswidrige Diskussion mit ihnen anfängt? Haben Sie Ihren Mitarbeitern Verhaltensregeln zur Verfügung gestellt, die erläutern, dass sie unangemessene Vorschläge von Wettbewerbern klar zurückweisen sollen und wie dies zu tun ist?
- Soweit Sie Ihre Mitarbeiter zu Branchenveranstaltungen (Verbandstreffen, Konferenzen oder Empfänge) schicken: Sind Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter genug über die mit solchen Veranstaltungen verbundenen Gefahren wissen, um keine unangemessenen Diskussionen mit Wettbewerbern zu führen?
- Können Sie darlegen, dass Ihr Unternehmen sich schützt?



## Checkliste, um wettbewerbsrechtliche Risiken zu identifizieren

	JA	NEIN
<input type="checkbox"/> Spricht ein Vertreter Ihres Unternehmens mit Wettbewerbern oder nimmt anderweitig Kontakt zu Wettbewerbern auf?		
<input type="checkbox"/> Besuchen Sie oder Mitarbeiter Ihres Unternehmens Verbands- oder Branchentreffen?		
<input type="checkbox"/> Sind Ihre Wettbewerber zugleich Ihre Geschäftspartner?		
<input type="checkbox"/> Sind Sie an einem Gemeinschaftsunternehmen mit einem Ihrer Wettbewerber beteiligt?		
<input type="checkbox"/> Sind Ihre Wettbewerber zugleich Ihre Kunden oder Lieferanten?		
<input type="checkbox"/> Stehen Sie im Wettbewerb mit den Vertriebshändlern Ihrer Produkte?		
<input type="checkbox"/> Kommt es in Ihrer Branche häufig zu Arbeitgeberwechseln von Mitarbeitern konkurrierender Unternehmen?		
<input type="checkbox"/> Gibt es Anhaltspunkte dafür, dass Ihre Mitarbeiter Informationen über Preise oder Geschäftspläne von Wettbewerbern haben?		
<input type="checkbox"/> Schließen Sie mit Ihren Kunden oder Lieferanten langjährige Exklusivvereinbarungen?		
<input type="checkbox"/> Bestehen Vereinbarungen über den gemeinsamen Vertrieb oder Einkauf?		
<input type="checkbox"/> Enthalten Ihre Verträge Verpflichtungen betreffend den Austausch vertraulicher, wettbewerbsrechtlich sensibler Informationen?		
<input type="checkbox"/> Legt Ihr Unternehmen Vertriebshändlern, Handelsvertretern oder Kunden Beschränkungen hinsichtlich des Weiterverkaufs auf?		

Die Bewertung von Risiken im Zusammenhang mit dem Missbrauch von Marktmacht ist komplex und schwierig. Sie erfordert qualifizierte rechtliche Beratung. Sie können sich jedoch fragen: Hat Ihr Unternehmen auf (zumindest) einem Markt, auf dem Sie tätig sind, einen hohen Marktanteil (siehe Seite 3)?

## Wie können Sie die erkannten Kartellrechtsrisiken minimieren?

In der realen Welt gibt es **keine „risikofreien Bereiche“**. Wenn Sie eine der Fragen auf der vorherigen Seite mit „Ja“ beantwortet haben, müssen Sie Kontrollmaßnahmen treffen, um die identifizierten Kartellrechtsrisiken zu minimieren. Die **„Top Ten“ unserer praktischen Vorschläge** für ein gutes Compliance-Programm sind im Folgenden aufgeführt:

1. **Ernennen Sie einen Compliance-Beauftragten** – Natürlich kann nicht eine Person alleine für die kartellrechtliche Compliance verantwortlich sein. Denn jeder Mitarbeiter hat Verantwortung für sein Handeln und spielt deshalb auch bei den Compliance-Bemühungen eine Rolle. Zudem bleibt die letztendliche Verantwortlichkeit bei Ihnen als Unternehmensleitung. Es ist dennoch empfehlenswert, einen hochrangigen Mitarbeiter zu benennen, der die Compliance-Anstrengungen vorantreibt und sicherstellt, dass Ihr Unternehmen als Ganzes sich diesen Anstrengungen anschließt. Für die Position des Compliance-Beauftragten kann z.B. der Chef Ihrer Finanzabteilung oder ein Syndikusanwalt – oder in einem sehr kleinen Unternehmen einer der Geschäftsführer oder eine andere Führungskraft – ein geeigneter Kandidat sein.
2. **Identifizieren Sie Ihre Risiken und erstellen Sie einen Maßnahmenplan zur Risikominimierung** – Denken Sie dabei auch darüber nach, Ihren Plan mit öffentlich verfügbaren Informationen über „best practices“ kartellrechtlicher Compliance-Programme abzugleichen (Benchmarking). Im Internet werden Sie hierzu eine Vielzahl von nützlichen Informationen und Hilfsmitteln auch für kleine Unternehmen finden.
3. Wenn Sie Ihre Geschäftspraktiken überprüfen, **entscheiden Sie, welche Aktivitäten eingestellt werden sollten** – Als hoch riskant eingestufte Aktivitäten wie Gespräche mit Wettbewerbern sind zumeist keine gute Idee. Wenn Sie bestimmte Aktivitäten aufrechterhalten wollen, hierfür aber erhöhte Sicherheitsmaßnahmen erforderlich sind, entwickeln Sie diese und setzen Sie sie unverzüglich um.
4. **Stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter die für Ihren Markt relevanten Regeln verstehen** – Das gilt insbesondere für Mitarbeiter, die Kontakte mit Wettbewerbern haben oder die Geschäftsabwicklung mit Ihren Vertriebshändlern betreuen. Denken Sie darüber nach, für diese Mitarbeiter **einfache Schulungsmaßnahmen oder Verhaltensleitfäden** anzubieten. Sie sollten in jedem Fall sicherstellen, dass diese Mitarbeiter verstehen, dass Sie von ihnen gesetzeskonformes Verhalten erwarten.
5. **Schulungen oder die sonstige Vermittlung von Compliance-Kenntnissen müssen nicht teuer sein** – im Internet gibt es zahlreiche kostenlos abrufbare Ressourcen und viele Wettbewerbsbehörden haben einfache Leitfäden speziell für kleine Unternehmen veröffentlicht.



6. Stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter jede **Kommunikation mit Wettbewerbern** (egal ob direkt oder indirekt) über wirtschaftlich sensible Informationen, wie z.B. Preispolitik, Marktverhalten und Wettbewerbsstrategien, **vermeiden**. Seien Sie vorsichtig, wenn Sie Berater beauftragen, die auch für Ihre Wettbewerber arbeiten – vereinbaren Sie immer, dass Ihre Geschäftsinformationen vertraulich behandelt werden!
7. Bestimmen Sie einen Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, der dafür verantwortlich ist, die **Teilnahme an Verbandstreffen oder Branchenveranstaltungen zu überwachen** und der immer darüber informiert ist, welche Mitarbeiter an diesen Veranstaltungen teilnehmen. Die teilnehmenden Mitarbeiter müssen vorab gut über die einzuhaltenden Verhaltensregeln informiert werden. Es ist empfehlenswert, für diese Aufgabe einen Mitarbeiter auszuwählen, der die (völlig legitimen) wirtschaftlichen/geschäftlichen Gründe für Branchenkontakte versteht und die richtigen Sicherheitsmaßnahmen trifft.
8. Überlegen Sie, wie Sie mit „**Hochrisiko**“-Mitarbeitern umgehen – fragen Sie sich: Sollten Sie es unterbinden, dass Mitarbeiter, die für die Preispolitik in Ihrem Unternehmen verantwortlich sind (z.B. Verkaufsleiter), an Branchentreffen teilnehmen, die wahrscheinlich auch von Wettbewerbern besucht werden?
9. Denken Sie darüber nach, wie Sie **sicherstellen und dokumentieren** können, dass Sie Ihre geschäftlichen und strategischen Entscheidungen unabhängig von Ihren Wettbewerbern treffen.
10. Zu guter Letzt: Überlegen Sie sich, wie Sie sich verhalten würden, wenn **tatsächlich etwas schief geht**. In einer Krise ist es vor allem wichtig, die Ruhe zu bewahren und die richtigen Schritte in die Wege zu leiten, um das Unternehmen und die Mitarbeiter zu schützen. Eine gute Vorbereitung kann hier einen großen Unterschied machen.



## Beispiele für einfache „Dos und Don'ts“

Wir stellen hier einige von ICC-Mitgliedern zur Verfügung gestellte Beispiele vor. Sie sollten jedoch Ihre eigenen „Dos und Don'ts“ (oder eine vergleichbare einfache Checkliste) entwerfen, die die spezifischen Risiken Ihres Unternehmens abdecken.

### Beispiel 1: Checkliste für Mitarbeiter

- **Warum** gebe ich diese Informationen weiter (habe ich einen rechtmäßigen Grund dafür)?
- An **wem** gebe ich sie weiter (ist es ein Wettbewerber oder ein potentieller Wettbewerber)?
- **Was** gebe ich weiter (sind es wettbewerbslich sensible Informationen)?
- **Könnten** diese Informationen das Marktverhalten eines Wettbewerbers beeinflussen? (Falls ja, geben Sie die Informationen nicht weiter!)
- **Wie** ist die Außenwahrnehmung?
  - Wie würde es in der Presse oder in den Nachrichten aussehen?
  - Erscheint es als „richtig“?
  - Würde ich mich anstelle des Kunden betrogen fühlen?
- **Kann** ich beweisen, dass das Unternehmen seine Entscheidungen selbstständig (ohne Absprachen mit anderen) getroffen hat?
- **Bin ich mir sicher**, dass das Verhalten legal ist? Falls nicht, setzen Sie sich bitte mit Ihrem Rechtsanwalt in Verbindung.



**Sollten Sie Zweifel haben, FRAGEN SIE EINFACH UM HILFE.**

## Beispiel 2: Verhaltensregeln für potentiell kartellrechtswidrigen Informationsaustausch mit Wettbewerbern

- Sprechen Sie nicht mit Wettbewerbern – und zwar auch nicht informell, einschließlich per E-Mail – über die Preisgestaltung, Produktion, Kunden oder Märkte, es sei denn, es gibt hierfür eine rechtliche Basis. Holen Sie immer rechtlichen Rat ein, ob Ihr Vorgehen rechtmäßig ist.
- Entscheidungen über unsere Preisgestaltung, Produktion, Kunden und Märkte müssen vom Unternehmen eigenständig getroffen werden.
- Besprechen Sie nicht mit Wettbewerbern
  - mit welchen Lieferanten, Kunden oder Auftragnehmern unser Unternehmen Geschäfte macht oder zu machen plant; oder
  - In welchen Märkten unser Unternehmen verkaufen will oder zu welchen Bedingungen das Unternehmen Geschäfte machen wird.
- Verlassen Sie Branchentagungen, wenn wettbewerblieh heikle Themen zur Sprache kommen, und stellen Sie sicher, dass Ihr Gehen zur Kenntnis genommen und protokolliert wird.
- Berichten Sie die Angelegenheit sofort der Geschäftsführung.
- Informieren Sie die Verantwortlichen im Unternehmen immer dann, wenn Sie Kenntnis von wettbewerbsbeschränkenden Praktiken haben oder wenn Sie unsicher sind, ob Verhaltensweisen rechtmäßig sind oder nicht.

## Beispiel 3: Leitfaden für Branchenkontakte

- Mit Wettbewerbern über heikle Themen, z.B. die Preiskalkulation, Märkte, Produktionsmengen, Kunden und andere wettbewerbliche Parameter, zu diskutieren, kann den Wettbewerb behindern und damit rechtswidrig sein.
- Holen Sie rechtlichen Rat ein, bevor Sie Mitglied in einem Industrieverband werden oder Ihre Mitgliedschaft erneuern, und stellen Sie sicher, dass der Verband sich klar zur Einhaltung der kartellrechtlichen Vorschriften bekennt.
- Lassen Sie sich vor jedem Treffen oder Telefonat eine Kopie der Tagesordnung oder Agenda geben. Wenn keine Tagesordnung oder Agenda zur Verfügung gestellt wird, sollten Sie nicht teilnehmen, wenn auch Wettbewerber dabei sind. Stellen Sie sicher, dass die Protokolle der Treffen immer überprüft und etwaige Fehler offengelegt und berichtigt werden.
- Seien Sie vorsichtig, wenn Sie Branchentreffen besuchen – nehmen Sie sich vor Diskussionen in Acht, die kartellrechtlich bedenklich sein könnten.
- Wenn wettbewerblieh heikle Themen zur Sprache kommen, verlassen Sie die Veranstaltung und sorgen Sie dafür, dass dies zur Kenntnis genommen und protokolliert wird.
- Informieren Sie sofort das Unternehmen (den Compliance Officer, Syndikusanwalt, einen anderen für die Compliance verantwortlichen Mitarbeiter oder im Falle eines sehr kleinen Unternehmens ein Mitglied der Geschäftsführung) über jeden Vorfall dieser Art.

## Für mehr Information

Dieser Leitfaden zur kartellrechtlichen Compliance für KMUs („ICC-KMU Toolkit“) wurde von der Internationalen Handelskammer (ICC) herausgegeben und soll sicherstellen, dass Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter die Wettbewerbsregeln verstehen und Sie Ihre Geschäftstätigkeit ethisch und rechtlich korrekt gestalten.

Das KMU Toolkit erteilt keinen Rechtsrat und ersetzt keine Rechtsberatung, sondern es gibt einen kurzen Überblick über die Bereiche, auf die Ihr Unternehmen achten sollte. Auch bietet es praktische Tipps, die Ihnen dabei helfen, ein glaubwürdiges Konzept für kartellrechtliche Compliance zu entwickeln oder auszubauen. Das Toolkit weist auf drei Risikofelder hin, erläutert fünf Elemente von Compliance und nennt die „Top Ten“ Tipps der ICC für ein gutes Compliance-Programm.

Unternehmen, die weitere Beratung benötigen, sollten sich mit dem „ausführlichen“ ICC Toolkit zur Kartellrechtlichen Compliance befassen und unabhängigen Rechtsrat einholen. <http://www.iccwbo.org/advocacy-codes-and-rules/areas-of-work/competition/icc-antitrust-compliance-toolkit/>

## Über die Internationale Handelskammer (ICC)

Die Internationale Handelskammer (ICC) fördert offene Märkte und Investitionen und hilft Unternehmen, mit den Herausforderungen und Chancen einer zunehmend integrierten Weltwirtschaft umzugehen. Das globale Netzwerk der ICC umfasst mehr als sechs Millionen Unternehmen, Industrie- und Handelskammern, Verbände und Kanzleien in mehr als 130 Ländern.

ICC-Mitglieder sind in ihren jeweiligen nationalen Komitees engagiert, die ihre Interessen und ICC-Positionen gegenüber der jeweiligen Regierung vertreten. Darüber hinaus repräsentiert die ICC die Interessen der internationalen Wirtschaft gegenüber den Vereinten Nationen, der WTO, den G20 sowie anderen internationalen Organisationen. Mehr als 3.000 Experten aus dem ICC-Mitgliedskreis stellen branchenübergreifend ihr Know-how und ihre Erfahrung zur Erarbeitung von ICC-Positionen zur Verfügung. ([www.iccgermany.de](http://www.iccgermany.de))

### Copyright © 2017 International Chamber of Commerce (ICC)

Dieses Werk ist, einschließlich aller seiner Teile, urheberrechtlich geschützt. Die Internationale Handelskammer (ICC) ist Inhaberin der Urheberrechte an der englisch-sprachigen Version, ICC Germany e.V. ist Inhaberin der Urheberrechte an der deutschsprachigen Version. Jegliche Vervielfältigungen, auf welche Art auch immer – sei es auf grafischem, elektronischem oder mechanischem Weg, einschließlich aller Arten von Fotokopien und aller anderen Erfassungsarten – ist ohne schriftliche Einwilligung von ICC Services, Publications Department und ICC Germany untersagt.

# Das ICC Toolkit zur Kartellrechtlichen Compliance



2013 veröffentlichte die Internationale Handelskammer (ICC) das ICC Antitrust Compliance Toolkit. Das Toolkit unterstützt Unternehmen bei der Implementierung und Weiterentwicklung kartellrechtlicher Compliance-Programme. Es kombiniert Vorschläge für unternehmensinterne Richtlinien mit konkreten Ratschlägen sowie "best practice"-Beispielen. Dabei sind die Elemente des Toolkits nicht als umfassende oder bindende Aufzählung dessen zu verstehen, was ein kartellrechtliches Compliance-Programm leisten muss. Vielmehr möchten sie allgemein bewährte Praktiken widerspiegeln.

ICC Germany stellt eine deutsche Fassung bereit, um dem Toolkit im deutschsprachigen Raum zur Anwendung zu verhelfen und so zu einer Verbreitung hoher Compliance-Standards im Kartellrecht beizutragen. Neben der englischen und deutschen Sprachfassung stehen Interessierten auch weitere Sprachversionen wie Französisch und Russisch kostenlos zur Verfügung.

[http://www.iccgermany.de/fileadmin/user\\_upload/Content/Wettbewerb/ICC\\_Toolkit\\_zur\\_Kartellrechtlichen\\_Compliance.pdf](http://www.iccgermany.de/fileadmin/user_upload/Content/Wettbewerb/ICC_Toolkit_zur_Kartellrechtlichen_Compliance.pdf)

