



**AFIXGROUP  
COMPLIANCE POLICY**

**AFIX**<sup>®</sup>  
GROUP.COM



**KARTELLGESETZ**

# INHALT

1.	EINLEITUNG.....	3
2.	RECHTSWIDRIGES VERHALTEN.....	4
3.	SANKTIONEN.....	8
4.	KARTELLRECHT – KRONZEUGENREGLUNG.....	10

# LEITFADEN – KARTELLGESETZ

Die Rolle des Kartellrechts in einer offenen und freien Wirtschaft besteht darin, den freien Wettbewerb zu schützen. Es zielt insbesondere darauf ab, wettbewerbswidrige Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen zwischen Unternehmen zu verhindern, die sich nachteilig auf andere Wettbewerber oder Kunden und Lieferanten der beteiligten Unternehmen auswirken. Verstöße gegen das Kartellrecht können schwerwiegende zivilrechtliche Konsequenzen haben und zu schweren straf- und/oder verwaltungsrechtlichen Sanktionen sowohl für das Unternehmen als auch für die an dem Verhalten beteiligten Personen führen.

## 1. EINLEITUNG

Der Zweck dieses Leitfadens besteht darin, die Mitarbeiter der AFIX Group auf Grundlage der Konzern-Wettbewerbsrichtlinie über die wichtigsten Grundsätze des Kartellrechts zu informieren. Der Leitfaden basiert auf dem europäischen Wettbewerbsrecht. Er deckt jedoch auch die wesentlichen Grundsätze ab, die in vielen anderen Rechtsräumen gelten, in denen die AFIX Group tätig ist. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass die geltenden nationalen Gesetze in bestimmten Fällen strengere oder andere Regeln vorsehen als die in der Richtlinie oder diesem Leitfaden beschriebenen. Darüber hinaus soll dieser Leitfaden nur eine erste Orientierung bieten. Er kann niemals die notwendige Einzelfallanalyse ersetzen. In Zweifelsfällen – auch in Bezug auf die geltenden nationalen Gesetze – ist die Geschäftsführung oder die Rechtsabteilung zu kontaktieren.

Das Kartellverbot gilt für eine Vielzahl wettbewerbswidrigen Verhaltens. Es umfasst gut organisierte und vertraglich gebundene Syndikate ebenso wie lockere und oberflächliche Koordinierungen, z. B. bloße Gentlemen's Agreements oder Meetings of the Minds. Für die rechtliche Beurteilung eines Kartells ist es unerheblich, ob es auf einer schriftlichen, mündlichen, formellen oder informellen Vereinbarung oder auf abgestimmtem Verhalten beruht. Es genügt, dass eine Wettbewerbsbeschränkung beabsichtigt ist oder das Verhalten auch nur geeignet ist, den Wettbewerb zu beschränken.

Der Abschluss einer wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarung stellt grundsätzlich bereits ein verbotenes Kartell dar. Dabei ist es unerheblich, ob der Wettbewerb tatsächlich eingeschränkt wurde, d.h. ob die Vereinbarung umgesetzt wurde oder nicht.

Das oft verwendete Argument, Kartelle seien in schwierigen Zeiten, insbesondere in Krisenzeiten, eine Notwendigkeit, rechtfertigt keine wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung. Auch in Krisenzeiten sind solche Vereinbarungen verboten, die aus Sicht der Beteiligten notwendig erscheinen, um die ( tatsächliche oder vermeintliche ) Krise zu bekämpfen ( insbesondere Vereinbarungen zur Beschränkung der Produktion, über Kapazitäten, Lieferquoten, Preisabsprachen etc. ).

Kontakte mit Wettbewerbern sind aus kartellrechtlicher Sicht jedoch nicht per se illegal. Solche Kontakte können jedoch zu der Annahme eines Fehlverhaltens führen, d. h., dass ein zulässiges Verhalten eines Unternehmens (z. B. die Umsetzung einer einseitigen Preiserhöhung) stattdessen das Ergebnis einer wettbewerbswidrigen Abstimmung ist. Daher müssen die in der Richtlinie für Verbandsaktivitäten und das Verhalten bei Treffen mit Wettbewerbern festgelegten formalen Anforderungen bei allen Kontakten mit Wettbewerbern zusätzlich zu den in dieser Richtlinie festgelegten Regeln beachtet werden.

Die Unterscheidung zwischen zulässigem und wettbewerbswidrigem Verhalten kann oft schwierig sein. Bei Zweifeln an einer Rechtslage, einschließlich der geltenden Marktdefinition, der Ermittlung von Marktanteilen, der Existenz von tatsächlichem oder potenziellem Wettbewerb ( beides ist relevant ) sowie der Rechtmäßigkeit von Statistiken, Marktinformationssystemen oder Benchmarking muss die Geschäftsführung oder die Rechtsabteilung kontaktiert werden.

## 2. RECHTSWIDRIGES VERHALTEN

Zu unterscheiden ist zwischen wettbewerbswidrigem Verhalten zwischen Wettbewerbern („Kartellen“) und Verhaltensweisen zwischen Kunden und Lieferanten.

### 2.1. Wettbewerbsbeschränkungen zwischen Wettbewerbern

Kartelle sind strengstens verboten!

Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen, die die folgenden Themen betreffen, stellen in der Regel einen Verstoß gegen die geltenden Kartellgesetze dar:

- » Preise und preisbildende Informationen  
(z.B. Listenpreise, Mindestpreise, konkrete Angebote, auch einzelne Preisbestandteile /Kalkulationen / Kosten sowie durchlaufende Posten und sonstige preisbildende Faktoren wie Zuschläge, Rabatte oder sonstige Nebenleistungen)
- » Marktaufteilung  
(z.B. Aufteilung regionaler Märkte ( z.B. Schutz des „Heimatmarktes“ ), Aufteilung von Kunden, Festlegung von Marktanteilen, Koordination der Produktion ( z.B. Spezialisierung, Beschränkung von Produktpaletten, Festlegung der Zusammensetzung von Grundmaterialien für die Herstellung bestimmter Produkte ), Beschränkungen hinsichtlich Import oder Export, „Buy-out“ von Wettbewerbern ( Vereinbarungen zur Stilllegung von Anlagen oder Aktivitäten ), Absprachen bei Ausschreibungen ( Koordination des Verhaltens bei öffentlichen oder privaten Ausschreibungen ), gemeinsamer Einkauf, gemeinsames Marketing / Vertrieb, Wettbewerbsverbote )
- » Kapazitätsbeschränkung  
(z.B. Beschränkung oder Ausweitung der Produktion, Beschränkung der Marktsättigung mit einem bestimmten Produkt, Beschränkung von Produktions- oder Verkaufsmengen oder zukünftigen Investitionen)
- » Andere relevante Vertragsbedingungen und Bedingungen  
(z. B. Zahlungsbedingungen, Kreditgewährung, Liefer- oder Transportbedingungen, Garantien und Gewährleistungen, Kundendienst)
- » Boykotte  
( z. B. Vereinbarungen, keine Geschäfte mit bestimmten Kunden oder Lieferanten zu machen )
- » Forschung und Entwicklung  
( es sei denn, die konkrete Situation betrifft eine zulässige Zusammenarbeit im Bereich Forschung und Entwicklung; bei Zweifeln an einer rechtlichen Situation muss die Geschäftsführung oder die Rechtsabteilung kontaktiert werden )

Kooperationen zwischen Wettbewerbern wie gemeinsames Marketing, Produktion, Vertrieb, Einkauf oder Forschung und Entwicklung sind nur unter klar definierten Umständen zulässig. Aufgrund der komplexen rechtlichen Einzelfallanalyse, der schwierigen Marktabgrenzung oder Fragen zu Marktanteilen oder tatsächlichem oder potenziellem Wettbewerb ( beides ist relevant ) müssen solche Kooperationsvereinbarungen im Voraus mit der Geschäftsführung oder der Rechtsabteilung abgestimmt werden.

Gelegentlich werden Branchenverbände von Kartellen genutzt ( z. B. um die Einhaltung einer vereinbarten Quote zu überwachen ), als Forum für ein Kartell oder zur Moderation einer

Vereinbarung zu dienen. Ebenso kann die Koordinierung des zukünftigen Marktverhaltens zwischen Wettbewerbern während informeller Ad-hoc-Treffen erfolgen, z. B. parallel zu einem Branchen- oder Branchenverbandstreffen. Die bloße Teilnahme an solchen Treffen von Wettbewerbern kann den Anschein einer Koordinierung erwecken. Genauere Verhaltensregeln für diese Situationen sind in der Leitlinie zu Aktivitäten von Branchenverbänden und zum Verhalten bei Treffen mit Wettbewerbern auf Verbandstreffen enthalten.

Die in dieser Leitlinie beschriebenen Grundsätze gelten auch, wenn ein Wettbewerber gleichzeitig Kunde oder Lieferant eines bestimmten Produkts ist. Es ist nicht per se illegal, von einem Wettbewerber zu beziehen oder an ihn zu liefern. Aufgrund der bestehenden Wettbewerbsbeziehung müssen diese Situationen jedoch sehr genau geprüft werden. Insbesondere müssen in solchen Situationen jegliche Vereinbarungen oder Informationsaustausche eindeutig auf die spezifische Kunden- / Lieferantenbeziehung beschränkt werden. Jegliche zusätzlichen Vereinbarungen oder Informationsaustausche müssen vermieden werden. Wenden Sie sich im Zweifelsfall an die Geschäftsführung.

## 2.2. Austausch von Informationen

Der Austausch wettbewerbsrelevanter Informationen ( insbesondere der unter Abschnitt II. 1 genannten Informationen ) ist verboten, wenn er die Abstimmung des Marktverhaltens einzelner Unternehmen ermöglicht. Dabei ist es unerheblich, ob der Informationsaustausch direkt zwischen Wettbewerbern, über eine gemeinsame Institution (z. B. Branchenverband) oder über Dritte, wie z. B. ein Marktforschungsinstitut, erfolgt. Wenn Ihnen jedoch ein Kunde oder Lieferant freiwillig und aus eigenem Antrieb Informationen über einen Wettbewerber zur Verfügung stellt (z. B. um den Wettbewerb zu intensivieren), dürfen Sie diese Informationen eindeutig verwenden. Sie sollten in solchen Fällen Ihre Quelle eindeutig dokumentieren, um den Anschein zu vermeiden, dass die Informationen direkt von einem Wettbewerber stammen.

Die bloße Erörterung dieser Themen unter Wettbewerbern kann den Anschein eines Fehlverhaltens erwecken, d. h., dass ein grundsätzlich zulässiges Verhalten eines Unternehmens ( z. B. die Umsetzung einer einseitigen Preiserhöhung ) stattdessen das Ergebnis einer wettbewerbswidrigen Abstimmung ist. Aufgrund des damit verbundenen Risikos, dass eine Wettbewerbsbehörde ein Ermittlungsverfahren einleitet, sollten Sie niemals mit Wettbewerbern über diese Themen sprechen!

Neben dem direkten Informationsaustausch sind folgende Austauscharten problematisch und können potenziell den Anschein eines Fehlverhaltens erwecken. Im Zweifelsfall werden diese Verhaltensweisen daher von der Geschäftsführung vermieden bzw. im Vorfeld überprüft:

### » Austausch von Preislisten

Der direkte Austausch von Preislisten zwischen Wettbewerbern kann den Anschein einer illegalen Abstimmung erwecken. Folglich dürfen Unternehmen der AFIX Group ihre eigenen Preislisten nicht direkt an Wettbewerber senden. Erhält ein Unternehmen der AFIX Group eine Preisliste direkt von einem Wettbewerber, ist die Geschäftsführung darüber zu informieren.

### » Ankündigungen

Offene oder indirekte Ankündigungen eines Unternehmens an seine Wettbewerber, Preise oder andere Marktbedingungen in Zukunft zu ändern, können bereits den Anschein einer illegalen Abstimmung in Form einer sogenannten „Ankündigung“ erwecken. Nach Auffassung der Wettbewerbsbehörden kann insbesondere in konzentrierten oligopolistischen Märkten bereits ein einseitiger Informationsaustausch ausreichen, um die Unsicherheit über das zukünftige Marktverhalten zu reduzieren und damit das Risiko einer Wettbewerbsbeschränkung zu schaffen. Typische Problemfälle betreffen Pressemitteilungen oder Interviews zu geschäftsrelevanten Themen, Pressekonferenzen zu Quartals- oder Jahresabschlüssen, Analystengespräche mit

Ankündigungen zum zukünftigen Marktverhalten, insbesondere Preiserhöhungen, wenn diese Aussagen in der (erkennbaren) Erwartung erfolgen, dass die Wettbewerber nachziehen.

» Austausch anderer wettbewerbsrelevanter Daten (z. B. Auftragseingang, Lagerbestand, Kosten usw.)

Die folgenden Arten des Informationsaustauschs sind nicht per se illegal, können aber den Anschein einer illegalen Abstimmung erwecken. Die Rechtmäßigkeit eines solchen Verhaltens muss von Fall zu Fall geprüft werden. Bei Zweifeln hinsichtlich der Rechtslage muss die Geschäftsführung einbezogen werden.

» Marktinformationssysteme / Statistiken / Benchmarking

Die Teilnahme an und die Nutzung solcher Systeme sind problematisch, wenn die über diese Systeme zwischen Wettbewerbern ausgetauschten Informationen Daten betreffen, die üblicherweise als Geschäftsgeheimnisse der beteiligten Unternehmen gelten, insbesondere Informationen über Kapazitätsauslastung, Liefermengen, Angebote, Preise, Kunden, Marktanteile (Marktanteilslisten) und wenn der Austausch zeitnah erfolgt (1) und wenn die einzelnen Teilnehmer identifiziert sind oder zumindest leicht identifiziert werden können (2). Es ist unerheblich, wer das System organisiert oder betreibt (Drittanbieter, Branchenverbände etc.). Marktinformationssysteme werden von Wettbewerbsbehörden grundsätzlich als starkes Indiz für koordiniertes Verhalten angesehen.

» Benchmarking

Der Vergleich zwischen Wettbewerbern ist problematisch, wenn er den Teilnehmern Rückschlüsse auf Preise oder andere Wettbewerbsparameter der anderen beteiligten Unternehmen ermöglicht.

---

(1) Es gibt keine vorbestimmte Schwelle, ab der Daten historisch werden, d. h. alt genug sind, um keine Risiken für den Wettbewerb mehr darzustellen. Ob Daten wirklich historisch sind, hängt von den spezifischen Merkmalen des jeweiligen Marktes und insbesondere von der Häufigkeit von Preisneuverhandlungen in der Branche ab. Daten, die älter als ein Jahr sind, gelten in der Regel als historisch.

(2) Daten gelten in der Regel als „nicht identifizierbar“, wenn sie in aggregierter oder anonymisierter Form verwendet werden und Rückschlüsse auf die Daten einzelner Unternehmen nur unter erheblichen Schwierigkeiten gezogen werden können. Der Austausch gilt in der Regel als problematisch, wenn eines der folgenden Kriterien erfüllt ist: (1) Anzahl der teilnehmenden Unternehmen < 5, (2) wenige teilnehmende Unternehmen mit hohen Marktanteilen, (3) Daten sind hochgradig nach Produktgruppen aufgeschlüsselt oder mit einer begrenzten Anzahl von Transaktionen (< 10).

### 2.3. Wettbewerbsbeschränkungen zwischen Kunden und Lieferanten

In vielen Rechtsräumen (z. B. der Europäischen Union) sind bestimmte Arten von Vereinbarungen zwischen Kunden und Lieferanten, die den Wettbewerb einschränken können, verboten oder nur unter ganz bestimmten Umständen zulässig.

Verboten sind insbesondere:

- » Vereinbarungen zwischen Lieferanten und ihren Kunden, durch die die Freiheit des Käufers zur eigenständigen Festlegung von Preisen und sonstigen Bedingungen für den Weiterverkauf eingeschränkt wird (z. B. Beibehaltung von Weiterverkaufspreisen und -konditionen);

Folgende Verhaltensweisen sind problematisch und nur unter ganz bestimmten Bedingungen zulässig:

- » Vereinbarungen, durch die Kunden beim Weiterverkauf der gekauften Waren auf ein bestimmtes Gebiet beschränkt werden (Verkaufsgebietsbeschränkung)
- » Verpflichtung des Kunden, bestimmte Produkte nur an einen bestimmten Kundenkreis weiterzuverkaufen (Kundenbeschränkung)
- » Exklusivitätsvereinbarungen (z. B. ausschließliche Belieferung nur eines Kunden; Verpflichtung des Kunden, seinen gesamten Bedarf bei einem einzigen Verkäufer zu kaufen) unter bestimmten Umständen
- » Unter bestimmten Voraussetzungen auch „Meistbegünstigungsklauseln“ (Einschränkung der Preisfreiheit), die beispielsweise Lieferanten bei der Preisfestsetzung gegenüber Dritten derart einschränken, dass dem Abnehmer keine besseren Konditionen gewährt werden können als dem „meistbegünstigten“ Kunden (echte Meistbegünstigungsklausel) oder die einen Lieferanten verpflichten, früheren Abnehmern die günstigsten Konditionen einzuräumen, die der Hersteller späteren Abnehmern gewährt.

Bei Zweifeln an der Rechtslage ist Geschäftsführung oder die Rechtsabteilung zu kontaktieren.

### 2.4. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung

Der sogenannte Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung ist verboten. Ein Unternehmen, das rechtmäßig eine marktbeherrschende Stellung erlangt hat, darf diese nicht zum Nachteil von Wettbewerbern, Kunden oder Lieferanten missbrauchen. Eine marktbeherrschende Stellung liegt vor, wenn sich ein Unternehmen auf dem Markt unabhängig von seinen Wettbewerbern und / oder Kunden verhalten kann. Als grober Anhaltspunkt gilt, dass eine solche Stellung normalerweise vorliegt, wenn der Marktanteil eines bestimmten Wettbewerbers über 40 % liegt. In einigen Ländern, insbesondere in Belgien, kann von einer marktbeherrschenden Stellung ausgegangen werden, sobald der Marktanteil über 1/3 liegt. In einigen Ländern gelten diese Beschränkungen sogar, wenn ein Unternehmen nur eine starke – wenn auch noch nicht marktbeherrschende – Stellung hat.

Das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung hängt insbesondere von der Definition des relevanten Produkts und des geografischen Marktes ab. Diese Beurteilung ist komplex und sollte im Zweifelsfall gemeinsam mit der Geschäftsführung durchgeführt werden

Grundsätzlich unterscheidet man folgende Arten des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung:

» „Ausbeutungsmissbrauch“:

Ein marktbeherrschendes Unternehmen bietet seine Produkte oder Dienstleistungen zu seinem eigenen Vorteil zu günstigeren Bedingungen an, als es sie bei fairem Wettbewerb erhalten könnte.

» „Behinderungsmissbrauch“:

Ein marktbeherrschendes Unternehmen versucht, verbleibende Wettbewerber aus dem Markt zu drängen ( „Kampfpreispolitik“ ) oder potentielle Wettbewerber vom Markt fernzuhalten. Ausbeutung und Behinderungsmissbrauch treten vor allem in folgenden Formen auf:

» Geschäftsverweigerung

( Ein marktbeherrschendes Unternehmen kann zur Belieferung eines Kunden verpflichtet werden, wenn dieser keine alternative Bezugsquelle hat ),

» Kaufverweigerung bei bestimmten Lieferanten,

» Diskriminierung verschiedener Kunden oder Lieferanten,

» Treuerabatte ( bloße Mengenrabatte sind jedoch zulässig ),

» Koppelungsvereinbarungen, Paketangebote und „Bündelung“

( ein marktbeherrschender Lieferant darf den Abschluss von Verträgen nicht an den Erwerb zusätzlicher Waren durch den Kunden knüpfen, die nicht Teil des Vertragsgegenstands sind ), sofern diese Vereinbarungen nicht sachlich gerechtfertigt werden können.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, ob ein Unternehmen der AFIX Group in einem bestimmten Produktbereich eine marktbeherrschende Stellung hat oder wenn einer Ihrer Geschäftspartner eine marktbeherrschende Stellung zum Nachteil der AFIX Group missbraucht, wenden Sie sich an die Geschäftsführung.

## 3. SANKTIONEN

### 3.1. Strafen

Kartellverstöße führen für die beteiligten Unternehmen in der Regel zu erheblichen Geldbußen. In Europa beispielsweise können die Geldbußen bis zu 10 % des weltweiten Gesamtumsatzes eines Unternehmens betragen. Insbesondere die von der Europäischen Kommission in den letzten Jahren festgesetzten Geldbußen haben eine Größenordnung erreicht, die die zukünftige Existenz eines Unternehmens ernsthaft gefährden kann. Darüber hinaus besteht bei den Wettbewerbsbehörden die Tendenz, ihre Geldbußen noch weiter zu erhöhen. Dies belegen die folgenden Beispiele von Entscheidungen der Europäischen Kommission der letzten Jahre:

	Millionen €
Microsoft (3) Entscheidung vom 24. März 2004, 12. Juli 2006 und 27. Februar 2008	1,677
Carglass Kartel Entscheidung vom 12. November 2008	1,384
Gas Kartel Entscheidung vom 8. Juli 2009	1,106
Intel (3) Entscheidung vom 13. Mai 2009	1,060
Aufzug Kartel Entscheidung vom 24. Februar 2007	832
Luftfracht Kartell Entscheidung vom 9. November 2010	799

(3) Strafe für den Mißbrauch einer marktbeherrschenden Position.

Auch in anderen Ländern werden hohe Bußgelder verhängt. So verhängte die indische Wettbewerbskommission im Juni 2012 eine kollektive Geldbuße von rund 930 Millionen Euro gegen elf Zementhersteller. (4) Darüber hinaus verhängte das deutsche Bundeskartellamt am 5. Juli 2012 eine kollektive Geldbuße von 124,5 Millionen Euro gegen vier Hersteller und Lieferanten von Schienen wegen wettbewerbswidriger Absprachen zum Nachteil der Deutschen Bahn AG.

In einigen Ländern, wie etwa Belgien, können die Wettbewerbsbehörden auch Geldbußen gegen die am Kartell beteiligten Einzelpersonen verhängen. Diese Geldbußen können in einigen Fällen sogar das Jahresgehalt der beteiligten Personen übersteigen.

### 3.2. Strafrechtliche Folgen

Kartellverstöße werden in vielen Ländern auch strafrechtlich behandelt. Wettbewerbswidriges Verhalten kann auch als „allgemeine“ Straftat gegen das Eigentum eingestuft werden (z. B. Betrug oder Untreue usw.). Die Konsequenzen können von Geldbußen über Bewährungsstrafen bis hin zu noch längeren Gefängnisstrafen reichen.

### 3.3. Zivilrecht

#### » Nichtigkeit

Nach den meisten nationalen Gesetzen sind Vereinbarungen, die gegen das Gesetz verstoßen, nichtig. Die Parteien solcher Vereinbarungen können sich daher nicht erfolgreich auf sie berufen oder sie durchsetzen. Sie müssen sich darüber im Klaren sein, dass ihre Partner in einer kritischen Situation die Nichtigkeit der Vereinbarung geltend machen und deren [weitere] Erfüllung verweigern werden.

#### » Schadensersatz

Die Teilnahme an illegalen Kartellabsprachen sowie die Durchführung abgestimmter Verhaltensweisen können Schadensersatzansprüche Dritter begründen (z. B. in Höhe eines Preisaufschlags, wenn überhöhte Preise gezahlt wurden). Schadensersatzansprüche gewinnen zunehmend an Bedeutung. Manchmal können die Ansprüche so hoch sein wie die von den Wettbewerbsbehörden verhängten Geldbußen oder diese sogar übersteigen.

### 3.4. Mitarbeiter bezogene Konsequenzen

Die Beteiligung an wettbewerbswidrigem Verhalten hat arbeitsrechtliche Konsequenzen für die handelnden Personen sowie die aufsichtspflichtigen Personen zur Folge. Ein solches Verhalten stellt eine Verletzung der Pflichten des Arbeitnehmers gegenüber seinem Unternehmen dar.

Die Konsequenzen können je nach Schwere des Verstoßes von einer Abmahnung bis zur Kündigung oder für Mitglieder des Vorstands / der Geschäftsführung bis zur Aufhebung ihrer Bestellung reichen. Schadensersatzansprüche des Unternehmens gegen diese Personen sind nicht ausgeschlossen.

---

(4) Entscheidung ausstehend.

## 4. KARTELLRECHT | KRONZEUGENREGLUNG

Um harte Kartelle zu durchbrechen, setzen die Kartellbehörden zunehmend sogenannte Amnestieprogramme ( Kronzeugenprogramme / Kronzeugenregelungen) ein. Diese Programme belohnen die Mitwirkung einzelner Kartellteilnehmer bei der Aufdeckung von Verstößen, insbesondere wenn sie im frühestmöglichen Verfahrensstadium kooperieren. Diese Programme reichen vom vollständigen Verzicht auf eine Strafe bis hin zu einem „Rabatt“ – je nach Grad der Kooperation und Verfahrensstadium, in dem die Kooperation angeboten wird.

Die Kombination aus hohen Geldbußen und der Möglichkeit einer Reduzierung der Geldbuße im Falle einer freiwilligen Anzeige eines Kartells erhöht das Risiko, dass eine wettbewerbswidrige Absprache entdeckt wird. Dies zeigt sich daran, dass nach Einführung der Kronzeugenprogramme die Mehrzahl der Kartelle aufgrund einer Anzeige eines Kartellteilnehmers aufgedeckt wurde.

Die Geschäftsführung sollte daher umgehend informiert werden, wenn Hinweise auf wettbewerbswidrige Absprachen vorliegen.

EXPERT IN SMART SCAFFOLDING SOLUTIONS



AFIX GmbH  
Ohmstr. 18  
85301 Schweitenkirchen  
Deutschland  
nl.muc@afixgroup.com

AFIXGROUP NV  
Groendreef 101, 9880 Aalter  
Belgium  
+32 9 381 61 01  
info@afixgroup.com

**AFIX**<sup>®</sup>  
GROUP.COM