Kartellrecht

Das müssen Sie sicherstellen

Sorgen Sie gemeinsam mit der Sitzungsleitung dafür, dass im Zusammenhang mit einer Verbandssitzung kein Kartellrechts-verstoß.

Vorbereitung der Sitzung

- Tagesordnungspunkte und Sitzungsunterlagen dürfen keine kartellrechtlich relevanten Themen enthalten.

Während der Sitzung

- Beschränken Sie die Diskussion grundsätzlich auf die vorab versandten Tagesordnungspunkte.
- Lassen Sie die Sitzung vollständig protokollieren.
- Bei Spontanäußerungen mit kartellrechtlich relevantem Inhalt müssen Sie unverzüglich reagieren und sich aktiv von dem kartellrechtswidrigen Verhalten distanzieren:
  - Weisen Sie die Teilnehmer: innen darauf hin, dass dieser Punkt nicht besprochen werden darf.
  - Vertagen Sie zur Not die Diskussion, bis die kartellrechtliche Unbedenklichkeit geklärt ist.
  - Wird die Diskussion trotzdem fortgesetzt, geben Sie Ihren Widerspruch zu Protokoll, unterbrechen Sie die Sitzung oder verlassen Sie den Sitzungsraum; auch dies ist zu protokollieren.
  - Melden Sie den Vorgang der Geschäftsführung oder der Rechts-abteilung des BVMed beziehungsweise der Ihres Unternehmens.

Nach der Sitzung

- Sitzungsprotokolle sollen kurz und unmissverständlich abgefasst werden.

Kartellrecht

Das müssen Sie vermeiden

Mitarbeitenden von im Wettbewerb stehenden Unternehmen ist es untersagt, formell oder informell Diskussionen zu führen, Informationen auszutauschen oder Vereinbarungen zu treffen, wenn es um folgende Punkte geht:

Preise, insbesondere

- Preisgestaltungen, Preisunterschiede, Preisstrategien
- Individuelle Verkaufs- und Zahlungsbedingungen, Rabatte, Gutschriften und Kreditbedingungen

Produktion, insbesondere

- Individuelle Herstellungs- oder Absatzkosten, Kostenrechnungsformeln, Methoden der Kostenberechnung, auf Produkte oder Produktgruppen bezogene Zahlen zu Bezugskosten, Produktion, Lagerbeständen, Verkäufen etc.
- Produktionsveränderungen, zum Beispiel wegen Wartungsarbeiten, oder die Begrenzung der Marktversorgung mit einem Produkt

Zukünftiges Marktverhalten, insbesondere

- Aufteilung von Märkten oder Bezugsquellen, gleichgültig ob räumlich oder nach Kunden
- Beziehungen zu einzelnen Lieferanten oder Abnehmern, insbesondere dann, wenn dies dazu führen könnte, dass diese vom Markt verdrängt würden
- „Schwarze Listen“ oder Boykotte von Kunden, Wettbewerbern oder Zulieferern
- Geplante Vorhaben einzelner Unternehmen in Bezug auf Technologie, Investitionen, Design, Produktion sowie Vertrieb oder Marketing für bestimmte Produkte