



WETTBEWERBSRECHTLICHE COMPLIANCE VERSTEHEN

Ein praktischer Leitfaden für KMU
2017



Wer wir sind

BusinessEurope ist der führende Vertreter für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit auf europäischer Ebene. Wir stehen hinter Unternehmen überall auf diesem Kontinent und engagieren uns in jenen Themen, die den größten Einfluss auf den Erfolg unserer Mitglieder haben. Als anerkannter Sozialpartner sind wir ein Sprachrohr für Unternehmen jeder Größe in 34 europäischen Ländern, deren nationale Wirtschaftsverbände unsere direkten Mitglieder sind.

Haftungsausschluss

Diese Broschüre ist kein Ersatz für eine Rechtsberatung durch einen Experten oder für einen möglicherweise benötigten Rechtsbeistand. Sie enthält lediglich Erläuterungen, die Ihnen ein Verständnis der Grundlagen der wettbewerbsrechtlichen Compliance vermitteln sollen. Gleichzeitig hilft Ihnen dieser Leitfaden dabei, Situationen zu erkennen, in denen es am besten ist, einen Rechtsbeistand beizuziehen. BusinessEurope übernimmt keinerlei Haftung für den Missbrauch von in diesem Dokument enthaltenen Informationen.

BusinessEurope verurteilt entschieden jegliche Verletzung des Wettbewerbsrechts.

Die vorliegende **deutsche Fassung** ist die Übersetzung einer Broschüre, die BusinessEurope unter Berücksichtigung aller europäischen Rechtsordnungen verfasst hat. Es kann daher Unterschiede hinsichtlich spezieller nationaler Vorschriften und Tatbestände sowie der verwendeten Termini geben.

Weitere Informationen:



BUSINESSEUROPE

Avenue de Cortenbergh 168 – 1000 Brüssel, Belgien

Tel: +32(0)22376511 / Fax: +32(0)22311445

E-Mail: main@busnesseurope.eu

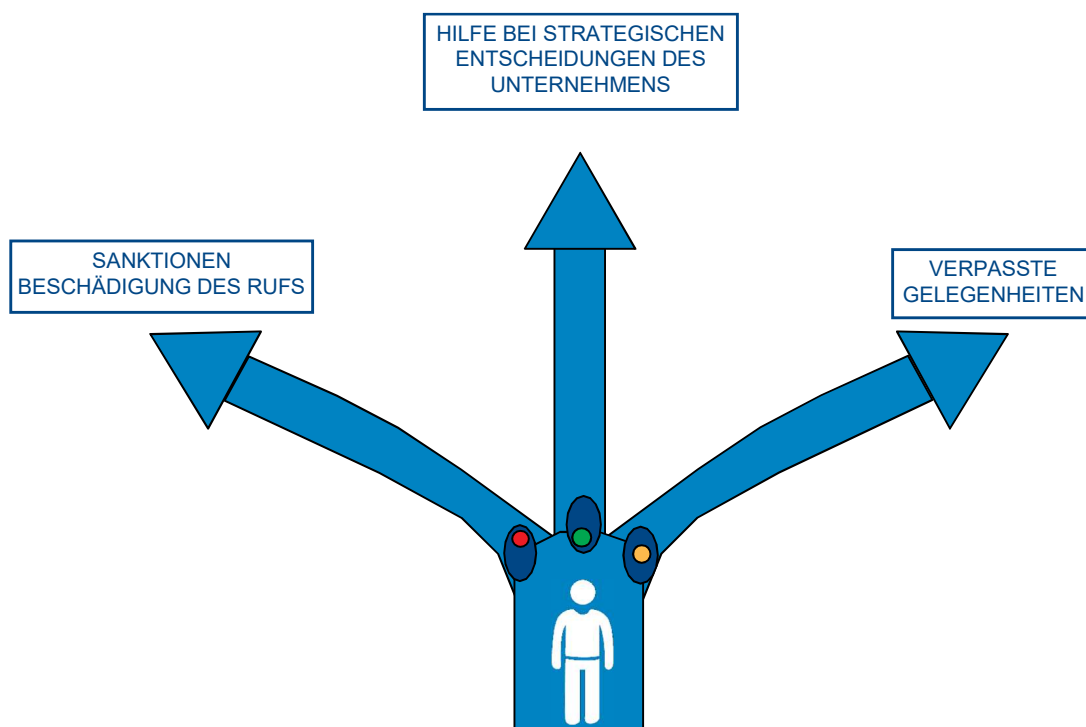
WWW.BUSINESSEUROPE.EU

Warum soll ich diese Broschüre lesen?

Es ist unerlässlich für jedes Unternehmen, die wesentlichen Prinzipien des Wettbewerbsrechts zu verstehen – und zwar bei jeder Entscheidung über Strategie, Preispolitik, Vertriebskanäle und viele andere unternehmerische Themen. Unser Ziel ist es, dieses wichtige und komplexe Thema auf einfache und praxisnahe Weise zu vermitteln. Diese Broschüre soll Ihnen dabei helfen:

- Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht zu vermeiden, da diese empfindliche Strafen nach sich ziehen und den Ruf des Unternehmens beschädigen können.
- eine Übererfüllung der Vorschriften aus Unsicherheit zu vermeiden, da sonst Geschäftsmöglichkeiten verpasst werden können.
- zu erkennen, wann Sie einen Rechtsbeistand hinzuziehen müssen.

Diese Broschüre besteht aus zwei Teilen. Teil 1 beschreibt die wesentlichen Elemente und Prinzipien des Wettbewerbsrechts. Teil 2 hilft Ihnen, im gesamten Unternehmen Bewusstsein für das Wettbewerbsrecht zu schaffen. Anders gesagt: Diese Broschüre hilft Ihnen dabei, das Wettbewerbsrecht in Ihrem Unternehmen einzuhalten.



Inhalt

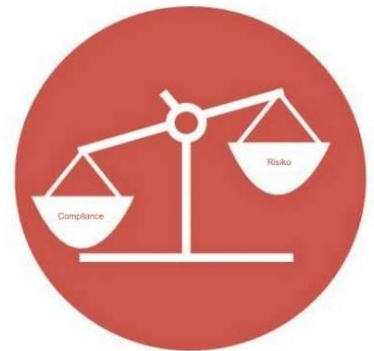
	Einführung	6
Teil 1	Allgemeine Prinzipien des Wettbewerbsrechts	7
1.	Warum müssen Sie das Wettbewerbsrecht einhalten?	7
1.1.	Schwerwiegende Konsequenzen bei Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht	7
	Strafrechtliche Sanktionen für Personen	7
	Geldstrafen	7
	Schadenersatz	7
	Verträge werden ungültig	7
	Ausschluss von öffentlichen Aufträgen und staatlichen Beihilfen	7
	Beschädigung des Ansehens und andere „nicht-rechtliche“ Belastungen	7
1.2.	Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht sind selten offenkundig	8
	Die schwerwiegendsten Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht geschehen heimlich	8
	Rechtliche Unsicherheiten – nicht vorsätzliches Fehlverhalten	8
	Unsicherheiten über den Sachverhalt	8
2.	Ermittlungen der Wettbewerbsbehörden	9
	Ermittlungsinstrumente	9
	Kronzeugenprogramme	9
	Beschwerden durch Handelspartner	9
	Ad-hoc-Ermittlungen	9
3.	Die häufigsten Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht	10
3.1.	Verstöße gegen wettbewerbsrechtliche Kernbeschränkungen	10
	Preisabsprachen	11
	Angebotsabsprachen	11
	Marktaufteilung	11
	Produktionsbeschränkungen	11
	Preisbindungen	11
3.2.	Andere Verstöße	12
	Austausch sensibler Informationen	12
	Standardisierungsvereinbarungen	12
	Selektiver Vertrieb	12
	Boykott von Kunden und Lieferanten	12
	Alleinvertriebsverträge	13
	Marktinformationssysteme	13
3.3.	Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	13
	Kopplung und Bündelung	13
	Lieferverweigerung	13
	Verdrängungspreise	14
	Preisdiskriminierung	14
	Überhöhte Preise	14

Teil 2	Wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme in der Praxis	15
4.	Was sind die Vorteile?	15
4.1.	Steuern Sie das Risiko: höheres Bewusstsein, Vorbeugung gegen Verstöße und Beachtung der Gesetze	15
4.2.	Decken Sie verborgene Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht auf	16
4.3.	Erkennen Sie Verstöße durch Ihre Handelspartner oder Ihre Mitbewerber	16
4.4.	Vermeiden Sie die Übererfüllung der Vorschriften	16
5.	Wie können Sie wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme in Ihrem Unternehmen einführen?	16
5.1.	Vier Komponenten eines erfolgreichen Programms	17
	Risikoerkennung und -einschätzung (Audit)	18
	• Dokumentenprüfung	18
	• Befragung von Mitarbeitern	19
	Schulungen	19
	Anleitung	20
	• Bekenntnis des Vorstands zur Compliance	21
	• Interne wettbewerbsrechtliche Richtlinien	21
	• Dokumentenerstellung und Verwaltungsrichtlinien	22
	Monitoring	22
6.	Erfolgreiche Vorbereitung und Umsetzung wettbewerbsrechtlicher Compliance-Programme	23
	Grundentscheidung der Unternehmensleitung	23
	Entwurf und Umsetzung – Wer soll das durchführen?	24
	Ein klarer Fokus: Erkennen Sie die relevanten Bereiche	25
	Identifizierung der Schlüsselpersonen	25
	Interne Vermarktung des wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms	25
7.	Wie geht man mit erkannten Verstößen um?	26
	Bewahren Sie Ruhe	26
	Vernichten Sie nie Beweise	26
	Analysieren Sie die Situation und untersuchen Sie die Fakten	27
	Beenden Sie den Verstoß	27
	Schätzen Sie die möglichen Konsequenzen ab	27
	Mögliche Strafen	28
	Private Schadenersatzklagen	28
	Kapitalmarktrechtliche Offenlegung & Bildung von Rücklagen	28
8.	Wirtschaftsverbände und wettbewerbsrechtliche Compliance	29
	Kein entscheidender Einfluss auf wirtschaftliche Entscheidungen	29
	Besondere Aufmerksamkeit bei Benchmarking und Informationsaustausch	29
	Geeignete Regeln für Sitzungen der Wirtschaftsverbände	29
9.	Umgang mit Durchsuchungen	30
	Allgemeine Vorbereitung	30
	Verhalten während einer Durchsuchung	31

EINFÜHRUNG

Wettbewerbsrechtliche Vorschriften in aller Welt bauen auf der Grundannahme auf, dass Wettbewerb maximale Innovation und Qualität zum niedrigsten Preis garantiert – zum Vorteil der Konsumenten. BusinessEurope verurteilt entschieden jegliche Verletzung des Wettbewerbsrechts. Wettbewerbsrecht – oder „Antitrust Law“, wie es in den USA genannt wird – soll sicherstellen, dass der freie Wettbewerb nicht eingeschränkt wird. Die folgenden Überlegungen sind in Bezug auf das EU-Wettbewerbsrecht genauso relevant wie in Bezug auf nationales Wettbewerbsrecht. Diese Regeln sind äußerst umfassend und wirken sich auf das tägliche Geschäft aus. Verträge mit Mitbewerbern, Vertriebsverträge, Preisentscheidungen, Treffen der Wirtschaftsverbände, Verkaufsstrategien, Verträge mit Kunden und viele andere alltägliche Geschäftsvorgänge können Stolpersteine enthalten.

Warum ist das Wettbewerbsrecht ein so wichtiges Thema? Weil es viele geschäftliche und strategische Entscheidungen betrifft. Weil die Einhaltung der Wettbewerbsregeln für einen gesunden, gut funktionierenden Markt grundlegend ist. Und weil Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht streng bestraft werden. Darum sind so genannte wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme (wie in Teil 2 näher erklärt) für das Risiko-Management von Unternehmen so unerlässlich. Die Einhaltung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften gehört zur Risikovorsorge, wobei präventive Maßnahmen getroffen werden, um das aus Verstößen resultierende Haftungsrisiko zu reduzieren. Deshalb führen auch so viele Unternehmen im Rahmen eines umfassenden Risikomanagement-Plans wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme ein.



Das Hauptziel ist dabei natürlich stets, Verstöße zu vermeiden. Leider kann aber kein Programm eine Garantie für eine 100-%ige Compliance in der Zukunft geben. Es hilft jedoch dabei, mögliche Verstöße oder Gefahren rechtzeitig zu erkennen und Maßnahmen einzuführen, durch die der Schaden so gering wie möglich gehalten wird.

Wie muss ein wettbewerbsrechtliches Compliance-Programm aussehen, damit es in befriedigendem Ausmaß gegen Risiken vorbeugt und diese beseitigt? Was sind die Hauptkomponenten wettbewerbsrechtlicher Compliance-Programme? Was sind die wesentlichen praktischen Aspekte, die bei der Vorbereitung und der Umsetzung wettbewerbsrechtlicher Compliance-Programme beachtet werden müssen?

Diese Broschüre gibt Antworten auf diese und viele andere Fragen. Sie hilft dabei, die große Bedeutung wettbewerbsrechtlicher Compliance im Allgemeinen zu verstehen. Darüber hinaus gibt sie Führungskräften und Unternehmensorganen – insbesondere in KMU, die oftmals keine eigenen Juristen beschäftigen – Anregungen dazu, wie sie am besten ihrer Verpflichtung nachkommen können, im eigenen Unternehmen mögliche Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht zu erkennen und zu beenden.

Diese Broschüre ist keine „Schritt für Schritt“-Anleitung, um wettbewerbsrechtliche Compliance innerhalb Ihrer Organisation zu erreichen. Unternehmen unterscheiden sich voneinander. Und genauso unterschiedlich sind auch die Compliance-Programme, die am besten passen. Sie halten einen Baukasten in Händen, der grundlegende Überlegungen und Vorschläge für wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme enthält. Es mag noch andere, ebenso gute Wege geben, wettbewerbsrechtliche Compliance zu erreichen. Es liegt an Ihnen und Ihren Rechtsberatern, die für Ihr Unternehmen am besten geeigneten Elemente für die Entwicklung und erfolgreiche Implementierung des optimalen Compliance-Programms auszuwählen und richtig zu verwenden.

TEIL 1

ALLGEMEINE PRINZIPIEN DES WETTBEWERBSRECHTS

1. WARUM MÜSSEN SIE DAS WETTBEWERBSRECHT EINHALTEN?

Abgesehen davon, dass das Wettbewerbsrecht wesentlich zum Funktionieren der Märkte beiträgt, gibt es zwei Hauptgründe, warum es so entscheidend ist, Compliance-Maßnahmen umzusetzen und das Wettbewerbsrecht einzuhalten:

- Erstens können sich die Sanktionen auf Unternehmen ebenso wie auf einzelne Personen verheerend auswirken.
- Zweitens sind Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht oftmals nicht offensichtlich und können für die Unternehmensleitung schwer zu erkennen sein.

1.1 Schwerwiegende Konsequenzen bei Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht

Strafrechtliche Sanktionen für Personen: In vielen Ländern, auch in den USA und einigen EU-Mitgliedstaaten, stellen Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht strafrechtliche Vergehen dar. Sie können hohe Strafzahlungen, den Ausschluss von Mitarbeitern/der Unternehmensleitung und sogar Haftstrafen nach sich ziehen. Auch Abschiebungen sind ein übliches Vorgehen. Eine beträchtliche Anzahl europäischer Führungskräfte verbüßt derzeit eine Haftstrafe in den USA.



Geldstrafen: Die gefürchtetste Waffe der Wettbewerbsbehörden im Kampf gegen wettbewerbswidriges Verhalten ist die Verhängung von Bußgeldern. Diese hat das Ziel, den Täter zu bestrafen und gleichzeitig auch andere potenzielle Übeltäter davon abzuhalten, einen ähnlichen Verstoß zu begehen. Die Europäische Kommission alleine verhängt jährlich Bußgelder in der Höhe von mehreren 100 Mio Euro für wettbewerbswidriges Verhalten. KMU sind genauso betroffen wie Großunternehmen.



Schadenersatz: Unternehmen oder Personen, die durch wettbewerbswidriges Verhalten Schaden erlitten haben, haben Anspruch auf Schadenersatz. Die Möglichkeit, hohe Schadenersatzforderungen geltend zu machen und an Sammelklagen teilzunehmen, hat in vielen Ländern zu zahlreichen Gerichtsverfahren geführt. Manche Unternehmen wurden dadurch zur Zahlung von Milliarden von Euro verpflichtet. Insbesondere angesichts der unlängst eingeführten Gesetze, welche die private Durchsetzung von Schadenersatzansprüchen in Europa stärken, ist ein Anstieg von Schadenersatzklagen durch Opfer wettbewerbswidrigen Verhaltens wahrscheinlich.



Verträge werden ungültig: Wettbewerbswidrige Vereinbarungen oder Vertragsklauseln sind rechtlich null und nichtig und daher nicht durchsetzbar. Anders gesagt, kann Ihr Vertragspartner wesentliche Geschäftsvereinbarungen brechen, welche das Rückgrat Ihrer Geschäftstätigkeit darstellen, ohne dass Sie die Möglichkeit haben, darauf zu reagieren. Es ist sinnlos, einen lukrativen Vertrag auszuhandeln, wenn dieser in der Praxis nicht durchgesetzt werden kann.



Ausschluss von öffentlichen Aufträgen und staatlichen Beihilfen: Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht können auch einen Ausschluss von öffentlichen Aufträgen und von staatlichen Beihilfen zur Folge haben. Viele Vorschriften für öffentliche Aufträge und staatliche Beihilfen normieren den Ausschluss von Unternehmen, welche sich eines wettbewerbswidrigen Verhaltens schuldig machen.



Beschädigung des Ansehens und andere „nicht-rechtliche“ Belastungen: Kartellrechtliche Ermittlungen erzeugen üblicherweise negative öffentliche Aufmerksamkeit für ein Unternehmen – unabhängig davon, ob dessen Schuld erwiesen ist oder nicht. Die Anschuldigung, dass Ihr Unternehmen in unrechtmäßige Aktivitäten verwickelt ist, kann bereits ausreichen, um den Verlust von Image, Ruf und Unternehmenswert zu bewirken. Abgesehen davon stören Ermittlungen das Geschäft und kosten die Unternehmensleitung wertvolle Zeit, denn es hält diese davon ab, sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren. Oft haben Urteile bei wettbewerbsrechtlichen Verletzungen disziplinäre Folgen für leitende Angestellte und andere Mitarbeiter, die daran beteiligt waren. Das stellt eine



zusätzliche Herausforderung für das Personalwesen dar. Schließlich sind die Kosten für die Rechtsvertretung in wettbewerbsrechtlichen Verfahren erheblich.

1.2. Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht sind selten offenkundig

Die schwerwiegendsten Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht geschehen heimlich

Anders als bei anderen Straftaten sind Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht selten offensichtlich und Unternehmen sind sich nicht unbedingt ihres rechtswidrigen Handelns bewusst. Einer der wichtigsten Gründe dafür ist, dass Mitarbeiter, die sich wettbewerbswidrig verhalten, dies oft heimlich tun. Es gibt verschiedene Gründe für Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht. Ein in Aussicht gestellter Bonus für das Erreichen bestimmter Ziele oder Erfolgsdruck können für Mitarbeiter und leitende Angestellte ausreichende Gründe bieten, vom legalen Weg abzuweichen. Das Fehlverhalten eines einzigen Mitarbeiters reicht, um ein ganzes Unternehmen der vollen Härte des Wettbewerbsrechts auszusetzen. „Das wussten wir nicht“, wird jedoch von Wettbewerbsbehörden nicht als Ausrede akzeptiert und es schützt das Unternehmen und sein Management nicht davor, die volle Härte des Wettbewerbsrechts zu spüren. Im Übrigen kommen KMU nicht in den Genuss von einer milderer Beurteilung im Vergleich zu größeren Unternehmen.

Rechtliche Unsicherheiten – nicht vorsätzliches Fehlverhalten

Es ist ein gängiger Irrtum, dass Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht stets als heimliche Verabredungen in rauchigen Hinterzimmern stattfinden. Das ist nicht der Fall und die Öffentlichkeit ist sich oft nicht bewusst, dass wettbewerbsrechtliche Regeln einen breiten Wirkungsbereich besitzen. Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht geschehen oft im Kontext des „normalen“ Geschäftsgebarens, ohne dass sich die beteiligten Personen ihres Fehlverhaltens bewusst wären. Außerdem sind die Wettbewerbsgesetze oft komplex, nicht eindeutig und keineswegs selbsterklärend. Es kann schwer sein, den genauen Inhalt von Rechtsbegriffen wie zum Beispiel „beherrschende Stellung“ oder „Markt“ korrekt zu erfassen, wenn man keine juristische Ausbildung hat. Mitunter können in ein und demselben Fall anderslautende Wettbewerbsvorschriften anderer Länder anwendbar sein. Bestimmte Situationen können daher das Fachwissen von Experten im Wettbewerbsrecht erfordern, um rechtskonformes Verhalten von illegalem Kartell-Verhalten oder vom Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung zu trennen. „Unkenntnis des Gesetzes schützt nicht vor Strafe“. Die Fehlinterpretation eines Rechtsbegriffs oder das fehlende Bewusstsein für die Rechtswidrigkeit eines bestimmten Verhaltens sind jedenfalls keine Entschuldigung, die ein Richter bereitwillig akzeptieren würde. Im Gegenteil: Das Gesetz geht davon aus, dass jede Person, die Geschäfte betreibt, die anwendbaren Wettbewerbsgesetze kennt und diese auch einhält.

Unsicherheiten über den Sachverhalt

Neben den rechtlichen Unsicherheiten hängt die Beurteilung der Rechtmäßigkeit eines bestimmten Verhaltens auch oft von den Umständen ab. Diese können schwer zu bewerten sein. Ein Beispiel dafür ist der Marktanteilstest, der weitgehend bestimmt, ob ein bestimmtes Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung einnimmt und somit den entsprechenden zusätzlichen Einschränkungen im Geschäftsgebaren unterliegt. Die Definition der entsprechenden Produktmärkte und geografischen Märkte sowie die Feststellung des Marktanteils Ihres Unternehmens und anderer Marktteilnehmer sind mit Unsicherheiten über den Sachverhalt verbunden, wodurch zuverlässige Ergebnisse verhindert werden. Dazu kommen wettbewerbsfördernde Aspekte, die ein gewisses Verhalten rechtfertigen können. Diese sind in der Praxis jedoch oft schwer festzumachen und abzuwägen. Sie haben vielleicht eine ganz bestimmte Vorstellung von dem Markt oder den Märkten, in denen Ihr Unternehmen aktiv ist. Diese könnte sich jedoch von der wettbewerbsrechtlichen Definition des Marktes oder der Märkte stark unterscheiden.

2. ERMITTLUNGEN DER WETTBEWERBSBEHÖRDEN

Die Chancen, dass Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht aufgedeckt werden, sind höher denn je. Und das zu Recht, wenn man bedenkt, dass der freie Wettbewerb dem Vorteil aller dient, Wettbewerbswidriges Verhalten jedoch nur wenigen. Wettbewerbsbehörden sind mit weitreichenden und effizienten Ermittlungstools ausgestattet.



In der Praxis basieren Ermittlungen meist auf Kronzeugenanträgen (Antrag der Unternehmen auf Immunität im Gegenzug für Kooperation bei den Ermittlungen), Beschwerden oder Ad-hoc-Ermittlungen.

▪ Ermittlungsinstrumente

Wettbewerbsbehörden haben weitreichende Befugnisse bei der Ermittlung. Eine wichtige Möglichkeit, um an Informationen zu kommen, sind unangekündigte Durchsuchungen vor Ort (allgemein als Razzien bekannt). Die Wettbewerbsbehörden können sich Zutritt zu Gebäuden, Grundstücken und Fahrzeugen eines Unternehmens (oder natürlicher Personen) verschaffen, alles prüfen, Kopien der Bücher oder anderer Geschäftsaufzeichnungen anfertigen (einschließlich elektronischer Dokumente) und sofortige Erklärungen verlangen. Sie können fortschrittliche forensische IT-Tools verwenden, durch die auch gelöschte Dokumente gefunden werden können. Im Falle von internationalen Verstößen koordinieren Behörden ihre Untersuchungen, um vom Überraschungseffekt zu profitieren. Wettbewerbsbehörden haben auch weitreichende Befugnisse, die untersuchten Unternehmen oder Dritte (z.B. Mitbewerber und Kunden) schriftlich um Informationen zu ersuchen.

▪ Kronzeugenprogramme

Die Einführung sogenannter Kronzeugen- oder Immunitätsprogramme hat zur Aufdeckung einiger der schädlichsten wettbewerbswidrigen Verabredungen geführt. Diese Programme bieten Unternehmen die Möglichkeit, den Sanktionen zu entkommen, wenn sie als erstes ein Kartell offenlegen und mit den Behörden über die gesamten Ermittlungen hinweg kooperieren. In der Folge haben Kronzeugenprogramme heimliche Verabredungen in klassische spieltheoretische Situationen verwandelt, in denen die Offenlegung von Informationen über das Kartell sich als Vorteil für das Unternehmen herausstellen kann. Daher haben Kronzeugenprogramme viele Verstöße destabilisiert und letztlich beendet.

▪ Beschwerden durch Handelspartner

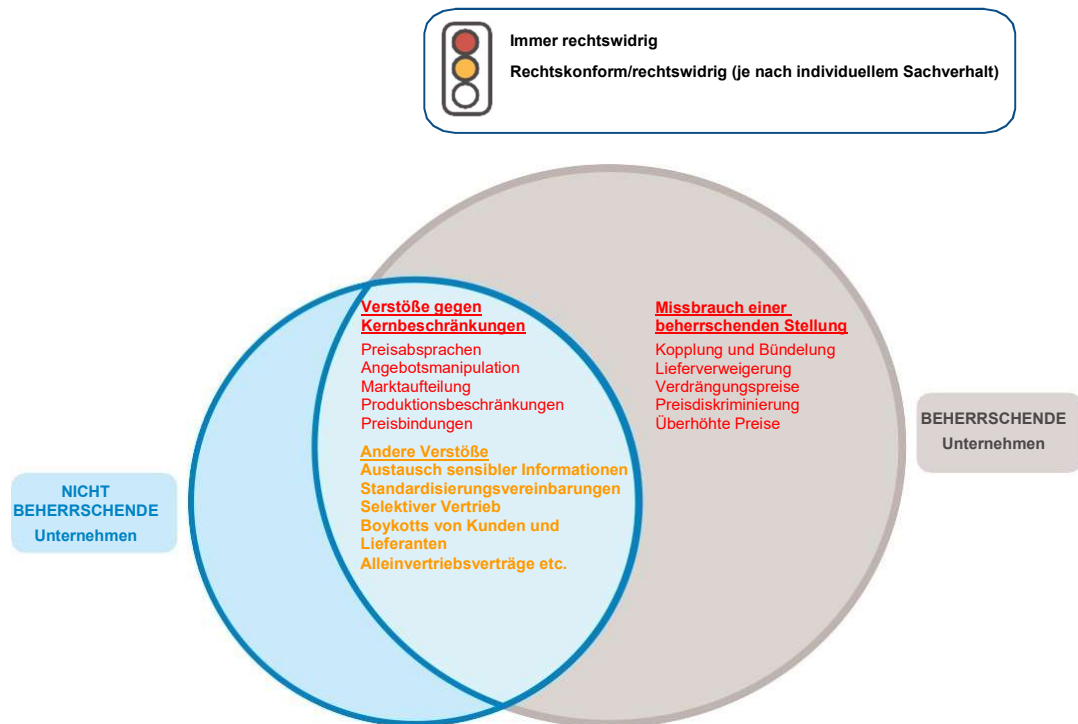
Wettbewerbsregeln werden von Unternehmen auch angewendet, um das Geschäftsgebaren ihrer Handelspartner – insbesondere Kunden, Lieferanten und Mitbewerber – zu steuern und zu beschränken. Gemäß den meisten Wettbewerbsordnungen haben Personen und Unternehmen das Recht, Beschwerden an die Wettbewerbsbehörden zu richten. Diese sind daraufhin verpflichtet, entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, den Fall zu untersuchen und somit das problematische Verhalten zu beenden. Bei der Anzahl der Beschwerden kann allgemein ein Aufwärtstrend beobachtet werden. Das liegt hauptsächlich daran, dass die Beschwerden unkompliziert und kostengünstig sind. Dazu kommt die Tatsache, dass das Internet allgemein die Markttransparenz erhöht hat. Für Unternehmen ist es viel einfacher, wettbewerbswidriges Verhalten ihrer Handelspartner zu erkennen oder zumindest Verdacht zu schöpfen.

▪ Ad-hoc-Ermittlungen

Wettbewerbsbehörden können auch aus eigenem Antrieb Ermittlungen einleiten, wenn sich aus ihrer Arbeit Informationen oder bloße Verdachtsmomente ergeben.

3. DIE HÄUFIGSTEN VERSTÖSSE GEGEN DAS WETTBEWERBSRECHT

Welches Verhalten ist nun wettbewerbswidrig? Was genau ist verboten und was nicht? Diese Fragen sind nicht einfach zu beantworten. Die Fallen des Wettbewerbsrechts können in praktisch jedem Vertrag mit einem Mitbewerber, jeder Vertriebsvereinbarung, jedem Treffen der Wirtschaftsverbände und vielen anderen alltäglichen Geschäftsvorgängen stecken. Es ist nahezu unmöglich, einen umfassenden Überblick über sämtliche potentiell wettbewerbswidrigen Aktivitäten zu geben. Dasselbe Geschäftsgebarren kann entweder legal oder illegal sein, je nach dem, in welchem Wettbewerbsumfeld dieses erfolgt. Die gängigen Bereiche wettbewerbsrechtlicher Bedenken können in folgende Gruppen gegliedert werden: (i) Verstöße gegen Kernbeschränkungen, (ii) Andere Verstöße (beide betreffen alle Unternehmen, ungeachtet ihrer Marktposition) und (iii) Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung.



3.1. Verstöße gegen wettbewerbsrechtliche Kernbeschränkungen

Sogenannte „Hard-core“-Verstöße, also Verstöße gegen wettbewerbsrechtliche Kernbeschränkungen, gelten als so stark wettbewerbswidrig, dass sie immer und ausnahmslos per se als rechtswidrig gelten. In anderen Worten: Es gibt keine Rechtfertigung für solch eine Aktivität.

Aktivitäten, die per se rechtswidrig sind, werden meist sehr streng bestraft – das bedeutet hohe Geldstrafen für Unternehmen und Freiheitsstrafen für Personen.

Beispiele für derartige Aktivitäten sind Abreden zwischen Mitbewerbern zur:

- Festsetzung, Erhöhung oder Stabilisierung von Preisen oder Lieferbedingungen
- Verringerung des Angebots von Gütern oder Dienstleistungen
- Angebotsmanipulation
- Aufteilung von Märkten, Gebieten und Kunden

▪ **Preisabsprachen:** Darunter sind Absprachen unter Mitbewerbern über die von ihnen verlangten Preise oder Elemente ihrer Preisgestaltung zu verstehen. Das heißt, es handelt sich um Vereinbarungen zwischen Mitbewerbern, um die Verkaufspreise für ihre Produkte oder Dienstleistungen zu erhöhen oder zu halten. Jede Preisabsprache ist rechtswidrig – egal ob dadurch Preise erhöht, gesenkt oder stabilisiert werden sollen. Preisabsprachen können in vielen Formen auftreten und jede Vereinbarung unter Konkurrenten, die den Preis beeinflusst, kann eine Preisabsprache darstellen. Es ist nicht nötig, dass die Mitbewerber vereinbaren, jeweils denselben Preis zu verlangen. Zum Beispiel beeinflussen Absprachen unter Mitbewerbern hinsichtlich Kreditbedingungen, Rabatten, Gewinnspannen oder Versandgebühren den Preis, welcher den Kunden berechnet wird.

▪ **Angebotsabsprachen:** Angebotsabsprachen beziehen sich auf die Manipulation von Angebotsverfahren oder Ausschreibungen, mit dem Ziel, die Anzahl der Konkurrenten zu reduzieren. Im Wesentlichen vereinbaren Mitbewerber im Voraus, wer das erfolgreiche Angebot abgeben wird. Wie bei Preisabsprachen ist es nicht nötig, dass alle Mitbietenden an der Absprache teilnehmen. In der Praxis gibt es viele Formen der Angebotsabsprache.

▪ **Marktaufteilung:** Es ist rechtswidrig, wenn Mitbewerber sich den Markt für ein Produkt, ein Vertriebsgebiet oder Kunden untereinander aufteilen. Mit derartigen Absprachen vereinbaren Konkurrenten, dass sie nicht versuchen, die Kunden eines Mitbewerbers zu gewinnen oder, dass sie eine bestimmte Kundenkategorie nicht ansprechen, die hauptsächlich von einem Mitbewerber bedient wird. In anderen Fällen der Marktaufteilung vereinbaren Konkurrenten, ihre Waren und Dienstleistungen nur an Kunden in einem bestimmten geografischen Gebiet zu verkaufen und nicht in Gebieten die anderen Unternehmen zugewiesen sind. Diese wettbewerbswidrigen Arrangements behindern den Wettbewerb durch eine Einschränkung des Angebots. Sie gelten *per se* als Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht.

▪ **Produktionsbeschränkungen:** Damit ist die Verknappung von Produkten und Dienstleistungen gemeint, die in einem bestimmten Markt verkauft werden können. Eine Produktionsbeschränkung besteht hauptsächlich darin, dass zwei oder mehrere Unternehmen vereinbaren, die Produktion oder die Verkaufsquote zu verringern. Eine derartige Einschränkung des Angebots führt typischerweise zu höheren Verkaufspreisen. Hinsichtlich ihrer geschäftlichen Auswirkungen sind Produktionsbeschränkungen Preisabsprachen und Marktaufteilungsvereinbarungen gleichzustellen. Die Anhebung der Preise, die Beschränkung der Produktion und die Aufteilung des Marktes haben *de facto* dieselben wettbewerbswidrigen Auswirkungen und sind daher ebenso verboten wie *per se*-Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht.

▪ **Preisbindungen:** Viele Wettbewerbsordnungen erlauben es Anbietern, ihren Wiederverkäufern, Vertriebspartnern oder Einzelhändlern bestimmte (Mindest-)Verkaufspreise zu empfehlen – solange diese Empfehlungen nicht bindend sind. Es muss dem Wiederverkäufer überlassen sein, nach eigener kaufmännischer Beurteilung frei zu entscheiden, ob er den unverbindlichen Preisempfehlungen des Verkäufers folgt oder nicht. Damit ist jede Vereinbarung, nach der ein Wiederverkäufer verpflichtet wird einen bestimmten (Mindest-)Verkaufspreis zu verlangen, *per se* rechtswidrig – unabhängig davon, ob sie formell oder informell, ausdrücklich oder stillschweigend erfolgt. Daher sind auch Absprachen zwischen Lieferanten und Wiederverkäufern illegal, die dem Wiederverkäufer untersagen, die gelieferten Waren unter einem bestimmten Preis zu bewerben, auszustellen oder zu verkaufen. Eine an sich legitime Preisempfehlung wird durch jegliche Art von Androhung seitens des Lieferanten zu einer rechtswidrigen Preisbindung.

3.2. Andere Verstöße

Weitere Geschäftsaktivitäten, die eine Beschränkung des Wettbewerbs darstellen, können rechtswidrig sein oder nicht – abhängig von den Umständen im Einzelfall.

Bekannte Beispiele dafür sind Standardisierungsvereinbarungen, Patentverbünde, selektiver Vertrieb oder Marktinformationssysteme. Diese Aktivitäten zielen nicht ausschließlich darauf ab, den Wettbewerb zu beschränken. Vielmehr geht es darum, Vorteile bei der Produktentwicklung & -sicherheit, der Erschließung neuer Märkte, oder der effizienten Zuweisung unternehmerischer Ressourcen zu nutzen, von denen letztlich die Konsumenten profitieren. Um die Rechtmäßigkeit dieser Aktivitäten festzustellen, muss der jeweilige wettbewerbsfördernde Vorteil gegen den möglichen wettbewerbswidrigen Schaden abgewogen werden. Die Entscheidung, ob das Vorgehen letztlich rechtskonform ist, ist kompliziert und erfordert in der Regel eine Rechtsberatung. Das Ergebnis der Analyse variiert in jedem einzelnen Fall je nach Wettbewerbsumfeld, in dem die jeweilige Aktivität stattfindet. Die Rechtmäßigkeit der folgenden exemplarischen Kategorien hängt von den konkreten Umständen im Einzelfall ab. Sie sollten aber besonders achtsam sein, wenn Sie Folgendem begegnen:

- **Austausch sensibler Informationen:** Der Informationsaustausch kann verschiedene Effizienzvorteile mit sich bringen. Er kann jedoch auch zu einer Beschränkung des Wettbewerbs führen. Sie sollten sorgfältig überlegen, welche Informationen Ihr Unternehmen weiterleitet – und an wen. Außerdem ist die Überlegung wichtig, ob der Austausch geeignet ist, strategische Unsicherheiten zu reduzieren oder ob er Informationen betrifft, die üblicherweise vertraulich behandelt werden und/oder ob dieser Informationsaustausch das Marktverhalten eines jeden Teilnehmers zukünftig wesentlich beeinflusst. Sollte das der Fall sein, dann kann selbst der einmalige Austausch sensibler Informationen einen Verstoß darstellen.

- **Standardisierungsvereinbarungen:** Mitbewerber können rechtmäßige Vereinbarungen treffen, um branchenweite Standards für Produkte festzulegen. Der Prozess der Entwicklung von Industriestandards kann der Öffentlichkeit oft Vorteile bringen. Standards sind dafür nötig, dass Produkte miteinander verbunden werden können und miteinander funktionieren. Sie können zur Information der Konsumenten dienen sowie eine breitere Auswahl von Produkten und höhere Effizienz bei Design, Produktion und Betrieb ermöglichen. Standardisierungsvereinbarungen können jedoch gegen das Kartellrecht verstoßen, wenn sie den Wettbewerb in einem Sektor wesentlich beschränken oder Mitbewerber von bestimmten Geschäftsmöglichkeiten ausschließen. Daher ist es unerlässlich, sich zu vergewissern, dass es eine objektive und legitime Rechtfertigung für den Standard gibt. Um rechtmäßig zu sein, muss der Standard ausschließlich dem angegebenen Zweck dienen. Er darf keine weitreichendere Wirkung entfalten (das heißt wettbewerbsbeschränkend wirken) als angemessen ist.

- **Selektiver Vertrieb:** Vereinbarungen über den selektiven Vertrieb behindern den Wettbewerb, indem die Anzahl der autorisierten Verkäufer beschränkt wird und in der Regel der Verkauf an nicht-autorisierte Verkäufer untersagt ist. Somit bleiben autorisierten Händlern nur andere autorisierte Händler und Endkunden als mögliche Käufer. Selektiver Vertrieb wird hauptsächlich angewandt, um Marken-Fertigerzeugnisse zu vertreiben. Während qualitativer selektiver Vertrieb unter gewissen Umständen gestattet sein kann, gilt ein rein quantitativer [selektiver] Vertrieb generell als rechtswidrig.

- **Boykott von Kunden und Lieferanten:** In der Regel dürfen Unternehmen ihre Wirtschaftspartner frei auswählen – das gilt sowohl für Kunden als auch für Lieferanten. Daher ist es ungesetzlich, wenn zwei oder mehrere Mitbewerber übereinkommen, keine Geschäfte mit einem Dritten zu tätigen, obwohl jede Partei einen legitimen Grund haben kann, dieselbe Entscheidung unabhängig voneinander zu treffen. Eine derartige Ablehnung, mit jemandem Geschäfte zu machen, muss nicht spezifisch oder absolut sein, um wettbewerbsrechtlich bedenklich zu sein. Deswegen ist es normalerweise unangemessen, wenn ein

Unternehmen ein gemeinsames Vorgehen mehrerer Mitbewerber hinsichtlich des Verkaufs, Einkaufs oder anderer Vertragshandlungen anregt.

▪ **Alleinvertriebsverträge:** Unter bestimmten Umständen kann es ebenso rechtswidrig sein, übereinzukommen, dass ein Käufer seinen gesamten Bedarf an einem bestimmten Produkt oder einer bestimmten Dienstleistung von einem einzigen Anbieter bezieht oder dass ein Verkäufer sich verpflichtet, seine gesamte Produktion an einen einzigen Käufer zu liefern. Solche Wettbewerbsverbote oder Alleinbelieferungspflichten können wettbewerbswidrig sein, da diese Praktiken bewirken, dass sich der Bedarf von den Mitbewerbern wegbewegt. Vor Abschluss solcher Verträge sollte ein Rechtsberater konsultiert werden.

▪ **Marktinformationssysteme:** Statistische Daten können gesammelt und für legitime Zwecke gewonnen werden. Marktinformationssysteme können aus numerischen Daten vielerlei Arten bestehen, wie zum Beispiel Daten über Produktion, Bestände, Umsätze und Lieferungen. Ein Marktinformationssystem, durch welches nicht-öffentliche Informationen wie Umsatzstatistiken, Marketing-Berichte, Rohstoffkosten etc. mit Mitbewerbern geteilt werden, muss richtig eingeführt werden, um Konflikte mit dem Wettbewerbsrecht zu vermeiden. Die Rechtskonformität eines Marktinformationssystems hängt hauptsächlich davon ab, welcher Art die ausgetauschten Informationen sind, wie spezifisch sie sind, wie häufig die Informationen ausgetauscht werden, wie diese verbreitet werden und ob die ausgetauschten Informationen aktuell oder historisch sind. Allgemein gilt: Je weniger die Daten mit Preisen und Kosten zu tun haben, je weniger unternehmensspezifisch sie sind, je älter sie sind und je weiter diese in der Öffentlichkeit verbreitet werden, desto unwahrscheinlicher ist es, dass dadurch wettbewerbsrechtliche Probleme entstehen.

3.3. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung

Der Missbrauch einer beherrschenden Stellung ist ein wettbewerbswidriges Verhalten, das nur von „marktbeherrschenden“ Unternehmen begangen werden kann. Im deutschen Recht wird eine marktbeherrschende Stellung ab einem Marktanteil von 40% vermutet, in Österreich liegt die Grenze bei einem Marktanteil von 30%. (Die Unternehmensgröße ist unerheblich für das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung. Selbst KMU können im Sinne des Wettbewerbsrechts eine marktbeherrschende Stellung besitzen.) Andere Faktoren zur Beurteilung, ob eine marktbeherrschende Stellung vorliegt, sind zum Beispiel, wie einfach es für andere Unternehmen ist, in einen Markt einzutreten und welche Eintrittsbarrieren es gibt; ob ein Gegengewicht auf der Nachfrageseite besteht; in welchem Ausmaß das Unternehmen auf den unterschiedlichen Stufen der Zulieferkette präsent ist (vertikale Integration). Die folgenden Praktiken sind marktbeherrschenden Unternehmen untersagt, wenn sie Mitbewerber unverhältnismäßig von Geschäftsmöglichkeiten ausschließen oder Wirtschaftspartnern gegenüber diskriminierend wirken bzw. diese ausbeuten.

▪ **Kopplung und Bündelung:** Kopplung bedeutet, dass ein Kunde zusätzlich zum primär gekauften Produkt gezwungen ist, ein weiteres Produkt zu kaufen. Ein Beispiel dafür ist, wenn ein Auto (Kopplungsprodukt) unter der Bedingung verkauft wird, dass der Kunde auch einmal jährlich das Auto beim Verkäufer technisch überprüfen lässt (Kopplungsprodukt/Service). „Bündelung“ bezieht sich auf die Praxis, zwei verschiedene Produkte gemeinsam zu verkaufen – zum Beispiel der gebündelte Verkauf eines Kopiergeräts im Paket mit dem benötigten Kopierpapier. Für marktbeherrschende Unternehmen ist es oftmals rechtswidrig, Kopplung und Bündelung als Verkaufsmethode einzusetzen. Kopplung und Bündelung durch ein marktbeherrschendes Unternehmen kann zu Abschottungseffekten führen, d.h. zum Ausschluss von ebenso effizienten Mitbewerbern.

▪ **Lieferverweigerung:** Die Verweigerung der Belieferung oder deren Androhung durch marktbeherrschende Unternehmen kann gemäß Wettbewerbsrecht verboten sein. Normalerweise kommt es zu Problemen, wenn der Kunde, dem die Belieferung verweigert wird, auch ein Konkurrent des marktbeherrschenden Unternehmens ist. Beispiele für die Verweigerung der Belieferung können bestimmte andere Praktiken, wie Verzögerungstaktiken, unfaire Handelsbedingungen oder die Berechnung überhöhter Preise sein.

▪ **Verdrängungspreise:** Diese liegen vor, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen seine Preise für ausreichend lange Zeit senkt und dadurch kurzfristig Verluste hinnimmt, um die Position seiner Mitbewerber zu schwächen (oder um neue Mitbewerber von der Teilnahme am Markt abzuhalten). Es handelt sich aber nicht um Verdrängungspreise, wenn eine Preissenkung ausschließlich kurzfristige Verluste bedeutet.

Eine Preissenkung unter Hinnahme kurzfristiger Verluste könnte durch das Eindringen in einen neuen Markt oder die Heranführung von Kunden an ein neues Produkt gerechtfertigt sein. Es ist jedoch rechtswidrig, kurzfristig Verluste mit der Absicht in Kauf zu nehmen, diese durch Ausschalten der Konkurrenz hereinzuholen.

▪ **Preisdiskriminierung:** Als Preisdiskriminierung wird generell die Praxis eines marktbeherrschenden Unternehmens betrachtet, mit der unterschiedlichen Käufern für dasselbe Produkt unterschiedliche Preise berechnet werden und dies nicht durch Kostenunterschiede für die Lieferung des Produkts zu rechtfertigen ist. Dieser Begriff umfasst viele verschiedene Praktiken, die sich in Zielsetzung und Auswirkung auf den Wettbewerb stark unterscheiden (Beispiele dafür sind Nachlässe und Rabatte, selektive Preissenkungen, durch vertikal integrierte Unternehmen diskriminierend festgesetzte Einkaufspreise etc.). Um den Vorwurf der Preisdiskriminierung zu vermeiden, müssen marktbeherrschende Unternehmen sicherstellen, dass Berater ihre Preispolitik, Preisentscheidungen und geplanten Aktionen sorgfältig beurteilen.

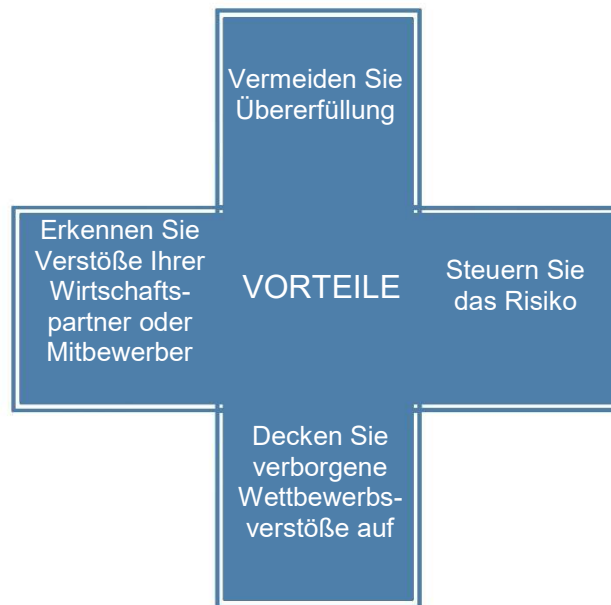
▪ **Überhöhte Preise:** In vielen Rechtsordnungen gilt eine unverhältnismäßig aggressive Preisfestsetzung als Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung. Weil Kunden nicht leicht zu einer anderen Bezugsquelle wechseln können, sind marktbeherrschende Unternehmen in der Lage, die Preise anzuheben, um mehr Gewinne zu machen. Die Festsetzung überhöhter Preise oder die Bereitstellung einer Leistung von schlechter Qualität durch ein marktbeherrschendes Unternehmen kann daher verboten sein.

TEIL II

WETTBEWERBSRECHTLICHE COMPLIANCE-PROGRAMME IN DER PRAXIS

4. WAS SIND DIE VORTEILE?

Bei wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programmen geht es darum, auf systematische Weise ein Bewusstsein für die rechtliche Lage und für das Risikomanagement im Unternehmen zu stärken. Sie sind darauf ausgerichtet, wettbewerbswidriges Verhalten aufzuzeigen, zu beseitigen und zu vermeiden.



4.1. Steuern Sie das Risiko: höheres Bewusstsein, Vorbeugung gegen Verstöße und Beachtung der Gesetze

Maßnahmen der Compliance, insbesondere die Bewusstseinsbildung aller Mitarbeiter, sind ein wirksames Mittel, das wettbewerbsrechtliche Risiko zu verkleinern. Besonders unbeabsichtigte Verstöße können drastisch reduziert werden, indem Sie die Mitarbeiter Ihres Unternehmens so schulen, dass sie kritische Situationen erkennen und sofort die Rechtsabteilung oder eine externe Rechtsberatung hinzuziehen. Wenn Ihre Mitarbeiter eine Schulung über die wichtigsten Regeln des Wettbewerbsrechts erhalten und für kritische Situationen sensibilisiert werden, indem Sie ihnen beibringen, wie sie möglicherweise wettbewerbswidriges Verhalten erkennen und vermeiden können und sie auch auf die schwerwiegenden Konsequenzen von Verstößen aufmerksam machen, verringert dies die Gefahr, dass Ihr Unternehmen in Schwierigkeiten gerät. Compliance-Programme werden jene nicht abhalten, die sich vorgenommen haben, einen Verstoß zu begehen. Die meisten Mitarbeiter werden dadurch jedoch erfahren, wie man rechtswidriges Verhalten vermeiden kann und wie man sich und das Unternehmen vor rechtlichen Schritten schützen kann – oder zumindest, wie Sanktionen möglichst gering gehalten werden können. In vielen Rechtsordnungen sind Mitglieder des Managements persönlich dafür verantwortlich, dass in ihren Unternehmen das Wettbewerbsrecht eingehalten wird. Das trifft auf Unternehmen jeder Größe zu – von KMU bis zu großen Unternehmen.

Die Umsetzung eines fundierten wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms bietet dem Unternehmen und dessen Führungskräften rechtliche Sicherheit. Schließlich wird dadurch auch das Bekenntnis des Unternehmens zur Corporate Governance unterstrichen.

4.2. Decken Sie verborgene Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht auf

Wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme dienen nicht nur der Vorbeugung von illegalem wettbewerbswidrigen Verhalten in der Zukunft. Sie helfen Organisationen auch dabei, mögliche Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht in der Vergangenheit zu erkennen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um mit diesem Wissen umzugehen. Die frühe Aufdeckung von wettbewerbsrechtlichen Problemen in Ihrer Organisation kann Ihrem Unternehmen eine Menge Ärger und Geld ersparen. Oft ermöglicht es Ihnen, rechtzeitig einzugreifen, bevor die Situation außer Kontrolle gerät. Sie haben die Möglichkeit, Kronzeugenschutz zu beantragen und so die schlimmsten Konsequenzen abzuwehren. Die meisten Anträge auf Kronzeugenschutz werden aufgrund eines wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms/-Audits gestellt.

4.3. Erkennen Sie Verstöße durch Ihre Handelspartner oder Ihre Mitbewerber

Wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme und insbesondere wettbewerbsrechtliche Audits helfen dabei, wettbewerbswidriges Verhalten Ihrer Geschäftspartner oder Mitbewerber zu erkennen: Ihrem Unternehmen könnte zu viel berechnet worden sein, es könnte von Geschäftsmöglichkeiten ausgeschlossen worden oder anderweitig bestraft oder diskriminiert worden sein. Wenn Sie herausfinden, dass Ihre Geschäftspartner oder Mitbewerber sich wettbewerbswidrig verhalten, können Sie entsprechende rechtliche Schritte einleiten, um dieses Verhalten zu beenden und vielleicht auch Schadenersatz für entgangene Gewinne Ihres Unternehmens fordern.

4.4. Vermeiden Sie die Übererfüllung der Vorschriften

Die Komplexität und die Ungewissheit hinsichtlich der Wettbewerbsregeln sowie die strengen Strafen für deren Verletzung führen oft dazu, dass Unternehmen die Vorschriften übererfüllen – zum Beispiel, indem sie legitime Geschäftspraktiken, Kooperationen oder Plattformen aufgeben aus der Befürchtung, diese könnten dem Wettbewerbsrecht entgegenstehen. Ein solches Verhalten ist weder erforderlich noch durch das Wettbewerbsrecht beabsichtigt. Compliance-Programme helfen dabei, Bereiche zu erkennen, in denen Ihr Unternehmen seine Wettbewerbsaktivitäten stärken und seine Mitarbeiter über erlaubtes Verhalten im Sinne des Wettbewerbsrechts informieren kann. Ohne derartige Schulungen können Unternehmen einen wirtschaftlichen Nachteil erleiden, wenn Mitarbeiter offensive Geschäftspraktiken vermeiden, weil sie fälschlicherweise glauben, diese seien rechtswidrig.

5. WIE KÖNNEN SIE WETTBEWERBSRECHTLICHE COMPLIANCE-PROGRAMME IN IHREM UNTERNEHMEN EINFÜHREN?

Wettbewerbsrechtliche Compliance-Programme sind ein systematisches Mittel, das Bewusstsein für die rechtliche Lage und für das Risikomanagement im Unternehmen zu stärken. Sie bestehen aus konkreten Maßnahmen und Verfahren, die Ihnen helfen, wettbewerbswidriges Verhalten sowie dessen negative Auswirkungen in Ihrem Unternehmen aufzuzeigen, zu beseitigen und zu vermeiden.

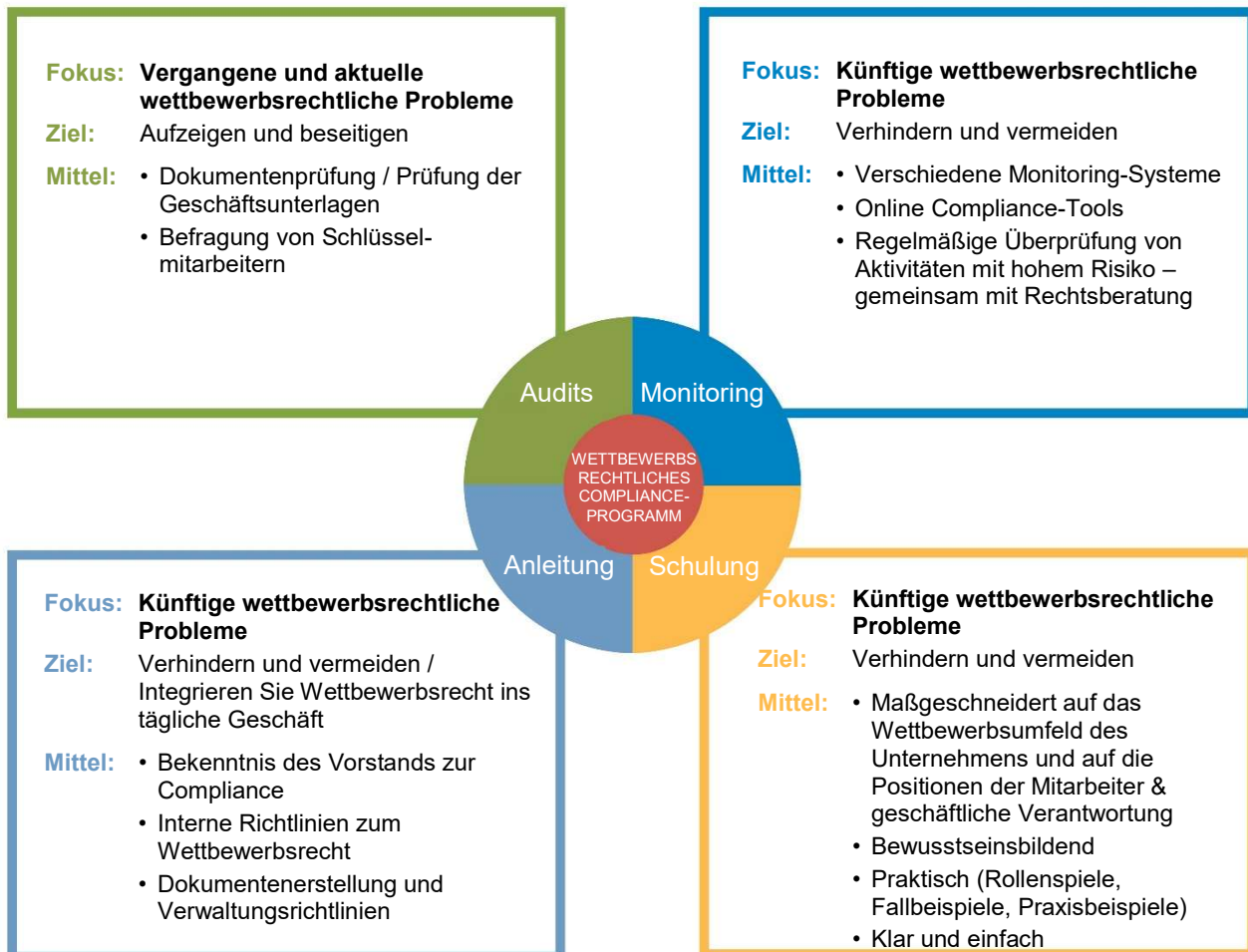
Es ist nicht nötig, mit einem sehr komplexen Programm zu beginnen, ein Grundlagen-Programm reicht für den Anfang. Die folgenden Punkte bilden die wesentlichen Leitlinien:

- Niemand muss alles alleine machen und alle müssen etwas dazu beitragen.
- Um erfolgreich zu sein, erfordern sämtliche Compliance-Maßnahmen in jedem Unternehmen ein klares Bekenntnis der Unternehmensleitung. Es sollte ein Compliance-Statement in einer einfach gehaltenen, allgemein verständlichen Sprache geben.
- Es ist unbedingt nötig, die Person klar zu benennen, die für Compliance zuständig ist. Diese Person sollte mit angemessenen Befugnissen zur Intervention ausgestattet werden, die der damit einhergehenden Verantwortung entsprechen. In kleineren Organisationen wird diese Aufgabe wahrscheinlich mit anderen zusammengefasst.
- Es sollte klargestellt werden, dass „Ausreden“ nicht akzeptiert werden. Die Tatsache, dass Mitbewerber angeblich rechtswidrige Praktiken anwenden, ist kein Grund, dasselbe zu tun. Auch schleppende Verkäufe rechtfertigen keinen Verstoß gegen die Regeln des fairen Wettbewerbs.

Wettbewerbsrechtliche Compliance ist eine Angelegenheit des ordentlichen Risikomanagements. Daher liegt es am Management festzulegen, wie bedeutsam die Risiken eines Verstoßes gegen das Wettbewerbsrecht für das Unternehmen sind und welche Maßnahmen zur Risikosteuerung angemessen sind. Diese Entscheidungen müssen den speziellen Anforderungen des Unternehmens und seiner Geschäftstätigkeit angepasst sein. Nur so wird das Compliance-Programm wirksam und effizient.

5.1. Vier Komponenten eines erfolgreichen Programms

Vermeiden Sie Standard-Lösungen. Die besten Ergebnisse erhalten Sie durch ein für Ihr Unternehmen, maßgeschneidertes Programm, das auf vier Komponenten aufbaut: **Audits, Schulung, Anleitung und Monitoring.**



1. Risikoerkennung und -einschätzung (Audit)

Wettbewerbsrechtliche Audits sind auf die Erkennung bestehender oder früherer wettbewerbsrechtlicher Probleme der Organisation ausgerichtet. Das unterscheidet Compliance-Audits von Wettbewerbsrechts-Schulungen, -Anleitungen und -Monitoring, welche die Verhinderung und Vermeidung künftiger wettbewerbsrechtlicher Stolpersteine zum Ziel haben.

In der Praxis kann ein erster Schritt darin bestehen, die eigenen Aktivitätsbereiche, Vereinbarungen, Marketing- und Vertriebskonzepte, Kooperationsvereinbarungen etc., eventuell unter Zuhilfenahme eines Rechtsbeistandes, zu überprüfen. Dadurch können jene Bereiche aufgezeigt werden, in denen das Unternehmen Wettbewerbsrisiken am stärksten ausgesetzt ist, um sich zunächst auf diese zu konzentrieren. Zum Beispiel können Risiken in einer simplen Matrix grob eingeordnet werden, wo sie nach

Punkten für Wahrscheinlichkeit und Konsequenzen/Auswirkungen bewertet werden (wenn eine Skala von 1–5 verwendet wird, ist $5 \text{ [Wahrscheinlichkeit]} \times 5 \text{ [Auswirkung]} = 25$ der schlimmste Fall).

Wettbewerbsrechtliche Audits ermöglichen es Unternehmen, Folgendes zu bewerten:

- den Stand der aktuellen wettbewerbsrechtlichen Compliance
- die relevantesten wettbewerbsrechtlichen Risiken
- die Quellen potentieller Verletzungen des Wettbewerbsrechts
- die notwendigen Maßnahmen, um die Verletzung zu beenden
- ob der Bedarf an mehr Schulungen, Anleitung und Monitoring empfehlenswert ist und ob das Unternehmen Opfer wettbewerbswidrigen Verhaltens durch Mitbewerber oder Geschäftspartner ist.

Für gewöhnlich sind die Prüfung von Unternehmensdokumenten und die Befragung von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen wesentliche Elemente eines gründlichen wettbewerbsrechtlichen Audits:

Dokumentenprüfung

Um die angeführten Audit-Ziele zu erreichen, sollte die Dokumentenprüfung so umfassend wie möglich ausfallen. Je mehr Dokumente für die Prüfung verfügbar gemacht werden können, desto besser wird das Ergebnis des Audits sein.

Die Prüfung umfasst normalerweise alle wesentlichen Dokumente: Gründungsdokumente, Satzungen, Arbeitsregeln, Kooperationsvereinbarungen, Protokolle von Treffen der Wirtschafts-/Branchenverbände, Protokolle der Vorstandssitzungen sowie die Verträge mit den wichtigsten Lieferanten und Kunden. Darüber hinaus sollte die (E-Mail-)Korrespondenz von Entscheidungsträgern und Mitarbeitern in Schlüsselpositionen des Unternehmens im größtmöglichen Umfang zur Verfügung gestellt werden.

Der Großteil der Daten und Dokumente des Unternehmens existiert normalerweise in elektronischer Form und ist auf Unternehmensservern gespeichert. Am Effizientesten ist es daher, relevante Daten von Unternehmensservern zu sichern und zu sammeln. Beachten Sie jedoch, dass datenschutzrechtliche Bestimmungen möglicherweise die Art und Weise beschränken, wie Daten gesammelt und verarbeitet werden können.

Befragung von Mitarbeitern

Die Befragung von Mitarbeitern stellt die zweite Säule der wettbewerbsrechtlichen Audits dar. Im Vergleich zur Prüfung der Dokumente hat die Befragung von Mitarbeitern bestimmte Vorteile. Während Dokumente oftmals nur einen kleinen Ausschnitt einer Situation zeigen, ermöglichen es Mitarbeiterbefragungen, spezielle Fakten und Situationen in einen größeren chronologischen, geschäftlichen und rechtlichen Zusammenhang zu stellen. Daher ist es leichter, deren Rechtmäßigkeit zu bewerten.

Wird zum Beispiel eine Preisliste eines Mitbewerbers in den Unterlagen des Verkaufsleiters eines Unternehmens gefunden, könnte das auf einen rechtswidrigen Informationsaustausch zwischen Mitbewerbern hinweisen. Die Befragungen können jedoch an den Tag bringen, dass der Verkaufsleiter diese Information von einem Kunden erhalten hat. Das wäre aus wettbewerbsrechtlicher Sicht unproblematisch.

Des Weiteren sollte festgehalten werden, dass nur ein kleiner Teil der relevanten Fakten in den Dokumenten enthalten ist. Für den Ausgang eines wettbewerbsrechtlichen Audits ist es daher entscheidend, dass den richtigen Personen die richtigen Fragen gestellt werden, um verdeckte wettbewerbsrechtliche Probleme erkennen zu können.

Mitarbeiterbefragungen haben im Vergleich zur Prüfung von Unterlagen jedoch auch Kehrseiten: Während die Prüfung von Unterlagen die reinen Fakten preisgeben, können Informationen aus Mitarbeiterbefragungen nie als 100 Prozent wahr betrachtet werden: Die Erinnerung verblasst mit der Zeit und Menschen behalten normalerweise nur grobe und lückenhafte Eindrücke dessen, was vor Monaten passiert ist. Dokumente mit fragwürdigem Inhalt, die während der Dokumentenprüfung erlangt wurden und mit dem entsprechenden Befragten zu tun haben, sollten während des Interviews abgeklärt werden. Beachten Sie, dass Befragte oft persönliche Gründe haben, die Wahrheit zu verschweigen. Im Falle eines Verstoßes gegen das Wettbewerbsrecht können die durch eine Befragung erhaltenen Informationen unzuverlässig sein, weil Mitarbeiter sich selbst, ihre Kollegen oder Vorgesetzten und Untergebenen schützen möchten. Auch die Unternehmensjuristen und das Management können sich in einer Lage befinden, die ihre Objektivität beeinträchtigt.

2. Schulungen

Effektive Schulungen im Wettbewerbsrecht sind bewusstseinsbildend, praxisorientiert und auf die jeweiligen Unternehmen maßgeschneidert. Das Ziel ist es, Unternehmen dabei zu helfen, in Zukunft wettbewerbsrechtliche Probleme zu vermeiden. Schulungen sollten Probleme ansprechen und auch gleich Lösungen dafür anbieten.

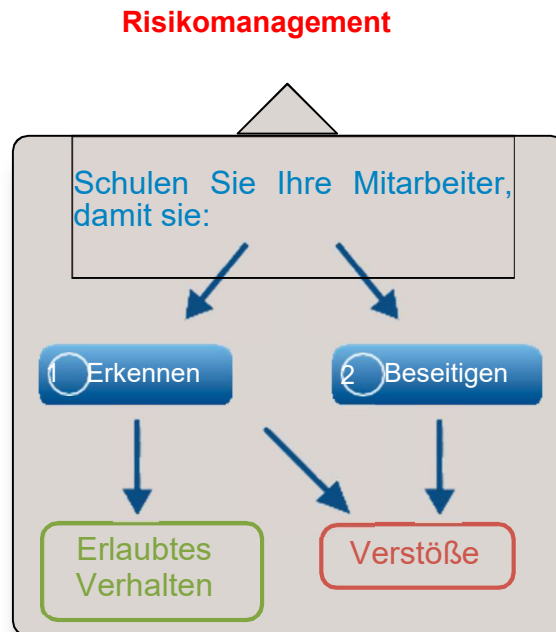
Das ultimative Ziel ist es, bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein für alle potentiellen wettbewerbsrechtlichen Probleme und Gefahren zu schaffen, die ihnen im täglichen Arbeitsumfeld begegnen können. Dazu sollten gleich praktische und einfache Lösungen angeboten werden, wie man sich in diesen Situationen richtig verhält. Im Training sollen Mitarbeiter lernen, wie man wettbewerbsrechtliche Stolpersteine erkennen und vermeiden kann.

Vertreter und Mitarbeiter, die als entscheidend bei der Vermeidung von wettbewerbsrechtlichen Verletzungen gelten, sollten Schulungen im Wettbewerbsrecht erhalten – insbesondere solche, die: (i) Entscheidungen bei der Preispolitik und im Marketing treffen oder Strategien in damit im Zusammenhang stehenden Feldern entwickeln, (ii) Werbe- und Marketing-Material erstellen (iii) direkten oder indirekten Kontakt mit Konkurrenten, Kunden, Lieferanten, Vertriebspartnern oder Vertretern haben, oder (iv) Treffen der Wirtschaftsverbände oder Fachmessen besuchen. Diese Vertreter oder Mitarbeiter können sowohl aus dem höheren Management als auch aus den unteren Ebenen der Unternehmenshierarchie stammen.

Wirksames Training muss dem Wettbewerbsumfeld angepasst sein, in dem das Unternehmen seine Geschäftstätigkeit ausübt und auch der Position und der wirtschaftlichen Verantwortung der Teilnehmenden entsprechen. Die Vorträge müssen auf die besonderen wettbewerbsrechtlichen Risiken der Aktivitäten des Unternehmens abgestimmt sein. Rollenspiele, Fallbeispiele und Beispiele aus der Praxis haben sich als hilfreich erwiesen, um die Wettbewerbsregeln und deren Einhaltung zu illustrieren. Webbasierte Tools können ebenfalls ein geeignetes Element der Schulung sein. Unternehmen sollten Aufzeichnungen darüber führen, wer bereits Trainings erhalten hat und wann. Eine frühere Teilnahme an einer Schulung über das Wettbewerbsrecht sollte eine Voraussetzung für bestimmte Positionen/Aufgaben im Unternehmen sein, zum Beispiel für die Teilnahme an Fachmessen oder Branchentreffen. Die

Teilnehmer von Schulungen sollten ein Zertifikat erhalten, welches die erfolgreiche Teilnahme an der Schulung bestätigt. Ihr Wissen sollte in regelmäßigen Abständen aufgefrischt werden.

Einfachheit und Klarheit sollten die Leitprinzipien für alle Compliance-Trainings sein. Das Hauptziel des Trainings muss es sein, die Belegschaft für kritische Situationen insoweit zu sensibilisieren, dass sie sich rasch an professionelle Rechtsexperten (interne oder externe) wenden wenn solche Situationen auftauchen.



3. Anleitung

Der Zweck der Anleitung ist es, Wettbewerbsrecht in den Geschäftsalltag des Unternehmens zu integrieren. Tägliche Anleitung ist eine wichtige Komponente eines wirksamen wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms. Wettbewerbsrechtliche Compliance-Aktivitäten sind ein ständiger Prozess und ein Mittel des Unternehmens seinen hohen Respekt und sein Verständnis für Wettbewerbsregeln auszudrücken. Dem Management kommt die entscheidende Rolle zu, die Wichtigkeit der Einhaltung des Wettbewerbsrechts zu betonen, mit gutem Beispiel voranzugehen und die nötigen Maßnahmen, Projekte und Budgets zu bewilligen, die erforderlich sind, um ein hohes Niveau an Compliance zu erreichen.

Bekenntnis des Vorstands zur Compliance

Die Wirksamkeit der wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programme hängt zu einem Großteil davon ab, wie sehr sich das Management und die Unternehmensleitung dazu bekennen. Ein Compliance-Programm kann nur Wirkung entfalten, wenn die Personen in den leitenden Positionen das Programm durch ihr eigenes Handeln voll unterstützen. Das Bekenntnis des Managements spiegelt sich im Aufbau und in der Handlungsweise des Compliance-Programms wieder.

Das Bekenntnis des Vorstands zur Compliance kann durch eine offizielle Stellungnahme ausgedrückt werden. Eine derartige Stellungnahme des Vorstands könnte insbesondere folgende Aspekte hervorheben:

- Wettbewerbsrechtliche Compliance betrifft jeden einzelnen Mitarbeiter und alle Ebenen des Unternehmens. Niemand im Unternehmen darf Anordnungen erteilen, die zur Verletzung dieser Richtlinien führen würden.
- Die Wettbewerbsregeln sind von höchster Relevanz für das alltägliche Geschäft des Unternehmens und müssen bedingungslos eingehalten werden, wie auch alle anderen Gesetze.
- Die Nichteinhaltung zieht gravierende Sanktionen für das Unternehmen sowie für die beteiligten Personen nach sich.
- Jeder Mitarbeiter hat die professionelle Pflicht, jegliche Verstöße anderer Mitarbeiter zu melden.
- Die Rechtsabteilung und die Unternehmensleitung stehen jederzeit zur Verfügung, um Fragen hinsichtlich der wettbewerbsrechtlichen Compliance zu beantworten.
- Die Nichteinhaltung der Wettbewerbsregeln zieht disziplinarische Folgen nach sich.

Interne wettbewerbsrechtliche Richtlinien

Die Unternehmensleitung sollte detaillierte wettbewerbsrechtliche Richtlinien herausgeben, die den Mitarbeitern verlässliche Regeln für den Geschäftsalltag bieten.

Die Richtlinien sollten klar herausarbeiten, welche Situationen innerhalb der eigenen Organisation behandelt werden können und müssen. Für alle anderen Situationen sollten die Richtlinien die Mitarbeiter dazu anweisen, sich an professionelle Rechtsexperten zu wenden.

Der Zweck der wettbewerbsrechtlichen Richtlinien kann es nicht sein, Geschäftsleute zu juristischen Experten im Wettbewerbsrecht zu machen. Im Gegenteil: Wahrscheinlich werden zu viele und zu komplexe Inhalte die Mitarbeiter eher davon abhalten, die Richtlinien zu lesen, zu verstehen und anzuwenden. Die Richtlinien sollten einfache und klare Regeln für den Geschäftsalltag und für kritische Situationen bieten, mit denen Mitarbeiter des Unternehmens umgehen können/müssen, ohne sich zuvor an die Rechtsabteilung zu wenden. In Situationen, bei denen sich wettbewerbsrechtliche Probleme ergeben, sollten die Richtlinien die Mitarbeiter an eine Rechtsberatung verweisen.

Effektive wettbewerbsrechtliche Richtlinien müssen daher maßgeschneidert sein und auf die jeweiligen Risiken und Bedürfnisse des entsprechenden Unternehmens eingehen - Standard-Richtlinien sind daher ungeeignet.

Außerdem sollte juristische Fachsprache unbedingt vermieden werden. Nicht nur der Inhalt, sondern auch das Format der internen wettbewerbsrechtlichen Richtlinien ist wichtig. Die Aufmachung ist entscheidend dafür, ob die Mitarbeiter sich die Mühe machen, die Richtlinien auch wirklich aufzuschlagen und zu lesen.

Sämtliche Mitarbeiter sollten ein Exemplar der Richtlinien lesen, akzeptieren und unterschreiben müssen und sich auch dazu bekennen, diese einzuhalten.

Dokumentenerstellung und Verwaltungsrichtlinien

Die Herausgabe von Standard-Dokumenten und Verwaltungsrichtlinien kann hilfreich sein, um bestimmte Fakten oder Situationen zu klären, die, in Ermangelung der Beweisbarkeit des Gegenteils, als wettbewerbsrechtliche Verletzung ausgelegt werden:

- Richtige Aufzeichnungen, die den Hintergrund und die Motivationen für kritische Maßnahmen und Entscheidungen beschreiben, können auch als wertvolle Beweise dienen, wenn Bedenken hinsichtlich wettbewerbswidriger Vereinbarungen zurückgewiesen wurden.
- Eine ordentliche Dokumentation sollte insbesondere dann in Erwägung gezogen werden, wenn Preise geändert werden, (legitime) Gespräche und Meetings mit Mitbewerbern stattfinden, wenn bei Meetings der Wirtschaftsverbände Diskussionen geführt werden. Es sollen auch alle Aspekte des Eingehens, des Inhalts oder der Beendigung einer Geschäftsbeziehung mit einem Vertriebspartner oder Lieferanten dokumentiert werden.
- Situationen, in denen Mitbewerber oder Geschäftspartner an Mitarbeiter Ihres Unternehmens mit Vorschlägen herantreten, die potentiell einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht darstellen, sollten genauso umfassend dokumentiert werden wie auch die Reaktion Ihres Unternehmens auf solche Vorschläge und die Maßnahmen, die getroffen wurden, um wettbewerbsrechtliche Übertretungen zu vermeiden.
- Vertrauliche Geschäftsinformationen über Ihre Mitbewerber können rechtmäßig erworben werden, zum Beispiel von Kunden. Die entsprechenden Dokumente sollten immer festhalten, woher diese Informationen stammen. So vermeiden Sie den Eindruck, dass Sie diese ohne legitimen Grund direkt vom Mitbewerber erhalten haben.

4. Monitoring

Zweck des Monitorings ist es, sicherzustellen, dass die Mitarbeiter des Unternehmens die Wettbewerbsvorschriften nicht nur zur Gänze verstanden und deren Einhaltung akzeptiert haben, sondern diese auch bewahren. Allzu oft wird zu wenig auf das Erfordernis eines Follow-ups geachtet.

Ein Monitoring-System ermöglicht es dem Unternehmen einerseits, möglicherweise unangemessene oder rechtswidrige Handlungen rechtzeitig zu erkennen und den potentiellen Schaden gering zu halten. Andererseits wirkt es auch abschreckend: Die Mitarbeiter sind eher bereit, die Regeln zu befolgen und das Bekenntnis des Unternehmens zur Einhaltung der Wettbewerbsvorschriften zu betonen.

Monitoring-Systeme können zum Beispiel Folgendes umfassen: (i) regelmäßige Überprüfung der Kenntnis des Wettbewerbsrechts im Unternehmen, (ii) Übungen für den Fall einer Durchsuchung (iii) ein Briefkasten für anonyme Meldung von unangemessenem Verhalten, (iv) die Ernennung eines (internen/externen) Ombudsmanns, (v) Monitoring der Verkaufs- und Beschaffungsvorgänge, (vi) Gewinnspannen-Monitoring oder (vii) die Verpflichtung der Konzernleiter, jährlich einen Wettbewerbsrechts-Bericht für ihren Konzern vorzulegen.

Besonders riskante Aktivitäten, die regelmäßig ausgeführt werden, sollten zuerst mit einer Rechtsberatung und danach regelmäßig geprüft werden, zum Beispiel (i) Gespräche oder Informationsaustausch mit Mitbewerbern, (ii) anlässlich von Verträgen oder Übereinkommen mit Mitbewerbern bzw. potentiellen Mitbewerbern, (iii) anlässlich von Aktivitäten der Wirtschaftsverbände, (iv) bei Preisentscheidungen, (v) beim Abschluss von Vertriebspartner- oder Lizenzverträgen (vi) beim Abschluss von Joint-Venture-Verträgen oder (vii) bei einer Lieferverweigerung oder der Einschränkung der Belieferung bzw. beim Beenden der Belieferung von Kunden oder Vertriebspartnern.

Das Monitoring der wettbewerbsrechtlichen Compliance innerhalb des Unternehmens kann durch wirksame Online-Compliance-Tools durchgeführt werden.

6. ERFOLGREICHE VORBEREITUNG UND UMSETZUNG WETTBEWERBSRECHTLICHER COMPLIANCE-PROGRAMME

Die individuelle Anpassung, Vorbereitung und Umsetzung eines wirksamen wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms erfordern einen beträchtlichen Zeit- und Arbeitsaufwand. Es ist nicht zielführend, ein wettbewerbsrechtliches Compliance-Programm einzuführen, wenn es nicht umsetzbar ist oder nicht ernsthaft versucht wird, die Mitarbeiter zur Einhaltung zu motivieren.



Grundentscheidung der Unternehmensleitung

Viele Unternehmen investieren astronomische Summen, um sicherzustellen, dass ihr Vermögen und ihre geschäftlichen Aktivitäten gegen jede Art von Schaden geschützt werden. Selten denken sie dabei aber auch an wettbewerbsrechtliche Compliance. Eine derartige Vernachlässigung ist unklug. Das Wettbewerbsrecht verdient die höchste Aufmerksamkeit des Managements. Die Gründe dafür wurden hier bereits dargelegt. Es liegt an der Unternehmensleitung, zu entscheiden, ob, wann und wie ein wettbewerbsrechtliches Compliance-Programm entwickelt und implementiert wird.

Es ist von großer Bedeutung, dass diese Entscheidungen fundiert und gut durchdacht sind. Für die Kick-off-Entscheidung sollte die Unternehmensleitung insbesondere Folgendes berücksichtigen:

- welche besonderen Risiken von Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht vorrangig behandelt und abgedeckt werden müssen,
- die Wahl des Wissensvermittlungs-Modells (Audit/Schulungen/Richtlinien/Monitoring) sowie der Hauptinhalte,
- die Auswahl der Mitarbeiter, die an dem Audit teilnehmen bzw. geschult werden,

- die Rollenverteilung und die Verantwortung für die Durchführung der wettbewerbsrechtlichen Compliance-Aktivitäten, einschließlich der Rolle des höheren Managements und
- das Timing und die Form, in welcher das Compliance-Programm den Mitarbeitern präsentiert wird.

Beachten Sie, dass eine erfolgreiche Umsetzung eines wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms möglicherweise zu Änderungen in der geschäftlichen Praxis führt. Dies erfordert wiederum Zeit und verursacht Kosten.

Änderungen sind innerhalb der Organisation nicht immer beliebt. Zum Beispiel kann die Verkaufsabteilung als Argument vorbringen, dass die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften es für das Unternehmen schwieriger macht, konkurrenzfähig zu bleiben. Die Finanzabteilung könnte darauf hinweisen, dass beträchtliche Einschnitte beim Umsatz drohen. Und Mitarbeiter sind möglicherweise wegen des laufenden Monitorings und der strengeren Aufsicht unzufrieden. Diese Problemstellungen müssen zufriedenstellend behandelt werden.

Entwurf und Umsetzung – Wer soll das durchführen?

Der Entwurf, die Vorbereitung und Umsetzung eines wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms sollte von einem Juristen überwacht werden, der genügend Erfahrung im Wettbewerbsrecht besitzt.

Bei Unternehmensjuristen ist das oft der Fall. Zusätzlich besitzen Unternehmensjuristen meist entsprechende Branchenkenntnisse und haben ein gutes Gespür für die konkreten Risiken und Stolpersteine. Außerdem ist es meist kostengünstiger, wenn Unternehmensjuristen anstatt externer Experten diese Aufgabe erledigen.

Es gibt also in vielen Fällen sehr gute Gründe dafür, die Unternehmensjuristen mit den Compliance-Aktivitäten zu befassen.

Unter bestimmten Umständen gibt es aber auch oft gute Gründe, warum Unternehmen es bevorzugen, ihre wettbewerbsrechtlichen Compliance-Aktivitäten an externe Rechtsexperten und -berater auszulagern. Der wichtigste Grund dafür ist das Berufsgeheimnis von Anwälten. Das bedeutet, dass auf die Korrespondenz und die Inhalte der Rechtsberatung nicht zugegriffen werden kann. Diese können weder beschlagnahmt, geprüft oder als Beweismittel von Wettbewerbsaufsichtsbehörden verwendet werden und auch private Kläger erhalten im Prinzip keinen Zugang dazu. Gemäß EU-Wettbewerbsrecht betrifft dieses Anwaltsberufsgeheimnis nur die Kommunikation von und zu externen Rechtsberatern, welche Angehörige eines in den Mitgliedstaaten anerkannten juristischen Berufsstands sind. Daher wäre der Rat eines Unternehmensjuristen oder z.B. eines US-Anwalts (auch wenn dieser in einer Kanzlei in der EU tätig ist), nicht geschützt und könnte im Zuge einer wettbewerbsrechtlichen Ermittlung verwendet werden.

Weitere Situationen, in denen es besser sein könnte, externe Rechtsberatung hinzuzuziehen, sind: (i) wenn die interne Rechtsabteilung am wettbewerbswidrigen Verhalten beteiligt sein könnte; (ii) weil Befragte rechtswidriges Verhalten meist lieber mit einer externen Rechtsberatung besprechen als mit anderen Mitarbeitern des Unternehmens.

Ein klarer Fokus: Erkennen Sie die relevanten Bereiche

Damit wettbewerbsrechtliche Programme wirksam sind, ist es nötig, sich auf die besonders relevanten Bereiche zu konzentrieren und andere Bereiche auszulassen, in denen wettbewerbsrechtliche Probleme unwahrscheinlicher sind. Zum Beispiel: Wenn es keine Hinweise gibt, dass ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung einnimmt, dann sollte keine Zeit und Arbeit darauf vergeudet werden, Audits und Schulungen über Verdrängungspreise oder Lieferverweigerungen durchzuführen.

Was sind also die relevantesten wettbewerbsrechtlichen Risiken? Das hängt von den Besonderheiten der Branche, der Unternehmensstruktur, der internationalen Präsenz, der liefer- und nachfrageseitigen

Struktur, der Marktkonzentration und -transparenz, bestehenden Kontakten zu Mitbewerbern etc. ab. Brauchbare Hinweise darauf können von früheren Fällen in Ihrem Unternehmen oder aus der Branche im Allgemeinen gewonnen werden. Folgende Bereiche sind normalerweise von wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programmen umfasst: Verträge mit Mitbewerbern, aktive Teilnahme in Wirtschaftsverbänden, Vertrieb und Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung.

Identifizierung der Schlüsselpersonen

In der Praxis kann nur eine beschränkte Anzahl von Mitarbeitern und von leitenden Angestellten einem Audit unterliegen. Sie sollten daher die Personen oder Teams, die am Programm beteiligt sind, sorgfältig auswählen. Wenn Sie potentielle Kandidaten in Erwägung ziehen, sollten Sie keine Person und keinen Geschäftsbereich innerhalb des Unternehmens von vornherein ausschließen.

Selbst Personalmanager, Callcenter-Mitarbeiter und Sekretariatsmitarbeiter können wertvolle Einblicke in möglicherweise problematisches Verhalten des Unternehmens geben.

Offensichtlich werden die relevantesten Mitarbeiter aber im Management und im Verkauf zu finden sein. Ebenso Mitarbeiter aus Produktion, Marketing und Einkauf, wenngleich in nicht ganz so großem Ausmaß. Die endgültige Auswahl wird davon abhängen, welche Bereiche in Bezug auf wettbewerbsrechtliche Bedenken als wichtig identifiziert wurden. Flexibilität ist notwendig, falls sich beispielsweise ergibt, dass zusätzliche Bereiche problematisch sein könnten und daher der Umfang des Audits ausgedehnt werden muss.

Interne Vermarktung des wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms

Die Bereitschaft, das Verständnis und die Unterstützung der Mitarbeiter sind eine essentielle Voraussetzung für den Erfolg eines wettbewerbsrechtlichen Compliance-Programms. Folglich müssen Sie bereit sein, beträchtlichen Aufwand für die ordentliche und gewissenhafte Kommunikation innerhalb Ihrer Organisation zu betreiben. Es ist entscheidend, dass die Mitarbeiter den Zweck und die Bedeutung des Programms verstehen und auch ihre eigene Rolle darin erkennen.

Die allgemeine Einstellung gegenüber dem Programm soll möglichst positiv sein. Wenn Mitarbeiter im Unternehmen das Gefühl haben, dass ihnen misstraut wird oder sie eines Vergehens beschuldigt werden, werden sie zögern, das Compliance-Programm zu unterstützen.

Es ist wichtig zu vermitteln, dass der Hauptzweck des Compliance-Programms ist, die Interessen des Unternehmens zu verteidigen, allgemeine Regeln zu erklären und negative Vorfälle zu vermeiden – und nicht jemanden bei Fehlern oder rechtswidrigen Handlungen zu ertappen. Es sollte betont werden, dass das Programm auch im Interesse der Mitarbeiter ist, da es ihnen hilft, sich professionell zu verhalten. Des Weiteren schützt es die Mitarbeiter vor unwissentlicher Verletzung von Wettbewerbsvorschriften und somit vor zivilrechtlicher oder strafrechtlicher Haftung.

Versichern Sie den Mitarbeitern, dass die Aufdeckung unangemessener oder rechtswidriger Praktiken keine disziplinären Sanktionen nach sich zieht.

7. WIE GEHT MAN MIT ERKANNTEN VERSTÖßEN UM?

Wenn das Audit unangemessene oder rechtswidrige Praktiken zutage bringt, wollen Unternehmen rasch wieder in die Legalität zurück und die negativen Auswirkungen so gering wie möglich halten. Das

Wichtigste ist, Ruhe zu bewahren, die Konsequenzen abzuschätzen, die Optionen abzuwägen und dann eine fundierte Entscheidung über die nächsten Schritte zu treffen.

BEWAHREN SIE RUHE

Überstürzte Entscheidungen und unkontrollierte Aktionen sind jetzt das Schlimmste, das Sie tun können. Die Entscheidungen, die getroffen werden müssen, und die Strategien, die jetzt entwickelt werden müssen, sind äußerst komplex. Viele verschiedene Aspekte und Parameter müssen in Erwägung gezogen und abgewogen werden, bevor die beste Option für die spezielle Situation festgelegt werden kann.

Die geeignetste Strategie hängt von vielen Umständen ab: Der Ernsthaftigkeit des mutmaßlichen Verstoßes, seiner Dauer, wer ihn begangen hat, mögliche Beteiligte, die geschädigten Parteien, das Ausmaß des Schadens und die Wahrscheinlichkeit, dass die involvierten Mitarbeiter strafrechtlich belangt werden.

Standardlösungen existieren für solche Fälle nicht. Es ist daher entscheidend, die Situation zusammen mit Rechtsexperten zu analysieren.



VERNICHTEN SIE NIE BEWEISE

Beweisdokumente dürfen auf keinen Fall zerstört, gelöscht oder entfernt werden – gleichgültig wie belastend diese sind. Wenn dies doch geschieht, dann schwächt dies das Unternehmen in vielerlei Hinsicht:

1. Das Unternehmen hat die relevanten Unterlagen und Dokumente für mögliche Kronzeugenanträge nicht mehr zur Verfügung.

2. Die Löschung und Vernichtung von Akten oder Dokumenten sendet ein klares Signal des Schuldeingeständnisses. Dieses wird von den Wettbewerbsbehörden nicht ignoriert werden.

3. Wenn Dokumente im Zuge einer laufenden Ermittlung vernichtet/gelöscht werden, dann kann sich Ihr Unternehmen der Rechtsbehinderung schuldig machen. Es drohen schwere Geldstrafen und sogar Haftstrafen für die beteiligten Personen.

ANALYSIEREN SIE DIE SITUATION UND UNTERSUCHEN SIE DIE FAKTEN

Ein einzelnes Dokument in den Unterlagen oder eine Aussage eines Mitarbeiters bei einer Befragung bedeutet noch nicht, dass Grund zur Sorge besteht oder dass sofort gehandelt werden muss. Bevor eine Entscheidung getroffen oder eine Handlung gesetzt wird, muss der erkannte Vorfall vollständig untersucht und geklärt werden.

Da diese Analyse die Grundlage für sämtliche darauf folgende rechtliche Beurteilungen und Entscheidungen liefern wird, muss sie umfassend, vollständig und zu 100 Prozent korrekt sein. „Wann hat das problematische Verhalten begonnen?“ „Welche Mitarbeiter sind darin verwickelt?“ „Wird das Fehlverhalten noch fortgesetzt?“ „Welche anderen Unternehmen sind involviert?“ „Welche anderen Produkte oder Unternehmenseinheiten sind davon betroffen?“ „Wer sind die davon betroffenen Geschäftspartner?“ „Welche Produkte betrifft es?“ „Welche Länder sind betroffen?“ „Wie hoch ist das Risiko, dass der Verstoß entdeckt wird?“ - das sind nur einige der Fragen, die beantwortet werden müssen, bevor weitere Entscheidungen getroffen werden.

Weiter sollte das Unternehmen dafür sorgen, dass es darauf vorbereitet ist, den entdeckten Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht in Form eines Antrags auf Kronzeugenschutz zu präsentieren. Das bedeutet, dass die Details so weit als möglich ermittelt werden müssen und dass auch alle relevanten Dokumentbeweise lokalisiert, zusammengestellt und bereitgehalten werden müssen.



BEENDEN SIE DEN VERSTOSS

Als erstes sollte das Unternehmen einen noch andauernden Verstoß so bald wie möglich beenden. „So bald wie möglich“ bedeutet jedoch nicht immer „sofort“. In bestimmten Fällen kann es empfehlenswert sein, nicht sofort zu intervenieren, sondern die Fortführung des Verstoßes in gewissem Maße hinzunehmen, damit der Ausgang für das Unternehmen allgemein günstiger ausfällt.

Ein abrupter Rückzug aus einer rechtswidrigen Aktivität, die bereits eine Weile anhält, könnte den Verdacht anderer beteiligter Unternehmen erregen. Sie könnten es dann eilig haben, Ihr Unternehmen im Rennen um die günstigste Behandlung durch ein Kronzeugenprogramm zu überholen.

Darüber hinaus könnten Wettbewerbsbehörden von Unternehmen, die bereits eine Kronzeugenbehandlung beantragt haben, verlangen, dass diese im Sinne der Ermittlung ihre Geschäfte unverändert weiterführen. Auf diese Weise können die Behörden ihre Ermittlungen fortsetzen, ohne zu bewirken, dass die anderen Kartellmitglieder zum Beispiel aus Angst Beweise löschen.

SCHÄTZEN SIE DIE MÖGLICHEN KONSEQUENZEN AB

Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht können viele negative Konsequenzen nach sich ziehen – sowohl für Unternehmen als auch für involvierte Führungskräfte und Mitarbeiter.

Eine der häufigsten Konsequenzen ist das Risiko, von den Wettbewerbsbehörden eine Geldbuße zu erhalten. Darüber hinaus muss man sich auch auf andere Folgen gefasst machen, wie private Schadenersatzklagen, strafrechtliche Verurteilungen von Mitarbeitern, Ausschluss von öffentlichen Aufträgen und staatlichen Beihilfen oder den Verlust des guten Rufs. Ein Antrag auf Kronzeugenbehandlung ist eine Option, die in Erwägung gezogen werden soll.

Bevor eine Entscheidung über das weitere Vorgehen gefällt wird, sollte man daher mit Hilfe von Rechtsexperten die folgenden Aspekte im Detail bewerten:



Mögliche Strafen

In den meisten Rechtsordnungen können die Wettbewerbsbehörden bei vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht Geldbußen oder Geldstrafen verhängen. Diese Strafen können verheerende Folgen für die finanzielle Situation des Unternehmens bedeuten. Sie gehören daher zu den Hauptaspekten, die berücksichtigt werden müssen, wenn über die beste Vorgehensweise des Unternehmens entschieden wird.

Normalerweise ist es nicht möglich, die genaue Höhe einer möglichen Geldstrafe abzuschätzen. Es gibt jedoch eine gewisse Spanne, die man oft auf Grundlage der anwendbaren Gesetze und Verordnungen sowie aufgrund der Art, Dauer und Schwere des Verstoßes annähernd schätzen kann.

Es sollte dabei beachtet werden, dass in jedem vom wettbewerbswidrigen Verhalten betroffenen Land die Strafen separat verhängt werden können. Die Risikoeinschätzung hinsichtlich möglicher Geldstrafen muss daher alle Rechtsordnungen umfassen, in denen das Unternehmen Geschäfte betreibt und in denen das wettbewerbswidrige Verhalten wahrscheinlich spürbare Auswirkungen hatte.

Private Schadenersatzklagen

In einigen Ländern können bereits wenige Stunden nach öffentlichem Bekanntwerden eines (möglichen) Verstoßes gegen das Wettbewerbsrecht Sammelklagen im Namen von mutmaßlich geschädigten Wirtschaftspartnern eingereicht werden.

Daher müssen Unternehmen sich bewusst sein, dass die öffentliche Bekanntgabe der Verwicklung in einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht wahrscheinlich zu zivilrechtlichen Haftungsklagen und wettbewerbsrechtlichen Klagen Privater führt. Deren Kosten können sich auf dieselbe Summe belaufen wie die oben erwähnten Geldstrafen.

Ein klarer Überblick, ob und in welchem Ausmaß private Schadenersatzklagen erwartet werden, ist für die strategischen Entscheidungen des Unternehmens daher von entscheidender Bedeutung. Bei einer Abwägung sollten Sie folgende Aspekte berücksichtigen: Länder in denen das wettbewerbswidrige Verhalten wahrscheinlich Auswirkungen hatte, welche Art Wirtschaftspartner betroffen sind und die voraussichtliche Höhe des Schadenersatzes.

Kapitalmarktrechtliche Offenlegung & Bildung von Rücklagen

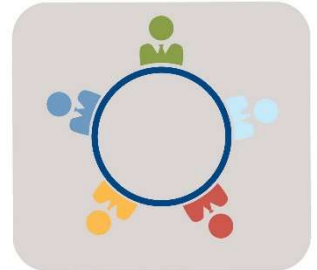
Wie oben angeführt, sind Unternehmen, die Verstöße gegen die Wettbewerbsregeln begehen, einem hohen finanziellen Risiko ausgesetzt. Die Summe der Geldstrafen/-bußen und der privaten Schadenersatzklagen kann rasch die finanziellen Möglichkeiten eines Unternehmens übersteigen. Daher haben Unternehmen gemäß Aktiengesetz die gesetzliche Pflicht, ihre Aktionäre darüber zu informieren und Stellungnahmen herauszugeben, sobald klar wird, dass schwerwiegende finanzielle Folgen für das Unternehmen nicht mehr ausgeschlossen werden können.

Normalerweise wird das Unternehmen auch die entsprechenden vorbereitenden Maßnahmen treffen, um die erwartete finanzielle Belastung zu bewältigen. Weltweit sehen gesellschaftsrechtliche Vorschriften in diesen Fällen vor, dass das Unternehmen ausreichende finanzielle Rücklagen bilden, um die Auswirkung der möglichen Strafen und Schadenersatzzahlungen abzufangen.

8. WIRTSCHAFTSVERBÄNDE UND WETTBEWERBSRECHTLICHE COMPLIANCE

Wirtschaftsverbände können ebenso mit dem Wettbewerbsrecht in Konflikt geraten, auch wenn es hierbei, je nach Art des Verbandes und seiner Mitglieder, große Unterschiede gibt. Dies ist insofern nicht überraschend, da viele Verbände ein Forum bilden, in dem Unternehmen untereinander geschäftliche Themen besprechen können.

Die Verantwortung für die Einhaltung des Wettbewerbsrechts liegt im Wesentlichen bei den einzelnen Personen, die an den Meetings der Wirtschaftsverbände teilnehmen. Es können jedoch auch die Wirtschaftsverbände selbst Schritte unternehmen, um wettbewerbsrechtliche Risiken zu senken. Sogar einige kleine Anpassungen bei den Regeln und in den Praktiken der Wirtschaftsverbände können hilfreich sein. Viele Unternehmen verlangen von den Wirtschaftsverbänden, dass sie über fundierte wettbewerbsrechtliche Compliance-Schutzmaßnahmen verfügen.



Auch für Wirtschaftsverbände gilt, dass es keine Standard-Compliance-Programme gibt. Vielmehr müssen die erforderlichen und angemessenen Compliance-Instrumente für jeden einzelnen Wirtschaftsverband maßgeschneidert werden. Dabei müssen insbesondere die entsprechenden Eigenheiten der Branche, die Mitgliederstruktur, die Aktivitäten und Ziele berücksichtigt werden. Die Wirtschaftsverbände sollten aber auch die nachstehenden Aspekte beachten, wenn sie beurteilen, ob und wie sie ihre Compliance-Maßnahmen verbessern können.

Kein entscheidender Einfluss auf wirtschaftliche Entscheidungen

Dem Leitgrundsatz entsprechend, dürfen Wirtschaftsverbände zu keinem Zeitpunkt entscheidenden Einfluss auf die geschäftlichen Überlegungen ihrer Mitglieder oder auf deren Handlungsweise ausüben. Stattdessen sollten sie nur ihre Mitglieder dabei unterstützen, ihre eigenen, unabhängigen Entscheidungen zu treffen.

Besondere Aufmerksamkeit bei Benchmarking und Informationsaustausch

Besonders beachtet werden müssen Bereiche, wo die Aktivitäten der Wirtschaftsverbände Benchmarking oder Informationsaustausch betreffen. Beides erfordert ein regelmäßiges Sammeln, Zusammenstellen, Analysieren und Verbreiten von sensiblen Unternehmensinformationen. Europäische Gerichte haben befunden, dass bereits ein einziger Austausch sensibler Informationen ausreichen kann, um wettbewerbsrechtliche Vorschriften zu verletzen. Daher ist es von höchster Wichtigkeit, dass Benchmarking-Aktivitäten und Informationsaustausch von einem Rechtsberater aufbereitet, implementiert und überwacht werden.

Geeignete Regeln für Sitzungen der Wirtschaftsverbände

Ehrliche Leute sollen ehrlich bleiben! Es ist wichtig, dass Wirtschaftsverbände die wettbewerbsrechtliche Compliance auf jede Weise unterstützen und sich in ihren Treffen zur Vermeidung von Verstößen bekennen. Grundsätzlich kann dies ohne wesentliche Kosten und Mühen erreicht werden, zum Beispiel durch Anwendung (einiger) der folgenden Grundmerkmale:

1. Wirtschaftsverbände sollten ihre Mitgliedsunternehmen mit Nachdruck dazu anhalten, nur solche Vertreter zu den Treffen zu senden, die ordentlich im Wettbewerbsrecht geschult worden sind oder anderweitig das Wissen über Wettbewerbsrecht erworben haben. Diese Bitte sollte in allen Einladungen, welche der Verband verschickt, ausdrücklich formuliert sein.
2. Verbandstreffen sollten nicht ohne eine vorab festgesetzte Tagesordnung, welche die zu besprechenden Themen sowie die zu fassenden Beschlüsse enthält, stattfinden. Eine solche Tagesordnung sollte rechtzeitig vor dem Treffen an die Teilnehmer verteilt und während des Treffens strikt eingehalten werden.
3. Die Treffen des Verbands sollten mit einer – angemessen kurzen – Erinnerung der Teilnehmenden beginnen, mit der auf die hohe Bedeutung der bedingungslosen Einhaltung des Wettbewerbsrechts hingewiesen wird.
4. Detaillierte Protokolle sollten während des Treffens geführt und danach an die Teilnehmenden zu ihrer Genehmigung verschickt werden. Ein Protokoll muss natürlich genau im Einklang mit der Tagesordnung stehen.
5. Inoffizielle Events haben sich als besonders fruchtbar für wettbewerbswidrige Abreden erwiesen und sollten daher auf ein Mindestmaß reduziert werden.
6. Wenn die Themen geschäftlich sensibel sind, sollte überlegt werden, dem Treffen einen Rechtsberater hinzuzuziehen.

9. UMGANG MIT DURCHSUCHUNGEN

Sehr eng mit der wettbewerbsrechtlichen Compliance verwandt ist das Thema des richtigen Verhaltens bei Durchsuchungen – d. h. bei Ermittlungen an Ort und Stelle durch die Wettbewerbsbehörden. Jedes Unternehmen kann ohne Vorwarnung Ziel einer Hausdurchsuchung werden.

Es ist wichtig, seine Mitarbeiter richtig auf eine mögliche Durchsuchung vorzubereiten. Das hilft dabei, dass wichtige Verteidigungsrechte nicht vernachlässigt werden und verringert das Risiko von Geldstrafen. Die Behinderung oder Sabotage der Ermittlungen könnte auch zu Haftstrafen führen, wenn Mitarbeiter Beweise löschen, vernichten oder zurückhalten, auch wenn ihnen nicht bewusst ist, dass ihr Verhalten strafrechtlich relevant ist.

Mitarbeiter sollten daher Anleitungen zu richtigem Verhalten im Falle einer Durchsuchung bekommen. Es gibt eine Handvoll einfacher und empfehlenswerter Faustregeln für solche Fälle.

Allgemeine Vorbereitung

Der Ablauf einer Durchsuchung ist normalerweise sehr schnell. Es gibt keine Zeit zu „improvisieren“. Um unter Druck effizient zu arbeiten, ist es auch wichtig, **vorbereitende Hausaufgaben** zu machen. Zum Beispiel:

- Erstellen Sie eine Liste aller **Personen, die unverzüglich informiert werden müssen**, wenn eine Durchsuchung stattfindet. Dazu gehören die Firmenleitung, Rechtsexperten und andere Schlüsselpersonen. Die Liste muss die Kontaktdaten enthalten.
- Legen Sie fest, **welche (Konferenz-)Räume geeignet sind**, um die Beamten der Wettbewerbsbehörde unterzubringen. Wenn möglich, sollten die Räume von den anderen Räumlichkeiten des täglichen Geschäfts getrennt sein.
- **Legen Sie fest, welcher Anwalt** oder welche Kanzlei als externer Notfallberater verständigt werden kann. Eine Stunde ist normalerweise der maximale Zeitrahmen, welche die Ermittler bereit sind, auf externe Rechtsberater zu warten, bevor sie mit der Untersuchung beginnen.
- Bereiten Sie einen Entwurf für eine **persönliche Stellungnahme** vor, die rasch an die Mitarbeiter versendet werden kann, wenn eine Durchsuchung unmittelbar bevorsteht. Sie sollte die Mitarbeiter über die Anwesenheit von Ermittlern sowie über die Gründe ihres Besuchs informieren. Außerdem sollten klare Anweisungen hinsichtlich der Zurückhaltung von Dokumenten, der Kooperation mit den Beamten sowie eine Beschreibung der Verteidigungsrechte des Unternehmens enthalten sein.
- Ernennen Sie ein **Team von Mitarbeitern zur Unterstützung**, damit die reibungslose Durchführung der Ermittlungen gewährleistet ist. Ihre Hauptaufgabe ist es, die Ermittler zu begleiten. Sie sollten auch den Kopiervorgang überwachen und Aufzeichnungen über von den Ermittlern mitgenommene Dokumente sowie über Fragen und Antworten führen. Diese Mitarbeiter sollten im Vorfeld gebrieft werden, da an dem Tag selbst nicht genügend Zeit dafür ist. Dieses Team sollte von einem leitenden Angestellten oder einem Rechtsberater geführt werden, der auch als Hauptansprechpartner für die Ermittler dient und das Team des Unternehmens koordiniert.

Verhalten während einer Durchsuchung

Bei Ankunft der Beamten der Wettbewerbsbehörde sollten die oben beschriebenen Schritte genau befolgt werden. Um negative Konsequenzen zu vermeiden, sollten die Mitarbeiter legitime Ermittlungsarbeiten, welche die Ermittler rechtmäßig durchführen, auf keinen Fall erschweren, boykottieren oder sabotieren.

Im Allgemeinen sind die Wettbewerbsbehörden berechtigt, sich zu allen im Durchsuchungsbefehl enthaltenen Bereichen des Firmengeländes Zutritt zu verschaffen. Sie sind auch berechtigt, sich Zugang zu allen Dokumenten zu verschaffen, die sie für relevant halten, und davon Kopien anzufertigen (z.B. Besprechungsprotokolle, Reiseberichte, handschriftliche Notizen, Kalender, Buchhaltungsunterlagen sowie elektronische Daten einschließlich E-Mails und Server-Inhalte).

Auch wenn ein Dokument vertraulich ist oder Geschäftsgeheimnisse enthält, kann es beschlagnahmt oder kopiert werden. Eine Ausnahme gilt jedoch für Dokumente, die durch das Anwaltsberufsgeheimnis geschützt sind (siehe Seite 24). Insbesondere sind dies Korrespondenzen mit externen Rechtsanwälten. Diese Dokumente dürfen von den Wettbewerbsbehörden nicht angesehen, kopiert oder beschlagnahmt werden.

In vielen Rechtssystemen sind Unternehmen nur verpflichtet, eine Durchsuchung passiv zu dulden, müssen aber die Wettbewerbsbehörde in ihren Ermittlungen nicht aktiv unterstützen. In diesem Fall haben die Mitarbeiter des Unternehmens das Recht die Befragung zu verweigern. Ob die Verweigerung der Befragung ratsam ist, hängt von den individuellen Umständen des Falls ab. Diese Befragungen sollten nur in der Anwesenheit eines Anwalts stattfinden.

Nach der Durchsuchung sollten die Ermittler um eine Kopie aller Dokumente gebeten werden, die sie als für ihre Ermittlung relevant befunden haben. Bereits zu Beginn der Durchsuchung ist es hilfreich, die Ermittler zu bitten, zwei Fotokopien aller Dokumente anzufertigen – je eine für die Ermittler und eine für die Akten des Unternehmens. Es sollte auch deutlich klargestellt werden, dass sämtliche Dokumente, Kopien und andere Informationen, welche die Ermittler mitnehmen, vertraulich sind.

Schließlich sollten Aufzeichnungen über sämtliche Bereiche vorbereitet werden, über die Uneinigkeit mit den Ermittlern herrscht, und das Unternehmen sollte sich das Recht vorbehalten, gewisse zweifelhafte Vorgehensweisen der Ermittler anzufechten.

DANKSAGUNG

BusinessEurope richtet seinen aufrichtigen Dank an Dr. Volker Soyez (Kanzlei Haver & Mailänder, Brüssel) für seinen wertvollen Beitrag und seine konstruktiven Vorschläge bei der Planung und der Entwicklung dieser Broschüre.

BUSINESSEUROPE



BusinessEurope ist der führende Vertreter für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit auf europäischer Ebene. Wir stehen hinter Unternehmen überall auf diesem Kontinent und engagieren uns in jenen Themen, die den größten Einfluss auf den Erfolg unserer Mitglieder haben. Als anerkannter Sozialpartner sind wir ein Sprachrohr für Unternehmen jeder Größe in 34 europäischen Ländern, deren nationale Wirtschaftsverbände unsere direkten Mitglieder sind.



Belgien



Bulgarien



Dänemark



Dänemark



Deutschland



Deutschland



Estland



Finnland



Frankreich



Griechenland



Irland



Island



Island



Italien



Kroatien



Lettland



Litauen



Luxemburg



Malta



Montenegro



Niederlande



Norwegen



Österreich



Polen



Portugal



Portugal



Rep. San Marino



Schweden



Schweiz



Schweiz



Serbien



Slowakische Republik



Slowenien



Spanien



Tschechische Republik



Türkei



Türkei



Ungarn



Vereinigtes Königreich



Zypern



Avenue de Cortenbergh 168 – 1000 Brüssel, Belgien

Tel: +32(0)22376511 / Fax: +32(0)22311445

E-Mail: main@businesseurope.eu

WWW.BUSINESSEUROPE.EU

EU Transparenzregister 3978240953-79