

Arbeitsrecht
Banken & Finanzdienstleister
Bau- & Immobilienrecht
Datenrecht
Energierecht
Erbrecht & Nachlassplanung
Finanzierungen
Finanzmarktinfrastrukturrecht
FinTech
Gesellschafts- & Handelsrecht
Immaterialgüterrecht
Medienrecht
Mergers & Acquisitions
Notariat
Pharma- & Gesundheitsrecht
Prozessführung & Schiedsgerichtsbarkeit
Restrukturierung & Insolvenz
Steuerrecht
Technologierecht (IT)
Venture Capital & Private Equity
Wettbewerbsrecht
Wirtschaftsstrafrecht

Januar 2019

Wenger & Vieli AG
Dufourstrasse 56
Postfach
CH-8034 Zürich

Büro Zug
Metallstrasse 9
CH-6300 Zug

T +41 (0)58 958 58 58
guidelines@wengervieli.ch
www.wengervieli.ch

Merkblatt zu Dos and Don'ts im Kontakt mit Wettbewerbern

1. Einleitung

Aus Sicht der Wettbewerbsbehörden stehen Wettbewerber, die sich ausserhalb von offensichtlich wettbewerbsfördernden Projekten miteinander austauschen, unter dem Generalverdacht, Wettbewerbsabreden zu treffen. Folgendes historisches Zitat von Adam Smith brachte dieses generelle Misstrauen schon im 18. Jahrhundert in einem Satz auf den Punkt: «People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.» Dementsprechend ist immer Vorsicht geboten, wenn mit Wettbewerbern beispielsweise auf einer Messe oder im Rahmen von Branchenverbänden über das Geschäft diskutiert wird.

Wichtig ist dabei die Tatsache, dass weder eine explizite noch eine verbindliche Abrede für eine sanktionierbare Wettbewerbsabrede erforderlich ist. Vielmehr genügt es bereits, wenn sich Wettbewerber in ihrem Geschäftsverhalten untereinander implizit abstimmen. Dafür kann beispielsweise schon die einseitige Information eines Unternehmens an einen Wettbewerber genügen, es fasse eine Preiserhöhung ins Auge. Selbst wenn solche Äusserungen im Moment des Treffens harmlos erscheinen mögen, können sie aufgrund einer darauffolgenden Preiserhöhung der beiden Unternehmen als kartellrechtlich heikel angesehen werden. Mit anderen Worten können Äusserungen im Nachhinein in einem anderen Licht erscheinen.





MICHAEL TSCHUDIN
DR. IUR. | RECHTSANWALT
m.tschudin@wengervieli.ch
T +41 (0)58 958 53 36



URS WEBER-STECHER
DR. IUR. | LL.M. | RECHTSANWALT
u.weber@wengervieli.ch
T +41 (0)58 958 53 62



FRANK SCHERRER
DR. IUR. | LL.M. | RECHTSANWALT
f.scherrer@wengervieli.ch
T +41 (0)58 958 53 22



GUIDELINES ALS PDF:
<https://www.wengervieli.ch/de-ch/publikationen?typ=guidelines>

Disclaimer: Die in diesem Schreiben enthaltenen Informationen dienen allgemeinen Informationszwecken und stellen keine rechtliche oder steuerliche Beratung dar. Im konkreten Einzelfall kann der vorliegende Inhalt keine individuelle Beratung durch fachkundige Personen ersetzen. © Wenger & Vieli AG, 2018

2. Dos bei Verbandstreffen

- Verlangen Sie eine Traktandenliste für sämtliche Besprechungen.
- Nehmen Sie nur an Besprechungen teil, welche nicht die Geschäftsstrategien oder sensible Geschäftsinformationen der Mitglieder zum Thema haben.
- Bestehen Sie auf die Protokollierung der Besprechung. Bewahren Sie die Protokolle auf.
- Protestieren Sie, wenn ein Anwesender über eigene Preise, Mengen, Gebiete oder Kunden spricht oder diesbezügliche Ankündigungen für die Zukunft macht. Lassen Sie Ihren Protest protokollieren. Verlassen Sie die Sitzung bei heiklen Gesprächsthemen.
- Stellen Sie sicher, dass an Verbandstreffen teilnehmende Mitarbeiter in Bezug auf die Kartellrechts-Compliance geschult sind.
- Kontaktieren Sie Ihre Rechtsabteilung bzw. den Compliance-Officer, falls während oder nach einem Verbandstreffen bei Ihnen der Eindruck entsteht, dass kartellrechtlich relevante Themen besprochen wurden.
- Es ist nicht verboten, in seiner Branche gut vernetzt zu sein. Der Austausch über historische und aggregierte Daten ist grundsätzlich zulässig, sofern keine Rückschlüsse auf die gegenwärtige oder zukünftige Strategie von einzelnen Unternehmen gezogen werden können.
- Bei einem verbandsinternen Informationsaustausch ist zu gewährleisten, dass die Rohdaten den Mitgliedern nicht zugänglich sind. Bei Verbänden mit nur wenigen Mitgliedern sind in der Regel Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen möglich, weshalb in diesen Fällen auch vom Austausch von aggregierten Informationen Abstand genommen werden sollte.

3. Dos bei sonstigen Treffen

- Die Pflege von Freundschaften bei sozialen Anlässen oder auch bei Messen oder Fachtagungen ist selbstverständlich zulässig.
- Allerdings darf die Geschäftsstrategie bei solchen informellen Treffen nicht besprochen werden.
- Unterscheiden Sie klar zwischen allgemeinen Branchenthemen und konkreten, geschäftsbezogenen Themen und stellen Sie klar, dass solche geschäftsbezogenen Themen nicht mit Wettbewerbern besprochen werden.
- Bedenken Sie immer, dass eine Behörde (allenfalls nach einem Preisanstieg in der Branche) Ihr Gespräch als Ausgangspunkt eines Kartells interpretieren könnte.
- Kontaktieren Sie Ihre Rechtsabteilung bzw. den Compliance-Officer, falls während eines informellen Treffens trotzdem über sensitive Geschäftsthemen gesprochen wurde.

4. Dont's

- Vereinbaren Sie mit Wettbewerbern keine Preise (inkl. Preisspannen, Mindestpreise oder Rabatte etc.).
- Legen Sie keine Mengen oder Quoten mit Wettbewerbern fest.
- Äussern Sie sich nicht zur eigenen Geschäftsstrategie.
- Äussern Sie sich insbesondere nicht über Ihre Preispolitik, inkl. Rabatte, Boni oder bevorstehende Preiserhöhungen (inkl. Zuschläge etc.).
- Setzen Sie Ihre Preise und sonstigen Geschäftsstrategien nicht abhängig von irgendwelchen verbindlichen oder unverbindlichen Vereinbarungen oder Abstimmungen mit Wettbewerbern fest.
- Vereinbaren Sie kein gemeinsames Vorgehen gegenüber Lieferanten (ausser einer zulässigen Einkaufsgemeinschaft), Händlern oder Kunden.
- Vereinbaren Sie keine Aufteilung des Marktes nach Gebieten oder Kunden.
- Vereinbaren Sie insbesondere keine gemeinsame Strategie in Bezug auf private oder öffentliche Ausschreibungen.
- Sprechen Sie mit Wettbewerbern nicht über Kapazitäten (eigene oder in Bezug auf die Branche).
- Legen Sie keine Geschäftsgeheimnisse gegenüber Wettbewerbern offen.
- Gehen Sie nicht automatisch von der kartellrechtlichen Zulässigkeit aus, wenn eine Verhaltensweise in der Branche üblich ist oder andere Unternehmen sich ähnlich verhalten.
- Verwenden Sie Begriffe wie beispielsweise Marktmacht oder Monopolist nicht und auch Marktführer nur mit Vorsicht in Werbebotschaften, wenn Sie die eigene Marktstellung beschreiben.