

# COMPLIANCE RICHTLINIE

## KARTELL- UND

## WETTBEWERBSRECHT



**WOLF**

**WERTE**

Version	1.1
Gültig ab	Oktober 2018
Freigabe	Geschäftsführung WOLF
Geltungsbereich	WOLF Österreich

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>GELTUNGSBEREICH</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>CHECKLISTE FÜR RICHTIGES VERHALTEN</b> .....	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>DAS KARTELLVERBOT</b> .....	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>VEREINBARUNGEN ZWISCHEN WETTBEWERBERN</b> .....	<b>6</b>
5.1	Preis- und Quotenkartelle .....	6
5.2	Konditionenkartelle .....	7
5.3	Informationsaustausch .....	7
5.4	Aufteilung von Märkten .....	8
5.5	Kooperationen .....	8
<b>6</b>	<b>VEREINBARUNGEN ZWISCHEN VERTRIEBSPARTNERN</b> .....	<b>9</b>
6.1	Preisbindung von Abnehmern .....	9
6.2	Bestpreisgarantien und Meistbegünstigungsklauseln .....	10
6.3	Absatz- und Bezugsbindungen .....	10
6.4	Selektive Vertriebssysteme .....	10
<b>7</b>	<b>MISSBRAUCHSVERBOT EINER MARKTBEHERRSCHENDEN STELLUNG</b> .....	<b>11</b>
7.1	Preis- und Konditionenmissbrauch .....	11
7.2	Rabattsysteme .....	12
7.3	Kampfpreisstrategien .....	12
7.4	Koppelungsverbot .....	13
7.5	Diskriminierung von Geschäftspartnern .....	13
7.6	Geschäfts- und Lieferverweigerungen .....	14
<b>8</b>	<b>VERHALTEN IN VERBÄNDEN UND BEI SONSTIGEN VERANSTALTUNGEN</b> .....	<b>14</b>
<b>9</b>	<b>FOLGEN BEI ZUWIDERHANDELN</b> .....	<b>15</b>

## 1 EINLEITUNG

WOLF Systembau steht für eine breite Produktpalette, innovative Bausysteme, motivierte Mitarbeiter und modernste, hochautomatisierte Produktionsanlagen im Bereich Holz- und Stahlbau. Wir sind einer der größten Baubetriebe in Österreich mit zentralem Firmenstandort und sind international tätig. Im Zuge unserer Tätigkeit unterliegen wir verschiedenen nationalen, europäischen und internationalen Regelungen. Wir nehmen unsere Verantwortung ernst und bekennen uns uneingeschränkt zur Einhaltung kartell- und wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen. Wir setzen uns für ein transparentes und faires Verhalten am Markt ein und tragen bestmöglich zur Sicherstellung eines freien Wettbewerbs bei.

Ziel dieser Richtlinie ist die Vermittlung der wesentlichen Grundsätze und Verhaltensregeln im Bereich des Kartell- und Wettbewerbsrechts und die Sicherstellung der Einhaltung dieser. Ein fairer und freier Wettbewerb maximiert aus ökonomischer Sicht den Gesamtwohlfund stellt gesamtwirtschaftlich den bestmöglichen Zustand dar. Aus diesem Grund ist der Schutz des freien Wettbewerbs ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Eine abschließende Darstellung und Berücksichtigung sämtlicher kartell- und wettbewerbsrechtlicher Situationen, die im Rahmen des täglichen Geschäftsalltags auftreten können, ist im Rahmen dieser Richtlinie nicht möglich und kann auch nicht garantiert werden. **Deshalb sind in Zweifelsfällen und bei auftretenden Fragen immer der direkte Vorgesetzte oder die Geschäftsführung zu Rate zu ziehen!**

## 2 GELTUNGSBEREICH

Die vorliegende Richtlinie ist für **alle Geschäftsführer, Führungskräfte und Mitarbeiter<sup>1</sup>** unserer österreichischen Unternehmen

- WOLF Holding GmbH
- Wolf Systembau Gesellschaft m.b.H.
- Lehner Systembau GmbH
- DIPL. ING. DRACK & WOLF Bauges. m.b.H.

(im Folgenden „WOLF“) verbindlich gültig. Sie betrifft alle handelnden Personen, die WOLF in irgendeiner Form zurechenbar sind. Darüber hinaus erwarten wir von unseren **Geschäfts-**

---

<sup>1</sup> Zur leichteren Lesbarkeit wird in diesem Dokument auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten für beide Geschlechter.

**und Handelspartnern** regelkonformes Verhalten, insbesondere die Einhaltung geltender kartell- und wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen.

Jeder Einzelne ist dazu angehalten, sich über die für ihn relevanten kartell- und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften zu informieren und sich dementsprechend zu verhalten. **Verstöße** gegen in dieser Richtlinie normierten Verhaltensanforderungen werden von uns nicht toleriert und können gravierende Folgen und Konsequenzen, wie beispielsweise Geldbußen, Schadenersatzzahlungen und disziplinarische Konsequenzen, sowohl für unser Unternehmen als auch für den Einzelnen, nach sich ziehen.

Unternehmen, die unter einer einheitlichen Leitung stehen, werden als wirtschaftliche Einheit gesehen, weshalb **konzerninterne Vereinbarungen** grundsätzlich nicht den kartell- und wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen unterliegen. Ausschlaggebend ist hierbei, dass das Mutterunternehmen beherrschenden Einfluss auf das Tochterunternehmen ausüben kann. Deshalb ist auch bei der Weitergabe von kartellrechtlich heiklen Informationen innerhalb des Konzerns erhöhte Vorsicht geboten und sollte immer eine Einzelfallprüfung durchgeführt werden. In Zweifelsfällen sind der direkte Vorgesetzte oder die Geschäftsführung zu kontaktieren.

Auch Handelsvertreter und Unternehmen werden grundsätzlich als wirtschaftliche Einheit angesehen, weshalb auch **unsere Handelsvertreter** in Zusammenarbeit mit unseren Kunden denselben kartell- und wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen unterliegen. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Handelsvertreter selbst bei der Ausführung der ihm übertragenen Tätigkeit keinen oder nur einen geringen Teil der Risiken des Absatzes trägt.

**Sind mehrere sich widersprechende kartellrechtliche Regelungen auf eine Situation anwendbar, so sind immer die strengeren Vorschriften einzuhalten!**

### 3 CHECKLISTE FÜR RICHTIGES VERHALTEN



#### Informieren Sie sich!

Zur Vermeidung von Kartellverstößen ist es unverzichtbar, dass sie problematisches Verhalten erkennen. Befassen Sie sich daher mit dem Thema und informieren Sie sich über die Grundzüge des Kartellrechts. Lesen Sie diese Richtlinie aufmerksam und reflektiert durch und wenden Sie sich bei Fragen oder in Zweifelsfällen an Ihren direkten Vorgesetzten oder die Geschäftsführung!



#### Treffen Sie keine kartellrechtlich verbotenen Absprachen

Kartellrechtlich verbotene, wettbewerbsrelevante Absprachen jeglicher Art – egal ob verbindlicher oder unverbindlicher Natur – sind ausdrücklich zu unterlassen. Vom Kartellverbot umfasst sind insbesondere Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern über Preise, Preisbestandteile und geplante Preisänderungen, Quoten, Geschäftsbedingungen und sonstige Konditionen sowie die Aufteilung von

Märkten und Kunden. **Zwischen Lieferanten und Abnehmern (Händlern) sind bspw. Preisbindungen (z.B. Lieferant legt Verkaufspreis fest) sowie gewisse Gebietsschutzvereinbarungen (z.B. Exklusivrecht des Händlers für ein bestimmtes Gebiet) und Bezugsbindungen (z.B. Händler darf Ware nur bei einem bestimmten Lieferanten beziehen) verboten.**



**Geben Sie keine wettbewerbsrelevanten Informationen weiter!**

Legen Sie keine Informationen offen, die in irgendeiner Weise Rückschlüsse auf das Marktverhalten unseres Unternehmens zulassen bzw. nicht über öffentliche Quellen zugänglich sind. Ob der Informationsaustausch unmittelbar oder mittelbar erfolgt, ist aus kartellrechtlicher Sicht irrelevant. Vor Austausch von kartellrechtlich sensiblen Informationen halten Sie Rücksprache mit Ihrem direkten Vorgesetzten oder der Geschäftsführung.



**Distanzieren Sie sich bei Erhalt von wettbewerbsrelevanten Geschäftsinformationen über Wettbewerber und widersprechen Sie!**

Erfragen Sie keine wettbewerbsrelevanten Informationen von anderen Wettbewerbern. Bei Erhalt solcher Informationen, dokumentieren Sie den Vorfall und informieren Sie unverzüglich Ihren direkten Vorgesetzten oder die Geschäftsführung.



**Achten Sie auf Ihr Verhalten bei der Teilnahme an Verbandssitzungen oder sonstigen Veranstaltungen!**

Auch in der Verbandsarbeit sind wir zu wettbewerbskonformem Verhalten verpflichtet! Vermeiden Sie bei allen Verbandsveranstaltungen sowie am Rande solcher Veranstaltungen (z.B. in Pausen) die Diskussion über Tabuthemen bzw. den Austausch von wettbewerbsrelevanten Informationen. Sollte das Gespräch in Richtung solcher Tabuthemen gehen, widersprechen Sie sofort und bitten Sie das Thema zu wechseln. Kann dies nicht erzielt werden, distanzieren Sie sich und verlassen Sie die Gesprächsrunde bzw. die Veranstaltung umgehend. **Tabuthemen** sind insbesondere:

- Preise, preisbildende Faktoren und Preispolitik
- Kapazitäten, **Absprache Absatzmengen und Quoten**
- Geschäftspläne und –strategien
- Aufteilung von Märkten und Kunden
- Kosten und Kostenstruktur



**Beachten Sie das Missbrauchsverbot!**

Agieren wir auf Märkten, auf denen uns eine marktbeherrschende Stellung zukommt, unterliegen wir zusätzlichen wettbewerbs- und kartellrechtlichen Regelungen. Verboten sind insbesondere die Gestaltung unverhältnismäßiger Rabattsysteme, die Diskriminierung von Geschäftspartnern, das Verfolgen von Kampfpreisstrategien sowie eine missbräuchliche Koppelung von Produkten.



**Melden Sie einen Verdacht!**

Suchen Sie bei Vorliegen eines Verdachts auf mögliche kartellrechtliche Verstöße sofort das Gespräch mit Ihrem direkten Vorgesetzten oder der Geschäftsführung. Die Verantwortung für einen ordnungsgemäßen und transparenten Umgang solcher Verstöße obliegt der Geschäftsführung. Sprechen Sie deshalb mit keiner externen Person über den Vorfall und verschicken Sie diesbezüglich auch intern keine E-Mails oder Nachrichten, ohne eine vorherige Abstimmung mit der Geschäftsleitung.

## 4 DAS KARTELLVERBOT

Das Kartellverbot betrifft Vereinbarungen und abgestimmte Verhaltensweisen zwischen Unternehmen sowie Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen, die den Wettbewerb tatsächlich oder potentiell spürbar beschränken. Dabei unterscheidet man

- Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern (horizontale Kartelle)

- ➔ Vereinbarungen zwischen Vertriebspartnern (vertikale Kartelle)
- ➔ den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung

Eine **Vereinbarung** liegt vor, wenn Unternehmen ihren gemeinsamen Willen zum Ausdruck bringen, sich auf dem Markt in einer bestimmten Weise zu verhalten. Dies kann schriftlich oder mündlich, ausdrücklich oder konkludent erfolgen – die Form der Willenserklärung ist belanglos. Auch ob die Vereinbarung rechtlich verbindlich ist, ist irrelevant. Daher fallen auch sogenannte Gentlemen's Agreements, die grundsätzlich unverbindlich sind, unter den Begriff „Vereinbarung“.

Neben einer Vereinbarung sind auch bereits bloße **aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen** vom Kartellverbot umfasst. Kartellrechtlich relevant sind derartige aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen dann, wenn dadurch eine Beschränkung des Marktes einhergeht.

#### Beispiel

Die Geschäftsführer zweier großer Unternehmen in derselben Branche vereinbaren, Nagelplatten nur ab einer bestimmten Menge zu verkaufen. In diesem Fall liegt eine kartellrechtlich relevante und daher verbotene **Vereinbarung** vor.

Angenommen, die Geschäftsführer treffen sich und tauschen einander ihre Pläne zur Einführung von Mindestabnahmen bei Nagelplatten aus. Ist dieser Austausch von Informationen für das weitere Marktverhalten ausschlaggebend, liegt eine kartellrechtlich relevante **aufeinander abgestimmte Verhaltensweise** vor.

## 5 VEREINBARUNGEN ZWISCHEN WETTBEWERBERN

Zusammenwirkende Wettbewerber haben eine größere Marktmacht, was zu einer Beeinträchtigung des freien Wettbewerbs auf dem betroffenen Markt führen kann. Eine **horizontale Wettbewerbsbeschränkung** liegt vor, wenn Unternehmen, die miteinander im Wettbewerb stehen, durch ein gemeinsames Zusammenwirken den Wettbewerb tatsächlich oder potentiell behindern.

### 5.1 Preis- und Quotenkartelle

Das klassische Kartell stellt das Preis- und Quotenkartell dar. Sämtliche Absprachen zwischen Wettbewerbern über Preise, Preisnachlässe (z.B. Rabatte, Skonti, Zinsen), Zeitpunkt und Ausmaß von Preisveränderungen, preisbildende Faktoren (z.B. Handelsspannen), Absatz- bzw. Produktionsmengen, Kalkulationen und Kalkulationsschemata sowie die Drosselung der Produktion bzw. die Stilllegung von Kapazitäten zählen zu den Hardcore-Kartellverstößen und sind ausdrücklich verboten.

### Beispiel

Die vier größten Unternehmen einer Branche vereinbaren, ihre Preise zu erhöhen, um mehr Gewinn zu erzielen. Diese Vereinbarung beeinträchtigt den freien und fairen Wettbewerb am entsprechenden Markt und stellt daher einen Kartellverstoß dar.

## 5.2 Konditionenkartelle

Neben der Absprache von Preisen sind auch Absprachen über sonstige Geschäftsbedingungen unzulässig. Darunter versteht man u.a. die unmittelbare und mittelbare Festsetzung von Zahlungs-, Liefer-, Gewährleistungs-, Garantie-, Schadenersatz-, Gefahrtragungs- und Abrechnungsbedingungen sowie von Zahlungszielen und -fristen, Zahlungsmodalitäten, Rabatten, Werbekostenzuschüssen und Verzugszinsen.

### Beispiel

Die größten Lieferanten für Betonbehälter vereinbaren, allesamt eine Lieferung frei Haus und ein Zahlungsziel von 30 Tagen mit 3 % Skonto anzubieten. Ein derartiges Konditionenkartell ist kartellrechtlich unzulässig.

## 5.3 Informationsaustausch

Werden wettbewerbsrelevante Informationen zwischen Mitbewerbern bekannt, kann dies Einfluss auf das Verhalten am Markt haben und zu einer Verzerrung des freien Wettbewerbs führen. Dabei wird der Austausch von Preis- und Mengeninformatoren als Kernbeschränkung gesehen und ist stets unzulässig. Der Austausch von Informationen über sonstige Konditionen, Kosten, Umsatz- und Absatzzahlen, Marktanteile, Technologien und Produktneuheiten ist kartellrechtlich problematisch und bedarf der Einzelfallprüfung.

### Beispiel

Der Mitarbeiter des Unternehmens A trifft in der Freizeit den Mitarbeiter des Mitbewerbers B. Dabei erwähnt B, sein Unternehmen plane, einer Firma ein Angebot über die Lieferung von Stahlbetonwänden in Höhe von EUR 500.000 zu legen. Ein solcher (einseitiger) Austausch von Informationen kann bereits einen Kartellverstoß darstellen. A müsste B auf sein kartellrechtlich zweifelhaftes Verhalten hinweisen und sich eindeutig von diesem Gespräch

## 5.4 Aufteilung von Märkten

Die Aufteilung von Märkten ist kartellrechtlich verboten. Dabei sind sowohl eine geographische Aufteilung, eine Aufteilung von Absatzgebieten als auch eine Aufteilung von Kunden bzw. Kundengruppen vom Kartellverbot umfasst. Auch Absprachen über bestimmte Produktionsmengen oder Quoten stellen eine unzulässige Marktaufteilung dar. Informationen, die aus öffentlich verfügbaren Quellen bezogen werden, sind grundsätzlich unproblematisch.

### Beispiel

Die Unternehmen A und B produzieren und liefern Nagelplatten an Endverbraucher. Sie vereinbaren, dass A nicht versucht, Stammkunden von B zu akquirieren. Im Gegenzug verspricht B, gewisse Kunden von A nicht zu beliefern. Diese Aufteilung von Kundengruppen ist kartellrechtlich unzulässig.

## 5.5 Kooperationen

Gehen Unternehmen Kooperationen ein, im Rahmen derer eine oder mehrere Funktionen einer wirtschaftlichen Einheit gemeinsam geregelt werden sollen, besteht die Gefahr von wettbewerbsbeschränkenden Abreden. Solche Kooperationen unterliegen dem Kartellrecht und müssen im Einzelfall auf ihre Zulässigkeit geprüft werden. Vor allem, wenn sich aus der Kooperation Effizienzvorteile ergeben (z.B. Preissenkungen, Qualitätsverbesserungen) sind derartige Kooperationen zumeist zulässig. Wichtig ist, dass solche Kooperationen nicht dazu genutzt werden, ansonsten verbotene Formen der Zusammenarbeit (z.B. Absprachen über Preise, Produktionsbeschränkungen, Aufteilung von Märkten) zu verschleiern.

### Beispiel

Drei Unternehmen gründen ein Gemeinschaftsunternehmen, das den Einkauf der Unternehmen gemeinsam abwickeln soll (**Einkaufskooperation**). Sind die Unternehmen verpflichtet, ihren gesamten Einkauf über das gegründete Gemeinschaftsunternehmen abzuwickeln, kann ein Kartellverstoß vorliegen.

Die Unternehmen A und B schließen sich für einen Großauftrag, den sie alleine nicht bewältigen könnten, zusammen und geben ein gemeinsames Angebot ab (**Vertriebskooperation**). Da die Teilnahme am Wettbewerb erst durch die Kooperation der beiden Unternehmen möglich ist, liegt keine Beschränkung des Wettbewerbs vor.

Zwei Unternehmen arbeiten gemeinsam an der Entwicklung einer neuen Binderpresse (**Forschungs- und Entwicklungskooperation**). Eine solche Kooperation ist grundsätzlich zulässig, muss aber im Einzelfall geprüft werden. Sie ist kartellrechtlich eher unproblematisch, wenn die beteiligten Unternehmen uneingeschränkten Zugang zu den Forschungsergebnissen haben und ihre Freiheit zur eigenständigen Forschung nicht eingeschränkt wird.

Werden auf Dauer alle Funktionen einer selbständigen wirtschaftlichen Einheit durch ein gegründetes Gemeinschaftsunternehmen übernommen, so liegt ein Zusammenschluss vor und die Kooperation unterliegt der Fusionskontrolle.

## 6 VEREINBARUNGEN ZWISCHEN VERTRIEBSPARTNERN

Wettbewerbsrechtliche Absprachen können außerdem zwischen zwei oder mehreren Unternehmen, die auf unterschiedlichen Ebenen der Produktions- oder Vertriebskette tätig sind, stattfinden (z.B. Hersteller und Händler). Sogenannte **vertikale Kartelle** sind zwar in der Regel weniger geeignet, den Wettbewerb zu behindern, bergen jedoch ebenfalls Gefahren einer Wettbewerbsbeschränkung. Ob ein vertikales Kartell wettbewerbsbeschränkende Elemente enthält, muss im Einzelfall geprüft werden. Einige verbotene bzw. kartellrechtlich problematische Konstellationen werden im Anschluss näher erläutert.

### 6.1 Preisbindung von Abnehmern

Die Einflussnahme eines Herstellers bzw. Lieferanten auf den Wiederverkaufspreis eines Abnehmers ist vom Kartellverbot umfasst. In diesem Zusammenhang sind **Fest- und Mindestpreisvorgaben** immer unzulässig. Eine Vorgabe von verbindlichen **Höchstverkaufspreisen** ist grundsätzlich zulässig, solange diese nicht faktisch als Mindest- oder Festpreise wirken. Dies ist bspw. der Fall, wenn der festgesetzte Höchstpreis so niedrig ist, dass eine Unterschreitung für den Abnehmer faktisch unmöglich ist. Die Abgabe von **unverbindlichen Preisempfehlungen** ist nur zulässig, solange keinerlei Druck oder Zwang zur Einhaltung ausgeübt wird und die Abnehmer in ihrer Entscheidung über die Gestaltung des Preises tatsächlich frei bleiben. Auch eine Beeinflussung von einzelnen **Preisbestandteilen** (z.B. Marge der Abnehmer, Rabatte) ist nicht erlaubt.

#### Beispiel

Ein Hersteller macht einen Abnehmer darauf aufmerksam, dass bei dessen Wiederverkaufspreisen der Eindruck entstehe, beim Produkt handle es sich um Billigware. Deshalb legt er dem Händler unmissverständlich nahe, das entsprechende Produkt zu einem höheren Preis zu verkaufen, ansonsten würde er ihn zukünftig nicht mehr beliefern. Es liegt eine verbotene Einflussnahme auf den Wiederverkaufspreis vor.

## 6.2 Bestpreisgarantien und Meistbegünstigungsklauseln

Bei Bestpreisgarantien **zu Lasten des Abnehmers** wird der Abnehmer in seiner Freiheit beschränkt, die Wiederverkaufspreise festzulegen. Derartige Konstellationen sind als eine Einflussnahme auf den Wiederverkaufspreis zu werten und als unzulässige Preisbindung verboten.

Bei Bestpreisgarantien **zu Lasten des Herstellers** verpflichtet sich ein Hersteller gegenüber seinem Abnehmer, ihm stets die günstigsten Konditionen gegenüber allen anderen Abnehmern zu gewähren. Solche Meistbegünstigungsklauseln sind zwar kartellrechtlich problematisch, können aber unter Umständen vom Kartellverbot freigestellt sein. Kriterien für die Freistellung sind der Marktanteil der beteiligten Unternehmen und ein etwaiger Effizienzgewinn.

## 6.3 Absatz- und Bezugsbindungen

Absatz- und Bezugsbindungen können in verschiedenen Formen auftreten und sind nicht per se verboten. Da derartige Vereinbarungen jedoch den Wettbewerb beschränken könnten, sind Absatz- und Bezugsbindungen stets im Einzelfall zu prüfen.

Bei einer **Alleinbezugsverpflichtung** verpflichtet sich der Abnehmer, seinen gesamten oder überwiegenden Bedarf an einer Ware bzw. Dienstleistung von einem bestimmten Lieferanten zu decken. Solche Verpflichtungen schränken den Abnehmer im Bezug der Waren ein und können konkurrierende Lieferanten in ihren Absatzmöglichkeiten beschränken. Alleinbezugsverpflichtungen können daher kartellrechtlich relevant und unzulässig sein.

Zulässig sind Bezugsbindungen nur dann, wenn sie auf höchstens fünf Jahre beschränkt sind und der Marktanteil des Lieferanten 30 % nicht übersteigt.

### Beispiel

Das Unternehmen A verpflichtet seinen Abnehmer B, die nächsten 10 Jahre Nagelplatten ausschließlich von ihm zu beziehen. Nach Ablauf dieser Frist wird der Vertrag automatisch auf weitere 10 Jahre verlängert. Ein solcher Vertrag widerspricht dem Kartellrecht und ist nichtig.

## 6.4 Selektive Vertriebssysteme

Bei einem selektiven Vertriebssystem wird der Weiterverkauf eines Produkts auf einen bestimmten Händlerkreis als Abnehmer beschränkt. Der Grund dafür ist meistens das

Interesse des Herstellers, die Reputation seiner hochqualitativen Produkte zu erhalten und diese nur im Fachhandel mit bewährten Nebenleistungen (z.B. kompetente Beratung durch fachliche Eignung des Personals) anzubieten. Ein selektives Vertriebssystem verstößt nicht von vornherein gegen das Kartellverbot, kann aber bei Fehlen qualitativer Auswahlkriterien den Wettbewerb unrechtmäßig beschränken und kartellrechtswidrig sein.

Darüber hinaus ist ein Ausschluss des Vertriebs über Online-Plattformen nur zulässig, wenn dieser sachlich gerechtfertigt ist. Er muss also z.B. durch mit den Eigenschaften des Produkts zusammenhängende Erwägungen gerechtfertigt sein.

## 7 MISSBRAUCHSVERBOT EINER MARKTBEHERRSCHENDEN STELLUNG

Das Missbrauchsverbot erfasst – anders als die Bildung von Kartellen – ein einseitiges Verhalten eines Unternehmens. Wesentlicher Anknüpfungspunkt und damit Voraussetzung für einen Missbrauch ist dabei das **Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung**.

Vorweg ist stets der räumlich, sachlich und eventuell auch zeitlich relevante Markt zu ermitteln und abzugrenzen. Ein Unternehmen ist marktbeherrschend, wenn es am relevanten Markt keinem oder nur unwesentlichem Wettbewerb ausgesetzt ist oder eine überragende Marktstellung (z.B. aufgrund Finanzkraft oder Marktzutrittsmöglichkeiten) besitzt.

Das Innehaben einer marktbeherrschenden Stellung selbst ist natürlich nicht verboten. Jedoch muss ein marktbeherrschendes Unternehmen mit seiner Position verantwortungsvoll umgehen und darf sie nicht missbrauchen. Auf einige Konstellationen missbräuchlichen Verhaltens wird im Folgenden näher eingegangen.

### 7.1 Preis- und Konditionenmissbrauch

Einem Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung ist es untersagt, unangemessene Preise oder Konditionen von seinen Abnehmern zu fordern. Das betrifft sowohl das Fordern von unangemessen niedrigen Preisen bzw. günstigen Konditionen als auch von unangemessen hohen Preisen bzw. diskriminierenden Konditionen. Auch Absatz- und Produktionseinschränkungen sowie Einschränkungen der technischen Entwicklung sind kartellrechtlich problematisch und können unzulässig sein.

### Beispiel

Das marktbeherrschende Unternehmen A fordert für seine Leistung einen Preis, der erheblich vom Preis auf dem Vergleichsmarkt abweicht. Ein solcher Ausbeutungsmisbrauch ist kartellrechtlich unzulässig.

## 7.2 Rabattsysteme

Rabattsysteme marktbeherrschender Unternehmen können missbräuchlich sein, wenn sie Wettbewerber vom Markt drängen und zu Beschränkungen des Wettbewerbs führen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Abnehmer den Rabatt nur erhalten, sofern sie ihren gesamten oder überwiegenden Bedarf beim marktbeherrschenden Unternehmen decken (**Treuerabatte**). Linear ansteigende Mengen- und Umsatzrabatte, die allen Abnehmern gleichermaßen offen stehen, sind in der Regel unproblematisch (**Mengenrabatte im engeren Sinn**).

Liegen weder ein Treue- noch ein Mengenrabatt im engeren Sinn vor, ist im Einzelfall zu prüfen, ob das jeweilige Rabattsystem geeignet ist, den Markt zu beschränken und somit unzulässig ist. In diese Kategorie fallen auch **Mengenrabatte im weiteren Sinn**, die nicht für jede Bestellung einzeln, sondern an die Bestellsomme innerhalb eines Referenzzeitraums anknüpfen. Bei der Frage der Zulässigkeit solcher Rabattsysteme sind insbesondere der Individualisierungsgrad, die Dauer der Rabatte sowie die Transparenz des Rabattsystems ausschlaggebend.

### Beispiel

Ein Unternehmen mit Marktbeherrschung gewährt Abnehmern, die über einen Zeitraum von drei Jahren eine Bestellsomme von EUR 45.000,- erreichen, einen Rabatt in Höhe von 20 % der Bestellsomme. Ein derartiger Rabatt ist kartellrechtlich problematisch und aufgrund des Referenzzeitraums von 3 Jahren jedenfalls unzulässig.

Ein Unternehmen mit Marktbeherrschung gewährt seinem Abnehmer 20 % Rabatt, wenn dieser 90 % seines Jahresbedarfs von ihm bezieht. Ein derartiger Treuerabatt ist grundsätzlich unzulässig.

## 7.3 Kampfpreisstrategien

Aufgrund ihrer starken Stellung am Markt ist es marktbeherrschenden Unternehmen oft möglich, Produkte und Dienstleistungen für eine gewisse Zeit besonders günstig anzubieten. Da dadurch kleinere bzw. weniger finanzstarke Wettbewerber aus dem Markt gedrängt werden können, entsteht eine kartellrechtlich problematische Behinderung des Wettbewerbs,

die auf ihre Zulässigkeit zu prüfen ist. Insbesondere der Verkauf unter dem Einstandspreis ist – sofern er nicht nur gelegentlich erfolgt und sachlich nicht gerechtfertigt werden kann – verboten.

#### Beispiel

Ein Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung bietet über einen längeren Zeitraum sein Produkt unter dem Einstandspreis an. Den anderen Unternehmen am Markt ist das Anbieten zu derart niedrigen Preisen nicht möglich. Liegt hierfür kein sachlicher Grund vor, ist eine solche Kampfpreisstrategie kartellrechtlich verboten.

### 7.4 Koppelungsverbot

Missbräuchlich kann es auch sein, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen seine Abnehmer verpflichtet, neben dem Vertragsgegenstand noch eine zusätzliche Leistung abzunehmen, die weder sachlich noch nach Handelsgebrauch in Beziehung zum Vertragsgegenstand steht. Solche Geschäfte sind geeignet, den Zugang von Mitbewerbern zum Markt für die gekoppelte Leistung zu behindern bzw. die vorhandene Marktmacht auf bisher nicht beherrschte Märkte auszudehnen und sind untersagt.

#### Beispiel

Beim Kauf eines patentgeschützten Produkts eines marktbeherrschenden Unternehmens muss zugleich auch ein anderes Produkt desselben Unternehmens erworben werden. Die beiden Produkte stehen weder sachlich noch nach Handelsgebrauch miteinander in Zusammenhang. Eine solche Koppelung von Produkten kann den Wettbewerb beschränken und ist untersagt.

### 7.5 Diskriminierung von Geschäftspartnern

Grundsätzlich kann sich auch ein marktbeherrschendes Unternehmen seine Vertragspartner frei wählen und unterschiedliche Preise und Konditionen von seinen Geschäftspartnern verlangen. Jedoch ist es untersagt, eine derartige Ungleichbehandlung losgelöst von einer sachlichen Rechtfertigung vorzunehmen. Bei Vorliegen gleicher Voraussetzungen sind auch gleiche Bedingungen zu gewähren.

### Beispiel

Ein Patentinhaber mit marktbeherrschender Stellung darf nicht willkürlich von manchen Mitbewerbern ein Lizenzentgelt verlangen, während er anderen ausgewählten Mitbewerbern sein Patent kostenlos lizenziert.

## 7.6 Geschäfts- und Lieferverweigerungen

Wie bereits erwähnt, gilt auch für marktbeherrschende Unternehmen grundsätzlich die Vertragsfreiheit. Unter Umständen kann sich jedoch ein Kontrahierungszwang für marktbeherrschende Unternehmen ergeben, um einen fairen und freien Wettbewerb aufrecht zu erhalten. Dies ist bspw. dann der Fall, wenn ein Produkt des marktbeherrschenden Unternehmens für den Eintritt in den vor- oder nachgelagerten Markt unerlässlich ist. Auch eine Geschäfts- oder Lieferverweigerung, die nach Abwägung der gegenseitigen Interessen als sachlich nicht gerechtfertigt oder als unverhältnismäßig erscheint, ist unzulässig.

## 8 VERHALTEN IN VERBÄNDEN UND BEI SONSTIGEN VERANSTALTUNGEN

Auch in der Verbandsarbeit und bei sonstigen Veranstaltungen sind wir zu wettbewerbskonformen Verhalten verpflichtet. Bei allen Verbandsveranstaltungen sowie am Rande solcher Veranstaltungen (z.B. in Pausen) sind sämtliche in dieser Richtlinie angeführten Verhaltensregeln zu beachten. Insbesondere sind Gespräche und Diskussionen über folgende **Tabuthemen** unbedingt zu vermeiden:

- Preise, preisbildende Faktoren und Preispolitik
- Kapazitäten, Mengen und Quoten
- Geschäftspläne und –strategien
- Aufteilung von Märkten und Kunden

Besondere Achtsamkeit ist dabei in formlosen Situationen an den Tag zu legen. Vor allem in lockeren Gesprächen in der Kaffeepause, an der Hotelbar oder auf Messen steigt die Gefahr, unbewusst wettbewerbsrelevante Informationen auszutauschen und einen Kartellverstoß zu begehen.

Sollte ein Gespräch in Richtung solcher Tabuthemen gehen, widersprechen Sie sofort und bitten Sie das Thema zu wechseln. Kann dies nicht erzielt werden, distanzieren Sie sich und verlassen Sie die Gesprächsrunde bzw. die Veranstaltung umgehend.

### Beispiel

Der WOLF Mitarbeiter A trifft am Abend einer Veranstaltung den Mitarbeiter eines bekannten Wettbewerbers B. Die beiden kennen sich bereits von früher und es entwickelt sich ein angeregtes Gespräch über verschiedene aktuelle Entwicklungen. Dabei plaudert B formlos über sein Unternehmen und dessen Pläne bezüglich einer bevorstehenden Preiserhöhung. Der Austausch von Preisen und Preisinformationen (hier: geplante Preiserhöhung) stellt einen Kartellverstoß dar und kann sowohl für B als auch für A schwerwiegende Konsequenzen haben.

## 9 FOLGEN BEI ZUWIDERHANDELN

Bei Verstößen gegen das geltende Kartell- und Wettbewerbsrecht drohen dem Unternehmen nicht nur hohe **Geldbußen**, sondern auch erhebliche **Reputationsschäden**, **Ausschluss von öffentlichen und privaten Ausschreibungen** sowie potentielle **Schadenersatzzahlungen** und die **Unwirksamkeit von Verträgen**. Die von Kartellbehörden verhängten Bußgelder können existenzgefährdende Höhen annehmen und unser Unternehmen schwerwiegend schädigen.

Deshalb zögert WOLF nicht, bei sämtlichen Verstößen gegen externe und interne Regeln aktiv zu werden und angemessene Maßnahmen zur Klärung des Sachverhalts zu ergreifen.

Einzelne Mitarbeiter, die gegen das Kartell- und Wettbewerbsrecht verstoßen, haben mit zivil- und strafrechtlichen Konsequenzen zu rechnen. Außerdem drohen ihnen disziplinar- und arbeitsrechtliche Maßnahmen. Darüber hinaus behält sich WOLF das Recht vor, den verantwortlichen Mitarbeiter für alle eingetretenen Schäden, die WOLF aus dem Verstoß resultieren, zur Rechenschaft zu ziehen.