

---

## LEITFADEN KARTELLRECHT EU

---

<b>Herausgeber</b>	Corporate Affairs
<b>Zweck</b>	Dieser Leitfaden soll dazu dienen, die grundlegenden kartellrechtlichen Regeln für die Tätigkeit aller Mitarbeiter der Kalle Gruppe darzustellen und Tipps für ein risikofreies Verhalten zu geben.
<b>Inkrafttreten</b>	1. Februar 2022
<b>Überwachung</b>	Corporate Affairs
<b>Bekanntgabe</b>	Kalle Intranet / per E-mail an alle Nutzer
<b>Geltungsdauer</b>	Unbefristet
<b>Geltungsbereich</b>	Kalle Gruppe weltweit
<b>Email:</b>	Compliance@kallegroup.com

Die Unternehmen der Kalle Gruppe sind einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Mit unseren Konkurrenten befinden wir uns in einem fortwährenden Wettbewerb um Qualität, Innovationen, Preise und Kunden. Dieser Wettbewerb kommt unseren Kunden zugute. Wir legen großen Wert darauf, dass weder Konkurrenten noch Kunden die Spielregeln des freien und unverfälschten Wettbewerbs zum Nachteil der Kalle Gruppe verletzen.

Umso wichtiger ist es, dass auch wir das Risiko von Wettbewerbsverstößen vermeiden. Wir schützen den guten Ruf und die Integrität des Unternehmens durch vorbildliches und rechtskonformes Verhalten im Wettbewerb. Wir bekennen uns zu einer verantwortungsbewussten Geschäftstätigkeit im Einklang mit den zum Schutz des Wettbewerbs erlassenen kartellrechtlichen Bestimmungen aller Länder, in denen die Kalle Gruppe operativ tätig ist. Alle Mitarbeiter sind aufgefordert, sich streng an diese Vorgaben zu halten.

Verstöße gegen das Kartellrecht widersprechen nicht nur unserem Verständnis von einem freien und fairen Wettbewerb, sondern können darüber hinaus zu erheblichen Bußgeldern und Schadensersatzforderungen gegen unser Unternehmen, zum Teil aber auch gegen Sie, also die Mitarbeiter der Kalle Gruppe, führen. Alle Mitarbeiter sind daher auch aufgefordert, ihren Vorgesetzten oder Corporate Affairs Verstöße gegen das Kartellrecht jeweils unmittelbar anzuzeigen.

Dieser Leitfaden zum EU-Kartellrecht soll dazu dienen, die grundlegenden kartellrechtlichen Regeln für die Tätigkeit aller Mitarbeiter der Kalle Gruppe darzustellen und Tipps für ein risikofreies Verhalten zu geben. Dem Leitfaden liegt das deutsche und europäische Kartellrecht zugrunde.

Diese Darstellung kann dabei naturgemäß nicht jeden Einzelfall erfassen, zudem verändern sich Gesetze und Regeln mit der Zeit. Wenn Sie generell oder in einem Einzelfall weitere Fragen haben, steht Ihnen Corporate Affairs jederzeit und gerne zur Verfügung.

**Generell gilt: Bitte fragen Sie lieber einmal mehr nach als einmal zu wenig!**

## A. Welches Verhalten ist kartellrechtlich zulässig bzw. unzulässig?

### I. Verhalten gegenüber Wettbewerbern

Bei jeder Kontaktaufnahme mit Wettbewerbern / Konkurrenten ist kartellrechtlich stets besondere Vorsicht geboten. Absprachen mit Wettbewerbern, aber auch lose Vereinbarungen und selbst der bloße Austausch von Informationen mit Wettbewerbern können Verstöße gegen das Kartellrecht darstellen.

#### 1. Absprachen mit Wettbewerbern

**Grundsatz:** Unternehmen müssen ihr Marktverhalten selbständig festlegen, also ohne Abstimmung mit ihren Wettbewerbern. Abstimmungen mit Wettbewerbern, die den freien Wettbewerb verfälschen, verstoßen gegen das Kartellrecht und sind verboten.

- **Wettbewerber** sind unsere Konkurrenten, also alle Unternehmen, die nicht zur Kalle Gruppe gehören und deren Produkte oder Dienstleistungen aus Sicht der Kunden mit unseren eigenen Produkten oder Dienstleistungen austauschbar sind.

*TIPP: Grobe Faustregel zur Frage, ob Produkte austauschbar sind: Auf welche Produkte würden Kunden ausweichen, wenn das gewünschte Produkt dauerhaft 5 – 10% teurer wird? Solche Ausweichprodukte sind "austauschbar".*

*TIPP: Gehen Sie in Zweifelsfällen lieber einmal mehr davon aus, dass ein Wettbewerbsverhältnis besteht.*

Neben den aktuellen Wettbewerbern gibt es auch potentielle Wettbewerber. Ein potentieller Wettbewerber ist jedes Unternehmen, das vernünftigerweise kurzfristig in Wettbewerb zu uns treten könnte.

*TIPP: Abstimmungen mit potentiellen Wettbewerbern sind insbesondere verboten, wenn durch die Absprache ein Markteintritt verhindert werden soll.*

- **Abstimmung** kann im Prinzip jede Verhaltensabstimmung durch gegenseitiges Verständnis sein.

Eine Abstimmung liegt nicht erst dann vor, wenn ein rechtlich bindender Vertrag geschlossen wird. Auch muss die Abstimmung nicht etwa schriftlich sein. Ausreichend ist bereits eine rein informelle mündliche, ja selbst eine wortlose Abstimmung ("*gentlemen's agreement*"). Es kommt nur darauf an, dass sich mindestens zwei Personen in welcher Weise auch immer auf ein bestimmtes Vorgehen einigen bzw. sich koordinieren und so ihre praktische Zusammenarbeit an die Stelle des mit Risiken verbundenen Wettbewerbs treten lassen.

*TIPP: Selbst ein informelles Gespräch auf einer Verbandstagung oder an der Hotelbar kann eine Abstimmung darstellen.*

*TIPP: Verwechseln Sie nicht Rechtsverstoß und Beweisbarkeit des Verstoßes! Zur Veranschaulichung: Nur weil an einer Kreuzung kein Blitzer installiert ist, dürfen Sie dort nicht bei*

*Rot über die Ampel fahren. Ebenso wenig wird eine kartellrechtswidrige Abstimmung dadurch zulässig, dass sie nur mündlich getroffen wurde.*

- **Wettbewerbsbeschränkung:** Abstimmungen beschränken den Wettbewerb immer schon dann, wenn sie den freien Wettbewerb verfälschen. Freier Wettbewerb ist der Wettbewerb, der besteht, wenn jedes Unternehmen sein Verhalten selbständig festlegen würde.

Nicht notwendig ist, dass die Abstimmung den Wettbewerb völlig ausschließt. Es genügt bereits eine Verfälschung im Sinne einer Veränderung des normalen Wettbewerbs. Es spielt auch keine Rolle, ob Sie die Absicht hatten, den Wettbewerb zu beschränken. Es genügt, wenn in Folge der Abstimmung Wettbewerber am Markt anders agieren als sie es ohne die Abstimmung getan hätten. Bei ganz besonders schwerwiegenden Beschränkungen (siehe roter Kasten unten), kommt es nicht einmal darauf an, ob sich das Wettbewerbsverhalten wirklich geändert hat. Die bloße Abstimmung ist dann bereits verboten und es ist unerheblich, ob sich die andere Seite daran hält oder es Auswirkungen am Markt gibt.

### **Erläuternde Beispiele:**

Nicht jede Abstimmung unter Wettbewerbern beschränkt den Wettbewerb. Es gibt durchaus Vereinbarungen mit Wettbewerbern, die zulässig sind. Umgekehrt gibt es Abstimmungen mit Wettbewerbern, die ohne weiteres unzulässig sind. Dazwischen gibt es eine Grauzone. Die richtige Zuordnung ist nicht immer leicht vorzunehmen. Als Richtschnur kann dazu die folgende (nicht abschließende) Auflistung dienen:

#### **VERBOTEN**

**Stets verboten** sind Abstimmungen mit Wettbewerbern über:

- Preise, Preisbestandteile und Konditionen (z.B. Rabatte, Skonti, Boni),
- Zeitpunkt oder Umfang von Preiserhöhungen,
- Produktions- oder Absatzmengen, Kapazitäten oder Marktanteile,
- Aufteilung von Kunden, Gebieten, Geschäftsbereichen, Produktlinien etc.,
- Teilnahme/Nichtteilnahme an Ausschreibungen bzw. Inhalt des Angebots,
- Weiterreichung bestimmter externer Kostenfaktoren (z.B. Rohstoffpreise oder Transportkosten),
- Nichtbelieferung bestimmter Kunden (sog. kollektiver Boykott) oder Verhinderung des Markteintritts Dritter.

#### **ZULÄSSIG**

**Möglicherweise erlaubt** können Abstimmungen mit Wettbewerbern sein über:

- Die wechselseitige Belieferung mit Produkten (Überkreuzbelieferung),
- Kooperationen mit Wettbewerbern, z.B. in den Bereichen Logistik, Einkauf, Vertrieb, Marketing, F&E oder Produktion.

**In der Regel erlaubt** sind

- einfache Lieferverträge mit Wettbewerbern,
- die Festlegung technischer Normen, Typen etc. zwischen Wettbewerbern (z.B. in Normungsausschüssen von Verbänden).

**TIPP:** In allen möglicherweise oder in der Regel erlaubten Fällen muss zuvor die kartellrechtliche Unbedenklichkeit im Einzelfall geprüft werden. Daher muss hier jeweils zuvor Corporate Affairs informiert werden.

## 2. Verhalten in Verbänden / Meinungs- und Informationsaustausch mit Wettbewerbern

**Grundsatz:** Bei der Verbandsarbeit treffen wir uns mit Wettbewerbern. Hier ist besondere Vorsicht geboten. Denn nicht nur die eben geschilderten echten Absprachen sind verboten. **Auch der bloße Austausch von Informationen ist kartellrechtlich unzulässig, wenn er dazu führt, dass Wettbewerber ihr Verhalten einander anpassen oder sich über ihr Verhalten verständigen.** Daher ist der Austausch von Informationen mit Wettbewerbern kritisch, wenn die Informationen üblicherweise vertraulich, marktrelevant und aktuell sind. Dies gilt auch im Rahmen von Verbandsveranstaltungen. **Sie dürfen sich nicht darauf verlassen, dass "alles seine Ordnung" hat, nur weil es im Rahmen einer Verbandstätigkeit geschieht.**

- **Austausch:** Schon ein einmaliger Austausch kann unzulässig sein. Es kommt also nicht darauf an, dass Informationen immer wieder ausgetauscht werden. Auch die Form des Austausches ist gleichgültig. Es spielt zudem keine Rolle, ob die Informationen per E-Mail, in einem bilateralen Gespräch mit einem Wettbewerber oder etwa bei Verbandstreffen, auf Messen, durch Marktinformationssysteme oder Benchmarking-Studien erlangt wurden.

Auch die nur einseitige Zurverfügungstellung von Informationen kann einen verbotenen "Austausch" darstellen, etwa wenn ein Wettbewerber der Kalle Gruppe Informationen offenlegt und die Kalle Gruppe diese akzeptiert.

***TIPP:** Wenn Ihnen ein Wettbewerber Informationen über sein Unternehmen gibt, die wettbewerbsrelevant sind, weisen Sie diese zurück und erklären Sie ausdrücklich, dass Sie solche Informationen nicht erhalten wollen. Schreiben Sie die Information nicht auf, geben Sie diese nicht weiter und informieren Sie Corporate Affairs über den Vorgang.*

- **Wettbewerbsbeschränkung:** Nach Ansicht der Kartellbehörden besteht für Unternehmen normalerweise keine Veranlassung, ihren Wettbewerbern sensible Informationen mitzuteilen. Tun sie dies trotzdem, so schaffen sie die Grundlage für ein abgestimmtes Verhalten der konkurrierenden Unternehmen. Weiß ein Unternehmen z.B., welche Preiserhöhungen sein Wettbewerber plant, kann es hierauf zum Nachteil seiner Kunden reagieren. Dies wirkt dann genauso wie eine echte Preisabstimmung.

***TIPP:** Es kommt darauf an, von wem man die Informationen erhält. Erhält man Informationen über Wettbewerber aus öffentlichen Quellen oder von Dritten, z.B. Kunden, Lieferanten oder Marktforschungsinstituten, ist dies regelmäßig unproblematisch. **Aber Vorsicht:** Unzulässig wäre es, wenn der Austausch über Dritte systematisch erfolgt und so Wettbewerber letztlich bewusst über den Dritten ("über Bande") miteinander kommunizieren.*

**Worauf ist in der Verbandsarbeit bzw. beim Informationsaustausch zu achten / erläuternde Beispiele:**

Verbandsarbeit ist nicht verboten! Aber auch in der Verbandsarbeit gilt das Kartellrecht. Beachten Sie:

- Bevor die Kalle Gruppe einem Verband beitrifft, fragen Sie Corporate Affairs.
- Vor Verbandsveranstaltungen sollten vorab offizielle, schriftliche Tagesordnungen verteilt werden; sehen Sie diese kritisch durch und fragen Sie bei Zweifeln über den statthaften Inhalt der Punkte Corporate Affairs;
- Verbandsveranstaltungen sollten offiziell protokolliert werden;
- Wenn verbotene Themen (siehe sogleich) erörtert werden, erklären Sie, dass eine Diskussion über diese Themen zu unterbleiben hat und verlassen Sie ggf. die Veranstaltung; lassen Sie dies protokollieren und informieren Sie Corporate Affairs;
- Bestehen Sie auf Übermittlung des Protokolls und prüfen Sie dieses auf Unstimmigkeiten oder kartellrechtlich bedenkliche Formulierungen; ggf. informieren Sie Corporate Affairs.

Eine besondere Rolle im Verbandsleben spielt die **Normungstätigkeit**. Die gemeinsame Arbeit mit Wettbewerbern an technischen Normen zur Herstellung einer Kompatibilität / Interoperabilität ist meist kartellrechtlich zulässig. Folgendes sollte beachtet werden:

- Alle Wettbewerber sollten grundsätzlich am Normungsprozess teilnehmen können,
- das Normungsverfahren sollte transparent sein, so dass Dritte sich über das Verfahren informieren können,
- es sollte keine Verpflichtung zur Einhaltung geben und
- Dritte sollten zu fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen Zugang zur Norm erhalten.

Es gibt eine Vielzahl von Themen, über die mit Wettbewerbern gesprochen werden darf. Umgekehrt gibt es Themen, deren Erörterung mit Wettbewerbern klar unzulässig ist. Auch hier gibt es dazwischen eine Grauzone. Als Richtschnur kann die folgende (nicht abschließende) Auflistung dienen:

### VERBOTEN

Stets verboten ist der Informationsaustausch mit Wettbewerbern über:

- Künftige Ein- oder Verkaufspreise und/oder Ein- oder Verkaufspreisbestandteile,
- geplante Preiserhöhungen, auch wenn es nur um den Zeitpunkt dafür, um Durchschnittspreise oder das "ob" einer Preiserhöhung geht,
- künftige Verkaufs- oder Marktanteilsziele,
- künftige Geschäftsgebiete,
- welche Kunden künftig beliefert werden,
- in welche Gebiete künftig geliefert wird, Stand und Ablauf von Verhandlungen mit Kunden bzw. Lieferanten (z.B. Forderung von Preisnachlässen).

### ZULÄSSIG

In der Regel erlaubt ist der Informationsaustausch mit Wettbewerbern über:

- Rechtliche und politische Rahmenbedingungen (z.B. Gesetzesvorhaben) oder allgemeine wirtschaftliche Entwicklungen,
- allgemein bekannte (etwa Börsenpreise von Rohstoffen), leicht zugängliche (etwa bereits online veröffentlichte) Daten oder rein historische individuelle Unternehmensdaten; vor Teilnahme an Benchmarking etc. fragen Sie Corporate Affairs,
- allgemeiner Erfahrungsaustausch oder gemeinsame Marktforschung im Rahmen von Wirtschaftsverbänden.

**TIPP:** Gerade beim Austausch von wettbewerbslich sensiblen Informationen gilt: Lieber einmal zu viel schweigen als einmal zu wenig. Vor allem **Gespräche mit Wettbewerbern über Preise und Kunden sollten tabu sein.**

**TIPP:** Die vorstehenden Regeln gelten für den Informationsaustausch mit **Wettbewerbern**. Natürlich dürfen Sie gegenüber **Kunden** Preiserhöhungen vorher ankündigen oder z.B. beim Einkauf von Vorprodukten den Verkäufer darüber informieren, dass einer seiner Wettbewerber Ihnen ein deutlich besseres Angebot gemacht hat.



## II. Verhalten gegenüber Lieferanten und Kunden

Auch in Vereinbarungen mit Kunden und Lieferanten muss die Kalle Gruppe die kartellrechtlichen Vorgaben beachten. Das Kartellrecht beschränkt vor allem die Möglichkeiten der Kalle Gruppe, Kunden Vorgaben zu machen in Bezug auf deren Wiederverkaufspreise oder die Gebiete oder Abnehmer, an die diese die Produkte der Kalle Gruppe weiterkaufen.

### 1. Preisvorgaben an Weiterverkäufer

**Grundsatz:** Soweit die Kalle Gruppe Produkte über Dritte (Weiterverkäufer) vertreibt, darf diesen Dritten kein Fix- oder Mindestpreis für den Weiterverkauf vorgegeben oder sonst mit diesen abgestimmt werden.

- **Weiterverkäufer** sind alle nicht zur Kalle Gruppe gehörende Dritte, die Kalle-Produkte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung einkaufen und dann weiterverkaufen.
- **Vorgabe oder Abstimmung** ist zum einen jede verbindliche Vorgabe von Fix- oder Mindestpreisen durch die Kalle Gruppe. Aber auch wenn der Weiterverkäufer die Preiswünsche der Kalle Gruppe freiwillig umsetzt oder die Kalle Gruppe sogar um Preisvorgaben ersucht, dürfte die Kalle Gruppe sich mit dem Weiterverkäufer nicht über Fix- oder Mindestverkaufspreise verständigen. Letztlich ist wiederum jede Form der Abstimmung über Verkaufspreise mit Weiterverkäufern erfasst, egal ob formell oder informell, schriftlich, mündlich oder nur sich aus den Umständen ergebend (siehe schon oben unter A I. 1. zur "Abstimmung").

Die Kalle Gruppe darf die Einhaltung bestimmter Preise auch nicht indirekt durch Druck oder durch Anreize umsetzen, also dem Weiterverkäufer Vorteile dafür anbieten, dass er bestimmte Mindest- oder Fixverkaufspreise einhält oder Nachteile für das Nichteinhalten solcher Preise androhen.

## Erläuternde Beispiele:

### VERBOTEN

Verboten sind u.a. folgende Preisvorgaben gegenüber Weiterverkäufern:

- Konkrete Vorgabe von oder sonstige Abstimmungen über Fixverkaufspreise oder Preisuntergrenzen,
- Verpflichtung zur oder sonstige Abstimmung über die Einhaltung von unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP),
- indirekte Preisvorgaben/-abstimmungen wie etwa Vorgabe von maximal zulässigen Nachlässen des Wiederverkäufers auf den Listenpreis oder Vorgabe von Absatzspannen,
- Gewähren oder Versprechen von Sonderrabatten oder sonstigen Vorteilen, um den Weiterverkäufer zur Einhaltung des gewünschten Preisniveaus zu bewegen,
- Androhung oder Verhängung von Liefersperrern oder sonstigen Sanktionen, um den Weiterverkäufer zur Einhaltung des gewünschten Preisniveaus zu bewegen.

### ZULÄSSIG

In der Regel erlaubt sind

- Höchstpreisbindungen, sofern diese nicht so gestaltet werden, dass sie wie eine Fix- oder Mindestpreisbindung wirken; die Kalle Gruppe kann also Weiterverkäufern, z.B. im Rahmen von Aktionen vorschreiben, einen bestimmten Preis nicht zu überschreiten,
- unverbindliche Preisempfehlungen, sofern diese eindeutig unverbindlich sind und bleiben.

**TIPP:** Achten Sie bei der Kommunikation mit dem Kunden stets darauf, dass UVPs immer klar und deutlich als solche bezeichnet werden. Auch in allen Preislisten und Marketingdokumenten sollten etwaige Wiederverkaufspreise stets klar als unverbindliche Empfehlung gekennzeichnet sein.

**TIPP:** Vermeiden Sie gegenüber Weiterverkäufern, eine UVP zu häufig anzusprechen. So wurde bereits eine mehr als einmalige Thematisierung einer UVP als kartellrechtswidrige Druckausübung angesehen.



## 2. Gebiets- oder Kundenschutz

**Grundsatz:** Die Kalle Gruppe darf Weiterverkäufern nicht verbieten, "Komm-Kunden" zu beliefern, also Kunden, die sich von sich aus an den Weiterverkäufer wenden. Internet-Kunden sind in diesem Zusammenhang "Komm-Kunden".

### Erläuternde Beispiele:

#### VERBOTEN

Verboten sind gegenüber Weiterverkäufern z.B.:

- Vorgabe oder sonstige Absprache darüber, dass der Weiterverkäufer bestimmte Kunden (z.B. Lebensmitteleinzelhandel, Industriekunden etc.) oder bestimmte Gebiete (z.B. Frankreich, Süditalien etc.) überhaupt nicht beliefern darf,
- Vorgabe oder sonstige Abstimmung, wonach der Weiterverkäufer überhaupt nicht an andere als "seine" Kunden oder aus "seinem" Gebiet herausliefern darf (z.B. absolutes Verbot von Re-Importen in der EU, also von Polen aus deutsche Kunden zu beliefern oder überhaupt aus Polen herauszuliefern),
- Vorgabe oder sonstige Abstimmung darüber, dass der Weiterverkäufer Kalle-Produkte nicht über das **Internet** verkaufen darf,
- Gewähren oder Versprechen von Sonderrabatten oder sonstigen Vorteilen, um den Weiterverkäufer von der Lieferung an bestimmte Kunden, in bestimmte EU-Gebiete oder über das Internet abzuhalten,
- Androhung oder Verhängung von Liefersperren oder sonstigen Nachteilen, um den Weiterverkäufer von der Lieferung an bestimmte Kunden, in bestimmte EU-Gebiete oder über das Internet abzuhalten.

#### ZULÄSSIG

Möglicherweise erlaubt können insbesondere folgende Beschränkungen sein:

- An Großhändler gerichtete Verbote, direkt an Endkunden zu verkaufen,
- Verbote, in Exklusivgebiete, die die Kalle Gruppe sich selbst oder einem anderen Händler exklusiv zugewiesen hat, aktiv hinein zu verkaufen, also z.B. in solchen Exklusivgebieten Kunden anzuwerben, Geschäftsstellen oder Lager zu eröffnen; allerdings muss der Verkauf an "Komm-Kunden" aus diesen Gebieten stets erlaubt bleiben (siehe linke Spalte),
- Verpflichtungen, zumindest auch ein Ladengeschäft und keinen reinen Internethandel zu betreiben,
- soweit Kalle Produkte nur über nach bestimmten Kriterien bestimmte, zugelassene Händler verkauft: Verbote, Produkte an Weiterverkäufer zu liefern, die nicht zugelassen sind bzw. die Kriterien nicht erfüllen.

**TIPP:** Bei all diesen Vertriebsbeschränkungen muss zuvor die kartellrechtliche Unbedenklichkeit geprüft werden

**TIPP:** Ein "Nachteil" läge zum Beispiel schon vor, wenn die Kalle Gruppe einem Händler für die Produkte, die der Händler außerhalb "seines" Gebietes verkauft, einen höheren Preis in Rechnung stellt als für in "seinem" Gebiet verkaufte Produkte. Umgekehrt wäre es ein Vorteil, wenn die Kalle Gruppe z.B. einem Weiterverkäufer einen Rabatt rückwirkend nur für Verkäufe im "zugewiesenen" Gebiet oder nur für die nicht online verkauften Produkte gewähren würde.

### 3. Exklusivitätsklauseln, Meistbegünstigungsklauseln etc.

**Grundsatz:** Auch alle anderen Regelungen in Handelsbeziehungen mit Kunden oder Lieferanten, die die Freiheit, Geschäfte mit anderen Geschäftspartnern zu tätigen, einschränkt, können kartellrechtlich verboten sein.

In der Regel erlaubt, aber stets im Einzelfall zu prüfen, sind z.B.

- Gegenüber **Lieferanten der Kalle Gruppe**
  - Exklusivbindung der Lieferanten der Kalle Gruppe, also Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, dass ein Lieferant der Kalle Gruppe ein betreffendes Produkt ausschließlich an die Kalle Gruppe liefern darf,
  - Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, wonach der Lieferant der Kalle Gruppe stets die günstigsten Preise anbietet.
- Gegenüber **Kunden der Kalle Gruppe**
  - Exklusivbindung der Kalle Gruppe, also Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, dass die Kalle Gruppe bestimmte Produkte (in einem bestimmten Gebiet) nur an einen einzigen Kunden liefern darf (z.B. Einsetzung eines Alleinimporteurs in einem Land),
  - Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, dass die Kalle Gruppe selbst keine Produkte direkt in ein bestimmtes Gebiet liefert,
  - Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, wonach die Kalle Gruppe dem jeweiligen Vertriebspartner stets die günstigsten Preise anbietet,
  - Exklusivbindung des Kunden, also Vereinbarung oder sonstige Abstimmung, wonach der Vertriebspartner während der Vertragslaufzeit nur Produkte der Kalle Gruppe und nicht von Wettbewerbern anbieten darf; diese Exklusivität sollte aber nur für die Dauer von 5 Jahren vereinbart werden; nach Auslaufen des Vertrages sollte der Vertriebspartner frei sein, sofort wieder Wettbewerbsprodukte zu verkaufen. Konkret heißt das für einen Vertriebsvertrag:
    - Wenn eine Exklusivbindung vorgesehen ist, ist Erstlaufzeit des Vertrages auf fünf Jahre zu begrenzen.
    - Bei Neuabschluss nach fünf Jahren kann der Vertrag mit Exklusivbindung erneut für bis zu fünf Jahre abgeschlossen werden; das kann beliebig oft mit Neuabschlüssen wiederholt werden.
    - Ab 1.6.2022 voraussichtliche Rechtsänderung: Verträge können auch automatisch verlängert werden, wenn sie nach Ablauf der ersten fünf Jahre mit angemessener Frist und zu angemessenen Kosten gekündigt werden können.

#### 4. Forschungs- und Entwicklungsvereinbarungen

**Grundsatz:** Auch Forschungs- und Entwicklungsvereinbarungen fallen unter das Kartellrecht.

Vor allem Beschränkungen, die Ergebnisse der gemeinsamen Entwicklung zu nutzen, Kunden zu beliefern oder auch außerhalb der jeweiligen Vereinbarung unabhängig von der anderen Partei weiter zu forschen oder entwickeln, können kartellrechtlich verboten sein. Sie sind dann auch unwirksam. Schlimmstenfalls haben wir also unser Wissen preisgegeben und müssen schutzlos zusehen, wie unser Partner unser Wissen auch für unsere Wettbewerber nutzt.

***TIPP:** Alle Forschungs- und Entwicklungsvorhaben müssen mit Corporate Affairs abgestimmt werden.*

### III. Missbrauch von Marktmacht

**Grundsatz:** Marktbeherrschende Unternehmen sind besonderen Beschränkungen unterworfen. Der Handlungsspielraum marktmächtiger Unternehmen wird durch das Verbot des Missbrauchs von Marktmacht stark eingeschränkt. Scheinbar völlig normale Verhaltensweisen können verboten sein, wenn sie durch marktmächtige Unternehmen praktiziert werden.

- **Marktmacht: Marktbeherrschung und Marktstärke:** Hat ein Unternehmen einen Marktanteil von 40 % oder mehr, so wird in der Regel vermutet, dass es marktbeherrschend ist. Auch Unternehmen mit viel niedrigeren Marktanteilen können aber Marktmacht haben, nämlich wenn ihre Abnehmer oder Lieferanten von ihnen abhängig sind, weil diese nicht ohne weiteres auf andere Lieferanten oder Kunden ausweichen können (sog. "marktstarke Unternehmen").
- **Missbrauch:** Der Begriff des Missbrauchs enthält keinen moralischen Vorwurf. Es geht um die Frage, ob das Verhalten eines Unternehmens gerade aufgrund von dessen Marktmacht wettbewerbsschädliche Auswirkungen hat. Dies kann etwa der Fall sein bei der Behinderung von Wettbewerbern, unberechtigter Ungleichbehandlung von Geschäftspartnern, dem gezielten Herausdrängen von Wettbewerbern aus dem Markt oder anderen Behinderungen von Wettbewerbern oder dem Erpressen von Vorteilen gegenüber Geschäftspartnern.

**TIPP:** Lassen Sie sich nicht durch den Begriff des "Missbrauchs" irreführen. Schon völlig normale Verhaltensweisen, wie die Gewährung von Treuerabatten oder die Kündigung eines Vertriebsvertrages, können missbräuchlich sein, wenn sie von einem marktmächtigen Unternehmen praktiziert werden.

- **Belieferungszwang:** Das Gebot zur Gleichbehandlung gilt auch bzgl. der Belieferung an sich. In Einzelfällen kann es deshalb für die Kalle Gruppe einen Belieferungszwang geben.

**TIPP:** Jede Belieferungsverweigerung oder Liefereinstellung bei Produkten, bei denen die Kalle Gruppe über einen Marktanteil von mindestens 40 % verfügt, muss zuvor kartellrechtlich geprüft werden.



## Erläuternde Beispiele:

### VERBOTEN

Unternehmen mit Marktmacht ist nicht erlaubt

- Diskriminierung, also die sachlich nicht gerechtfertigte Bevorzugung oder Benachteiligung einzelner Kunden oder Lieferanten; dies kann jede willkürliche Ungleichbehandlung sein, erfasst aber vor allem eine Ungleichbehandlung, mit der Geschäftspartner zu einem bestimmten, kartellrechtlich nicht wünschenswerten Verhalten motiviert werden sollen; ein Beispiel etwa ist die Einstellung der Belieferung eines Händlers wegen dessen Preis- oder sonstigen Lieferverhaltens,
- Ausbeutungsmissbrauch, z.B. das Einfordern unbilliger Konditionen von Kunden oder Lieferanten, etwa das Verlangen von Monopolpreisen oder die Bedingung, ein Produkt nur dann abzugeben, wenn der Abnehmer auch ein anderes, nicht zugehöriges Produkt mit abnimmt.
- Behinderungsmissbrauch, also jede unbillige Nachteilszufügung gegenüber Kunden, Wettbewerbern oder Lieferanten; typisch sind vor allem für marktbeherrschende Unternehmen das gezielte Verdrängen von Wettbewerbern vom Markt, etwa durch (i) Ausschließlichkeitsklauseln, die wichtige Lieferanten exklusiv an die Kalle Gruppe binden, (ii) Ausschließlichkeitsklauseln, die Kunden einen Bezug bei Wettbewerbern verbieten, (iii) die Gewährung von Treuerabatten, die einen Bezug beim Wettbewerber unattraktiv machen oder (iv) der gezielte Einsatz von Kampfpreisen um Wettbewerber vom Markt zu drängen,

### ZULÄSSIG

Unternehmen mit Marktmacht sind u.a. folgende Handlungen erlaubt:

- Allgemeine, mengenbezogene Rabattsysteme ohne Rückwirkung, die diskriminierungsfrei angewendet werden,
- Bestimmung der Absatzwege und Absatzbestimmungen nach eigener kaufmännischer Entscheidung; insbesondere sind marktmächtige Unternehmen nicht verpflichtet, allen Kunden dieselben Preise und Konditionen zu gewähren; auch marktstarke Unternehmen dürfen auf Preiswettbewerb mit individuellen Preisverhandlungen reagieren,
- Liefersperrern, sofern für diese Rechtfertigungsgründe vorliegen, etwa weil der Kunde nicht zahlt oder anderen zulässigen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommt.

Unter bestimmten Umständen sind Unternehmen mit Marktmacht u.a. folgende Handlungen erlaubt:

- Kundenbindungen,
- Rabattsysteme, die eine ähnliche Wirkung haben wie ausdrücklich vereinbarte Kundenbindungen, z.B. Treuerabatte oder Staffelpunkte mit Rückwirkung.

**TIPP:** Diese Maßnahmen können zulässig sein, müssen aber unbedingt zuvor kartellrechtlich geprüft werden und Corporate Affairs sollte informiert werden.

**TIPP:** Insbesondere die möglichen Rabattarten und ihre Wirkungen sind vielfältig. Deshalb dürfen alle Rabatte, die besondere Kaufanreize bieten, nur gewährt werden, wenn zuvor die kartellrechtliche Unbedenklichkeit geprüft wurde. Auch hier gilt: Lieber einmal mehr fragen als einmal zu wenig.



## B. Was sind die Folgen von Verstößen gegen das Kartellrecht?

Wettbewerbswidriges Verhalten kann zu empfindlichen, sogar existenzbedrohenden Geldbußen führen.

Für das Unternehmen:

- Für die Kalle Gruppe kann das Bußgeld schlimmstenfalls bis zu 10 % des konzernweiten Vorjahresumsatzes betragen.
- Kartellrechtswidrige Vertragsklauseln oder der gesamte Vertrag sind unwirksam. Sie können vor Gericht nicht durchgesetzt werden. Vorsicht vor allem bei **F&E-Vereinbarungen**: Wir geben unser Wissen preis. Wenn dann der Vertrag unwirksam ist, ist unser Wissen weg und wir sind schutzlos!
- Denkbar sind darüber hinaus zahlreiche weitere Folgen für die Kalle Gruppe, etwa die Anordnungen zur Erstattung von rechtswidrig erlangten Vorteilen, die Abschöpfung rechtswidrig erlangter Vorteile aber auch Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche z.B. von Kunden, die sich durch kartellrechtswidriges Verhalten geschädigt fühlen.

Für uns selbst, die Mitarbeiter:

- Für die leitenden Mitarbeiter kann zudem ein Bußgeld bis zu EUR 1 Mio. verhängt werden. Dies gilt nicht nur, wenn die leitenden Mitarbeiter selbst an dem Verstoß beteiligt waren, sondern schon dann, wenn sie ihre Pflicht zu Aufsicht im Unternehmen verletzt haben. Eine solche Aufsichtspflichtverletzung kann bereits vorliegen, wenn keine hinreichende Kontrolle über das Verhalten von Mitarbeitern in kartellrechtlich sensiblen Bereichen ausgeübt wurde.
- Mitarbeitern drohen zudem arbeitsrechtliche Konsequenzen und schlimmstenfalls auch Schadensersatzforderungen.

### C. Goldene Regeln für die Praxis

Es gibt eine Reihe von goldenen Regeln für die Praxis, welche das Risiko eines Kartellrechtsverstoßes minimieren helfen. Diese sind:

- Besprechen Sie nie mit Wettbewerbern die Unternehmensstrategie. Besprechen Sie insbesondere nie Preise und Konditionen.
- Versuchen Sie nicht, bei Mitarbeitern von Wettbewerbern unzulässige Informationen über deren Geschäftsstrategie, Preise oder Konditionen zu erhalten.
- Beschweren Sie sich nicht bei Wettbewerbern über deren Preisstellung bei Kunden.
- Gehen Sie nicht auf rechtlich unzulässige Vorschläge von Wettbewerbern (z.B. eine Preisabsprache zu treffen) ein, auch nicht zum Schein.
- Versuchen Sie nicht, gegenüber Weiterverkäufern Fix- oder Mindestpreise durchzusetzen.
- Seien sie besonders vorsichtig, wenn Sie Ihren Weiterverkäufern Kunden- oder Gebietsbeschränkungen auferlegen wollen.
- Achten Sie auf die besonderen Regeln, die für Unternehmen mit hohen Marktanteilen (ab 40 %) gelten.

**Achten Sie auf Ihre Kommunikation!** Kommunizieren Sie stets sorgfältig, besonders bei E-Mails. Vermeiden Sie missverständliche Formulierungen wie z.B.

- Der Wettbewerber hat mir gesagt, ...
- Ich werde beim Wettbewerber mal nachfragen...
- Wir müssen etwas gegen die Preise dieses Händlers / Wettbewerbers tun...
- Wir sind bei dem Produkt marktbeherrschend / Wir sind unangefochtener Marktführer...
- Wir werfen die aus dem Markt...
- Wir boykottieren...

**Informieren Sie stets sofort die Geschäftsführung und/oder Corporate Affairs, wenn**

- Sie von einem kartellrechtlich relevanten Verhalten der Kalle Gruppe, Wettbewerbern oder Geschäftspartnern erfahren,
- Sie Fragen oder Bedenken bzgl. eines bestimmten Vorgehens haben,
- ein Wettbewerber oder ein Geschäftspartner Ihnen mitteilt, eine bislang mit der Kalle Gruppe geübte Praxis nun aus kartellrechtlichen Gründen aufgeben zu wollen,
- bei Wettbewerbern oder Geschäftspartnern kartellrechtliche Prüfungen erfolgen.

Dieser Leitfaden kann nicht jeden Einzelfall erfassen. Sollten Sie Zweifel haben, fragen Sie stets lieber einmal zu viel als einmal zu wenig nach.

Diese Richtlinie wird von der Geschäftsführung der Kalle Management GmbH mit Wirkung zum 1. Februar 2022 für die Kalle-Gruppe freigegeben. Sie ersetzt für die europäischen Gesellschaften ab diesem Tag die Verhaltensrichtlinie Kartellrecht vom März 2014.

Wiesbaden, 1. Februar 2022



**Torben Müller**

CO-CEO



**Dr. Michael Schmalholz**

SVP Corporate Affairs and Head of Group Compliance