

# Aperam Richtlinie zur Einhaltung des Kartellrechts

Genehmigt durch das Leadership Team am 18 November 2024

## Kurzbeschreibung

Aperam verpflichtet sich zur strikten Einhaltung der Wettbewerbsgesetze der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist, und zur Vermeidung von Verhaltensweisen, die als kartellrechtswidrig und somit illegal angesehen werden könnten.

## Geltungsbereich

Diese Richtlinie gilt für alle Geschäftsführer, Direktoren und Mitarbeiter von Aperam und allen Konzerngesellschaften, sowie unter Umständen für die Stakeholder von der Aperam Gruppe.

## Index

1. Einleitung	2
2. Horizontale Vereinbarungen - Kartelle und Absprachen mit Wettbewerbern	3
2.1 Grundsatz und Definitionen	3
2.2. Kartelle	5
2.2.1 Preisabsprachen	6
2.2.2 Marktaufteilung	6
2.2.3 Beschränkungen der Aktivitäten	6
2.2.4 Angebotsabsprachen	6
2.2.5 Wettbewerb der Arbeitnehmer	6
2.2.6 Zusammenfassung zu horizontalen Vereinbarungen - Do's und Don'ts	7
2.3. Kontakte mit Wettbewerbern und Weitergabe oder Erhalt von wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen (Informationsaustausch)	8
2.3.1 Spezifische Beispiele	8
2.3.1.a. Individuelle Kontakte	8
2.3.1.b. Austausch und Treffen mit Wettbewerbern	8
2.3.1.c. Benchmarking	9
2.3.1.d. Marktforschung	9
2.3.2 Zusammenfassung zum Kontakt mit Wettbewerbern - Do's and Don'ts	9
2.4 Berufsverbände	11
2.4.1 Zusammenfassung über Berufsverbände - Do's and Don'ts	12
3. Vertikale Vereinbarungen - Vereinbarungen mit Kunden und Lieferanten	13
3.1 Grundsatz und Definitionen	13
3.2. Hardcore-Einschränkungen	13
3.3. Alleinbezugsvereinbarungen (unabhängig davon, ob Aperam der Lieferant oder der Kunde ist)	14
3.4. Exklusive Verteilung	14
3.5. Vereinbarungen von Handelsvertreterverträgen	14
3.6. "Hub and Spoke" Vereinbarung (sog. "Speichenverträge")	15
3.7. Zusammenfassung über vertikale Vereinbarungen - Do's and Don'ts	15
4. Missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung	16
4.1 Grundsatz und Definitionen	16
4.2 Missbräuchliches Verhalten	17
4.2.1 Rücksichtslose Preisgestaltung	17
4.2.2 Auswahl und Ablehnung von Kunden oder Lieferanten	17
4.2.3 Preisdiskriminierung und andere Ungleichbehandlung von Kunden und Lieferanten	18
4.2.4 "Verknüpfung" und "Bündelung" von Produktpaletten	18
4.3 Zusätzliche Vorkehrungen	18
4.4 Zusammenfassung zum Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung - Do's and Don'ts	18
5. Korrektes Schreiben	19
5.1 Zusammenfassung zur Genauigkeit beim Schreiben - Do's and Don'ts	19
6. Staatliche Ermittlungen	19
7. Folgen der Verletzung von Kartellgesetzen	20
8. Aktualisierung der Richtlinie	21
<b>Anhänge</b>	<b>22</b>

## 1. Einleitung

Das Wettbewerbsrecht ist ein System von Regeln, die sicherstellen sollen, dass die Märkte effizient funktionieren und die Unternehmen in einem fairen Wettbewerb stehen.

Diese Richtlinie soll Ihnen helfen, (i) die kartellrechtlichen Vorschriften zu verstehen und (ii) potenzielle Probleme zu erkennen, damit Sie bei der Ausübung Ihrer Tätigkeit die relevanten Gesetze einhalten können. Jeder Abschnitt dieser Richtlinie beschreibt Verhaltensweisen, die gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen können und enthält Vorgaben, die Sie bei Ihren täglichen Geschäftspraktiken befolgen sollten, um wettbewerbsrechtliche Risiken für Sie und Aperam zu vermeiden oder zu verringern.

Dieses Dokument konzentriert sich auf zwei Hauptkonzepte: (a) Verbot wettbewerbswidriger Vereinbarungen und (b) Missbrauch einer beherrschenden Stellung. Es enthält auch eine Reihe von bewährten Praktiken im Hinblick auf wettbewerbsrechtlich sensible Informationen.

Aperam verpflichtet sich zu einem energischen, aber fairen Wettbewerb und zur Einhaltung aller Wettbewerbsgesetze in allen Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist. **Insbesondere verfolgt Aperam die Politik, seine eigenen geschäftlichen Entscheidungen auf der Grundlage dessen zu treffen, was im besten Interesse des Unternehmens liegt, völlig unabhängig und frei von Absprachen oder Vereinbarungen mit Wettbewerbern und unter Einhaltung der Wettbewerbsgesetze.**

Eine Vereinbarung oder Absprache verstößt gegen das Wettbewerbsrecht, wenn sie den Wettbewerb verhindert, einschränkt oder verfälscht. Vereinbarungen zwischen zwei oder mehr Wettbewerbern bergen in der Regel die größten Risiken für das Wettbewerbsrecht, aber auch Vereinbarungen mit Lieferanten, Händlern oder Kunden können gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen. Gleiches gilt für Vereinbarungen zwischen Parteien eines Joint Ventures oder eines Forschungs- und Entwicklungsvertrages, sowie zwischen Aperam und Unternehmen, an denen Aperam Minderheitsbeteiligungen hält.

Verstöße gegen europäisches, US-amerikanisches und/oder anderes nationales Wettbewerbsrecht können sowohl für Aperam als auch für Einzelpersonen erhebliche straf- und zivilrechtliche Sanktionen nach sich ziehen, einschließlich Gefängnisstrafen für Einzelpersonen. Ferner haben etwaige Verstöße das Potential, den Ruf von Aperam ernsthaft zu schädigen. In einigen Fällen können mehrere Gerichtsbarkeiten betroffen sein.

Es liegt in der Verantwortung eines jeden Managers, einer jeden Führungskraft und eines jeden Mitarbeiters von Aperam, diese Regeln zu verstehen, einzuhalten und das Legal & Governance Team um Hilfe zu bitten, wenn es Fragen oder Zweifel bezüglich der Regeln oder ihrer Anwendung in einer bestimmten Situation gibt. Kein Manager, Betriebsleiter, leitender Angestellter oder Mitarbeiter, unabhängig von seiner/ihrer Position, ist befugt, von dieser Aperam-Richtlinien abzuweichen oder eine Abweichung durch jemand anderen zu dulden. Es wird erwartet, dass diese Richtlinie strikt eingehalten wird, und es sollte klar sein, dass Aperam gegen jeden, der dagegen verstößt, angemessene disziplinarische Maßnahmen ergreifen wird.

Wann immer Sie Zweifel daran haben, ob ein Vorhaben oder eine Vereinbarung mit dem Wettbewerbsrecht vereinbar ist, sollten Sie sich an das Legal & Governance Team wenden.<sup>1</sup>

## 2. Horizontale Vereinbarungen - Kartelle und Absprachen mit Wettbewerbern

### 2.1 Grundsatz und Definitionen

**Der Grundsatz:** Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, die ihrem Wesen nach wettbewerbswidrig sind, sind verboten.

Der Begriff "**Vereinbarungen, Absprachen und Abmachungen**" ist sehr weit gefasst und umfasst nicht nur förmliche schriftliche Verträge, sondern auch mündliche Vereinbarungen, "Gentlemen's Agreements" sowie informelle Absprachen und "Abmachungen" zwischen Parteien, bei denen sich die Parteien nicht über jedes Element der Vereinbarung einigen können. Beschlüsse von Interessenverbänden (z. B. Berufsverbänden) fallen ebenfalls unter die Definition. In einigen Fällen kann sogar ein einziger Austausch von wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen verboten sein.

---

<sup>1</sup> Bitte beachten Sie, dass sich diese Richtlinie nicht mit den spezifischen Vorschriften für Fusionen und Übernahmen, Joint Ventures, Lizenzen für geistiges Eigentum oder staatliche Beihilfen befasst. Daher sollten Sie sich bei allen Fragen zu diesen Themen an das Legal & Governance Team wenden.

**Ein Kartell** ist eine Vereinbarung zwischen Wettbewerbern zur Einschränkung oder Ausschaltung des Wettbewerbs mit wirtschaftlichen Vorteilen für die am Kartell beteiligten Unternehmen (ausdrücklich oder stillschweigend, mündlich oder schriftlich). Dazu gehören auch Vereinbarungen mit Wettbewerbern über die Aufteilung oder Zuteilung von Märkten, Gebieten oder Kunden.

**Als Wettbewerber** gelten Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die mit denjenigen konkurrieren, die: (a) Teil des derzeitigen Portfolios von Aperam sind; oder (b) das jeweilige Unternehmen innerhalb eines angemessenen Zeitraums auf den Markt bringen könnte und die dann im Wettbewerb mit dem Portfolio von Aperam stünden, oder (c) Aperam innerhalb eines angemessenen Zeitraums in einem bestimmten geografischen Markt (der je nach Art der Produkte/Dienstleistungen lokal, national, regional oder weltweit sein kann) auf den Markt bringen könnte. Schließlich ist zu beachten, dass die Kunden und Lieferanten von Aperam auch Wettbewerber sein können.

**Wettbewerbsrechtlich sensible Informationen ("Competitive Sensitive Information = CSI")**: sind Informationen, die Rückschlüsse auf das konkrete Wettbewerbsverhalten zulassen und somit den freien Wettbewerb zwischen Wettbewerbern beeinflussen können. Entscheidend ist, ob die bereitgestellten Informationen "die strategische Unsicherheit verringern", da dies dazu führen könnte, dass die kommerzielle Rivalität verringert oder beseitigt wird. Beispiele für wettbewerbsrechtlich sensible Informationen sind:

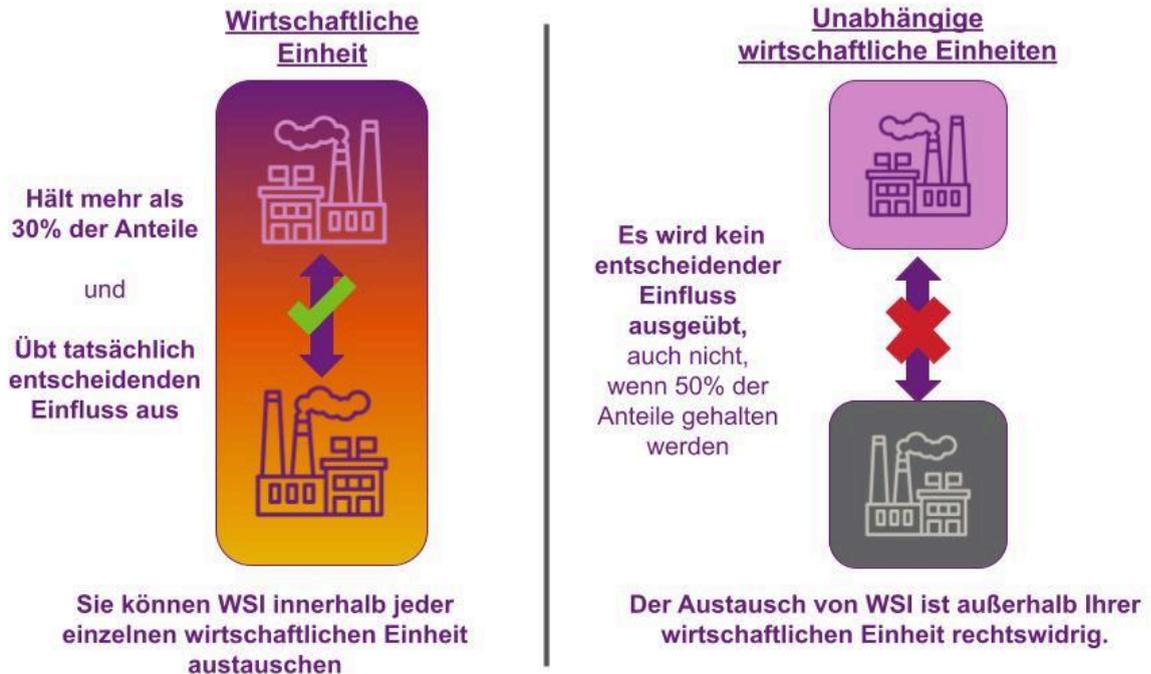
- Aktuelle Kunden-/Lieferanten- oder Preislisten; Preisvorschläge, Preisänderungen und Preisbestandteile (z. B. Rabatte, Kreditbedingungen usw.);
- Rohstoff- und Materialkosten oder aktuelle Produktionszahlen; Margen und Kosten;
- Lagerbestände oder Verkaufsmengen, aktuelle Marktanteile oder Verkaufserlöse;
- Kapazitätsangaben ; laufende und geplante Investitionen; individuelle Produktionszahlen;
- Information F&E-Programme oder Technologien.

*Anhang 1 enthält eine Liste mit Beispielen für wettbewerbsrechtlich sensible Informationen.*

**Eine wirtschaftliche Einheit**: Eine Tochtergesellschaft oder ein verbundenes Unternehmen bildet mit der Muttergesellschaft eine wirtschaftliche Einheit, wenn die Muttergesellschaft einen entscheidenden Einfluss auf die Tochtergesellschaft ausübt (d. h. die Muttergesellschaft kann die Geschäftsstrategie der Tochtergesellschaft bestimmen, indem sie Entscheidungen über wichtige geschäftliche Fragen wie Preisgestaltung, Gewinnspannen und Marketing trifft oder ein Veto einlegt).

Dies ist im Allgemeinen der Fall, wenn:

- (i) eine Muttergesellschaft 100 % (oder ca.) der Anteile oder Stimmrechte der Tochtergesellschaft besitzt; oder
- (ii) eine Muttergesellschaft mindestens 50 % dieser Anteile besitzt und einen entscheidenden Einfluss auf die Geschäftsstrategie der Tochtergesellschaft ausübt (z. B. Preisgestaltung oder Gewinnspannen); oder
- (iii) unter bestimmten Umständen eine Muttergesellschaft sogar weniger als 50 % der Anteile besitzt und einen entscheidenden Einfluss auf die Geschäftsstrategie der Tochtergesellschaft ausübt, insbesondere durch die Ausübung von Vetorechten in Bezug auf den Geschäftsplan, die Investitionen, die Ernennung der Geschäftsleitung und das Budget der Tochtergesellschaft.



Fabrik-Symbol entworfen von [Freepik](#)

### Zum Beispiel

- Aperam Stainless Services and Solutions Brazil gehört **direkt** und vollständig zu Aperam South America (Brasilien), und Aperam South America übt einen entscheidenden Einfluss auf Aperam Stainless Services and Solutions Brazil aus, so dass sie eine einzige wirtschaftliche Einheit bilden.
- ELG Utica Alloys (Hartford) Inc. (USA) und Aperam Alloys Imphy (Frankreich) sind **indirekt** vollständig im Besitz von Aperam SA (Luxemburg), und Aperam SA (Luxemburg) übt einen bestimmenden Einfluss auf ELG Utica Alloys (Hartford) Inc. (USA) und Aperam Alloys Imphy (Frankreich) aus; dies macht sie zu einer einzigen wirtschaftlichen Einheit.

**=> Die Kartellvorschriften gelten grundsätzlich nicht für Geschäfte und den Austausch zwischen Unternehmen, die zur gleichen Unternehmensgruppe gehören, d. h. Aperam, da sie eine wirtschaftliche Einheit bilden.**

### 2.2. Kartelle

Aperam hat auf allen Märkten, auf denen es tätig ist, Konkurrenten und muss beim Austausch und bei Geschäften mit diesen äußerste Vorsicht walten lassen.

Abspraken mit Wettbewerbern werden unabhängig von der Berücksichtigung von Rechtfertigungsgründen oder Effizienzgewinnen als rechtswidrig angesehen. Darüber hinaus werden diese Arten von Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht mit den schwersten kartellrechtlichen Sanktionen geahndet, die in einigen Ländern auch strafrechtliche Folgen haben können.

Ein erhöhter Risikofaktor ist der gemeinsame wirtschaftliche Druck, der auf alle Wettbewerber auf demselben Markt ausgeübt wird und der häufig zu parallelem Verhalten auf dem Markt führt. Auch wenn dieses Parallelverhalten durchaus rechtmäßig sein kann, zieht es regelmäßig die Aufmerksamkeit der Wettbewerbsbehörden auf sich und kann Anlass für eine Untersuchung sein, insbesondere wenn das Verhalten mit Beweisen für Kommunikation und Kontakte zwischen und unter den Wettbewerbern einhergeht. Dementsprechend ist es von größter Bedeutung, Kontakte mit Wettbewerbern zu vermeiden, die den Verdacht auf geheime Absprachen begründen könnten. Dies bedeutet, dass jeder Kontakt mit Wettbewerbern, den Sie aus legitimen Gründen haben, immer so geführt werden sollte, als ob er jederzeit öffentlich wäre, damit niemand die Absicht oder das Ergebnis eines solchen Kontakts mit Wettbewerbern in Frage stellen kann.

Joint-Venture-Vereinbarungen mit Wettbewerbern können nützliche Effizienzgewinne bringen, aber auch den Wettbewerb einschränken. Sie sollten immer das Legal & Governance Team konsultieren, bevor Sie eine solche Vereinbarung eingehen.

Die folgenden Kartellpraktiken stellen das größte Risiko für Aperam dar. Die Liste ist jedoch nicht erschöpfend: Jede Praxis, die den Wettbewerb auf einem relevanten Markt einschränkt, ist verboten.

### 2.2.1 Preisabsprachen

Sie dürfen mit Wettbewerbern keine Preisabsprachen für ein Produkt vereinbaren, unabhängig davon, ob es sich um eine Preiserhöhung oder eine Preissenkung handelt. Dazu gehören viele verschiedene Absprachen, einschließlich Vereinbarungen mit einem Wettbewerber über die Höhe eines beliebigen Preisbestandteils, harmonisierte Geschäftsbedingungen (Transportkosten, Zahlungen für zusätzliche Dienstleistungen, Kreditbedingungen oder Garantiebedingungen) und Preisspannen jeglicher Art.

### 2.2.2 Marktaufteilung

Sie dürfen mit Wettbewerbern nicht vereinbaren, Märkte aufzuteilen. Dazu gehört z. B. die Vereinbarung, nicht in den Heimatmarkt eines Wettbewerbers oder in einen bestimmten territorialen Markt oder an bestimmte Kunden zu exportieren; sich gegenseitig bestimmte Kunden oder Produktarten zuzuweisen, oder die Vereinbarung, nicht zu konkurrieren.

### 2.2.3 Beschränkungen der Aktivitäten

Sie dürfen nicht zustimmen, die Anzahl der Produkte zu begrenzen, die Aperam oder seine Konkurrenten verkaufen oder zu verkaufen versuchen (eine Verkaufsquote).

Aperam darf nicht mit Wettbewerbern vereinbaren, Kunden nicht zu beliefern, Produktlieferungen von Lieferanten zu verweigern, die Belieferung von Unternehmen zu verweigern, die beabsichtigen, Wettbewerber zu werden (kollektiver Boykott) oder auf andere Weise (neue) Wettbewerber vom Markt fernzuhalten.

**Vereinbarungen zur Begrenzung der Produktion sind häufig Teil eines größeren Kartells, das die Preise hochhalten soll. Das dürfen Sie nicht:**

- Produktions- oder Verkaufsquoten vereinbaren, um das Angebot auf dem Markt zu begrenzen. .
- sich verpflichten, keine neuen Produktionskapazitäten aufzubauen oder bestehende Kapazitäten abzubauen.
- zustimmen, bestimmte Produkte oder Dienstleistungen nicht anzubieten.

### 2.2.4 Angebotsabsprachen

Sie dürfen nicht zustimmen, den Wettbewerb bei der Angebotsabgabe einzuschränken. Dies schließt ein:

- **Angebotsverzicht g:** Vereinbarung, auf die Abgabe eines Angebots zu verzichten, damit das Angebot des im Vorfeld vereinbarten Gewinners den Zuschlag erhält.
- **Einreichung eines zusätzlichen Angebots:** Vereinbarung zur Abgabe von Angeboten, die zu hoch sind, um den Zuschlag zu erhalten und die den Anschein einer echten Ausschreibung erwecken, da mehrere Angebote abgegeben wurden.
- **Angebotsrotation:** Vereinbarung, abwechselnd der niedrigste (d.h. beste) Bieter zu sein.
- **Unterauftragsvergabe:** Vereinbarung, kein Angebot oder ein "zusätzliches" Angebot einzureichen, im Gegenzug für die Vergabe eines Unterauftrags durch den erfolgreichen Bieter.

### 2.2.5 Wettbewerb der Arbeitnehmer

Eine Reihe von Einstellungspraktiken kann auch kartellrechtliche Fragen aufwerfen. Vereinbarungen, die unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen darstellen und von den Behörden zunehmend verfolgt werden, sind:

- **Abwerbverbot:** Vereinbarung mit einer oder mehreren Personen in einem anderen Unternehmen, keine Mitarbeiter des anderen Unternehmens abzuwerben oder einzustellen.

- **Lohnabsprachen:** Vereinbarungen mit einer oder mehreren Personen in einem anderen Unternehmen über das Gehalt oder andere Vergütungsbedingungen für Arbeitnehmer.

Denken Sie daran, dass ein solches Verhalten auch dann riskant ist, wenn die Vereinbarungen mit Unternehmen geschlossen werden, die nicht dasselbe Kerngeschäft wie Aperam haben (z. B. wenn eine solche Vereinbarung mit einem Unterauftragnehmer geschlossen wird).

### 2.2.6 Zusammenfassung zu horizontalen Vereinbarungen - Do's und Don'ts

Do's	Don'ts
<p>Treffen Sie unabhängige Entscheidungen über Preisgestaltung, Strategie, Kunden und Lieferanten.</p> <p>Seien Sie vorsichtig mit öffentlichen Ankündigungen über künftige Preise/Strategien.</p>	<p>Stimmen Sie KEINER Angleichung von Preisen, Rabatten oder der Weitergabe von Kosten zu.</p> <p>Legen Sie den Preis, zu dem ein Kunde die Produkte von Aperam weiterverkaufen darf, NICHT fest und versuchen Sie auch nicht, ihn festzulegen.</p> <p>Schränken Sie NICHT ein, wo oder an wen ein Kunde die Produkte von Aperam weiterverkaufen darf.</p> <p>Legen Sie mit einem Wettbewerber KEINEN Mindestpreis fest, unter den die Preise nicht gesenkt werden können, und vereinbaren Sie keine Preiserhöhung um einen bestimmten Betrag oder Prozentsatz.</p> <p>Legen Sie mit einem Wettbewerber KEINE Spanne fest, außerhalb derer sich die Preise nicht bewegen dürfen.</p>
<p>Konkurrieren Sie energisch und einseitig um das Geschäft mit neuen und bestehenden Kunden.</p>	<p>Erörtern oder tauschen Sie KEINE sensiblen Informationen mit (potenziellen) Wettbewerbern aus und vereinbaren Sie keine kommerziellen Bedingungen.</p> <p>Vereinbaren Sie mit einem Wettbewerber NICHT die Höhe eines Preisbestandteils (z. B. Preisaufschläge oder Zuschläge).</p> <p>Besprechen oder vereinbaren Sie KEINE Angebote mit Wettbewerbern.</p> <p>Diskutieren oder vereinbaren Sie mit Wettbewerbern NICHT: die Produktion oder die Produktionskapazität einzuschränken oder Lagerbestände vom Markt zurückzuhalten; Kunden, Märkte und/oder Verkaufsgebiete zu teilen oder zuzuweisen.</p> <p>Vereinbaren Sie KEINE harmonisierten kommerziellen Bedingungen (Transportkosten, Zahlungen für zusätzliche Dienstleistungen, Kreditbedingungen oder Garantiebedingungen) mit einem Wettbewerber.</p>
<p>Holen Sie die Genehmigung des Rechts- und Governance-Teams ein, bevor Sie gemeinsame Aktivitäten oder Projekte mit Konkurrenten</p>	<p>Schließen Sie KEINE wettbewerbswidrigen Vereinbarungen ab die Märkte aufteilen und/oder Kunden zuweisen</p>

sowie Fusionen, Übernahmen, Joint Ventures oder andere Formen von Partnerschaften eingehen.	einen Kunden, Lieferanten oder anderen Wettbewerber zu boykottieren, über die Geschwindigkeit und den Schwerpunkt der F&E-Aktivitäten und die Einführung neuer Produkte.
	Beschweren Sie sich NICHT bei Ihrem Konkurrenten und versuchen Sie nicht, ihn in irgendeiner Weise zu beeinflussen, damit er keine Mitarbeiter Ihres Unternehmens abwirbt.

### 2.3. Kontakte mit Wettbewerbern und Weitergabe oder Erhalt von wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen (Informationsaustausch)

Wettbewerbsrechtlich sensible Informationen sind Informationen, die die Geschäftsstrategie von Wettbewerbern beeinflussen können. Sie dürfen unter keinen Umständen wettbewerbsrechtlich sensible Informationen mit tatsächlichen oder potenziellen Wettbewerbern austauschen.

Dazu gehört die Weitergabe oder der Erhalt solcher Informationen oder beides, aber auch der indirekte Austausch von Informationen, z. B. über Dritte (einschließlich Kunden), Wirtschaftsverbände oder externe Serviceprovider, die wettbewerbsrechtlich sensible Informationen sammeln, zusammenstellen und weitergeben, aus denen das Verhalten einzelner Wettbewerber erkennbar ist. Ebenso dürfen Sie keine wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen im Rahmen einer Vertriebsvereinbarung oder eines Joint Ventures mit konkurrierenden Anbietern bereitstellen oder erhalten.

Der Austausch muss nicht auf Gegenseitigkeit beruhen, damit die Praxis verboten ist, d.h. die Weitergabe von Informationen durch eine Partei an einen Wettbewerber reicht aus, um ein rechtswidriges Verhalten zu begründen.

Aus kartellrechtlicher Sicht ist es unerheblich, in welchem Rahmen und auf welche Weise Informationen ausgetauscht werden.

Der Technologietransfer an Wettbewerber und bestimmte andere Arten der Zusammenarbeit mit Wettbewerbern oder potenziellen Wettbewerbern (z. B. im Rahmen von Forschungs- und Entwicklungsvereinbarungen) können unter gewissen Umständen zulässig sein. Sie sollten trotzdem keine Informationen jeglicher Art an Wettbewerber weitergeben, ohne vorher den Rat des Legal & Governance Teams einzuholen.

*Um Ihr Wissen über den Umgang mit wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen zu verbessern, sehen Sie sich bitte die auf [MyHR](#) verfügbaren Schulungen an.*

#### 2.3.1 Spezifische Beispiele

##### 2.3.1.a. Individuelle Kontakte

Vermeiden Sie nach Möglichkeit Einzelgespräche mit Wettbewerbern und besprechen Sie auf keinen Fall wettbewerbsrechtlich sensible Informationen (wie oben definiert) mit einem Wettbewerber. Wenn Ihr Konkurrent in einem Gespräch versucht, wettbewerbsrechtlich sensible Informationen zu erfragen, wie z. B. aktuelle Preise oder Ausblick auf künftige Preise, Preisbestandteile, Strategie in Bezug auf die Preise und/oder die Geschäftspolitik, müssen Sie die Erörterung dieses Themas ablehnen.

Sollte es zu einer solchen Interaktion kommen, informieren Sie unverzüglich Ihre Geschäftsleitung und das Legal & Governance Team.

##### 2.3.1.b. Austausch und Treffen mit Wettbewerbern

Von Zeit zu Zeit kann es vorkommen, dass Mitarbeiter von Aperam aus legitimen geschäftlichen Gründen auf Wettbewerber treffen, z. B. im Rahmen von Due-Diligence-Prüfungen und Verhandlungen über geplante Joint Ventures, Fusionen und Übernahmen, Liefervereinbarungen sowie Forschungs- und Entwicklungsvereinbarungen.

Für Treffen im Rahmen von Verbandstreffen siehe Abschnitt 2.4.

Alle oben genannten Grundsätze und Leitlinien, die für individuelle Kontakte mit Wettbewerbern gelten, müssen bei allen Gesprächen und Treffen mit Wettbewerbern strikt eingehalten werden.

Achten Sie insbesondere darauf, dass Sie keine wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen im Zusammenhang mit Lieferungen, Verarbeitung/Zollabfertigung, Forschung und Entwicklung oder Joint-Venture-Partnerschaften mit Wettbewerbern weitergeben oder erhalten. Für diese Vorhaben müssen einzelfallabhängige und geeignete Leitlinien aufgestellt werden, und die Informationen müssen unter Verschluss gehalten werden:

- Begrenzung des Informationsflusses nach dem Grundsatz "Kenntnis nur, wenn absolut nötig";
- sicherstellen, dass Handelsvertreter, die an der Vermarktung und dem Vertrieb konkurrierender Produkte beteiligt sind (einschließlich Direktoren, die in mehreren Aufsichtsräten sitzen), keine wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen über Produkte Dritter erhalten oder verwenden

Bitte besprechen Sie mit dem Legal & Governance Team, welche Verfahren im Einzelfall anzuwenden sind.



### 2.3.1.c. Benchmarking

Benchmarking durch den Austausch von Informationen mit Wettbewerbern von Aperam ist im Prinzip NIE zulässig, es sei denn, das Benchmarking erfolgt durch einen externen Berater. Selbst in letzterem Fall gelten sehr strenge Regeln. Sie müssen sich mit dem Legal & Governance Team in Verbindung setzen, bevor Sie sich auf ein Benchmarking einlassen.

### 2.3.1.d. Marktforschung

Sie dürfen Marktinformationen nie von Wettbewerbern, sondern nur aus anderen Quellen beziehen, z. B. aus Veröffentlichungen, einschließlich Fachberichten usw. Selbst wenn diese Quellen Ihnen nicht so viele Informationen liefern, wie Sie vielleicht wünschen oder benötigen, sollten Sie solche Informationen NIEMALS von Konkurrenten einholen.

Ebenso wenig sollten Sie Kunden oder Lieferanten dazu ermutigen, Ihnen Preise der Konkurrenz oder Informationen über deren Geschäftsstrategie zukommen zu lassen. Sollte Ihnen ein Kunde oder Lieferant derartige Informationen geben, melden Sie dies bitte Ihrem Vorgesetzten und halten Sie schriftlich fest, woher diese Informationen stammen und unter welchen Umständen sie Ihnen gegeben wurden.

## 2.3.2 Zusammenfassung zum Kontakt mit Wettbewerbern - Do's and Don'ts

Do's	Don'ts
<p>Vermeiden Sie Kommunikation und Ausdrücke, die auf geheime Absprachen hindeuten.</p>	<p>Kommunizieren Sie NICHT mit Konkurrenten, es sei denn, dies ist zwingend notwendig (z. B. Treffen mit einem Handelsverband ODER eine laufende Geschäftsvereinbarung mit einem Konkurrenten, wie z. B. Lieferungen, Mautgebühren, Verkauf usw.). KEINEN Grad an Zusammenarbeit in der Kommunikation angeben oder andeuten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unserer Ansicht nach werden die Preise steigen.</li> <li>• Wenn wir die Preise erhöhen, werden andere folgen.</li> <li>• In der Branche sind sich alle einig, dass höhere Rohstoffkosten zu höheren Preisen führen werden.</li> </ul>
<p>Wenden Sie die Grundregeln für den Informationsaustausch zwischen den Wettbewerbern an. Stellen Sie sicher, dass der Austausch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• auf das beschränkt wird, was im Rahmen des vorher festgelegten Umfangs des Benchmarking erforderlich ist (der unter Einhaltung des Wettbewerbsrechts sorgfältig festgelegt werden muss).</li> <li>• freiwillig und im Rahmen einer Geheimhaltungsvereinbarung erfolgt (Non-Disclosure Agreement, NDA").</li> <li>• auf der Grundlage schriftlicher Leitlinien und im Voraus entwickelter Verfahren ist; und</li> <li>• in schriftlicher Form erfolgt (persönliche Treffen sind zu vermeiden).</li> </ul> <p>Erheben Sie Einspruch, wenn Wettbewerbsbedingungen oder Geschäftsstrategien erörtert werden.</p>	<p>Tauschen Sie KEINE wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen mit Wettbewerbern aus.</p> <p>Wenn wettbewerbsrechtlich sensible Informationen weitergegeben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterbrechen Sie das Gespräch und weisen Sie darauf hin, dass dies zwischen den Teilnehmern nicht besprochen werden darf.</li> <li>• Distanzieren Sie sich ausdrücklich und bestehen Sie darauf, dies in das Sitzungsprotokoll aufnehmen zu lassen.</li> <li>• Verlassen Sie umgehend die Sitzung.</li> <li>• Informieren Sie Ihren Vorgesetzten und das Compliance/Legal &amp; Governance Team.</li> </ul> <p>Wenn Sie problematische Mitteilungen von einem Wettbewerber erhalten, sollten Sie diese nicht ignorieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sprechen Sie mit Ihrem Vorgesetzten oder dem Legal &amp; Governance Team, damit festgehalten wird, wie das Unternehmen die Angelegenheit behandelt hat.</li> </ul>
<p>Vermeiden Sie verdächtige und unklare Formulierungen und verwenden Sie stattdessen Ausdrücke wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Streng vertraulich".</li> <li>• "Innerhalb des Unternehmens vertraulich zu behandeln".</li> <li>• "Die Weitergabe ist verboten".</li> </ul>	<p>Ermutigen Sie NICHT zur Geheimhaltung und verwenden Sie keine verdächtigen Ausdrücke wie z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Nach dem Lesen vernichten".</li> <li>• "In dieser Angelegenheit werden keine Aufzeichnungen geführt".</li> <li>• "Off the record!" oder "inoffiziell".</li> <li>• "Diese Vereinbarung kann rechtswidrig sein, Diskretion erforderlich".</li> </ul>
<p>Lehnen Sie Versuche anderer Unternehmen ab, Ihnen wettbewerbsrelevante Informationen und insbesondere Informationen zu Vergütungs- und Sozialleistungsfragen mitzuteilen.</p>	<p>Informationen zu Vergütungsangelegenheiten dürfen NICHT an Wettbewerber gesendet oder von ihnen empfangen werden</p>

<p>Lassen Sie sich vom Legal &amp; Governance Team beraten, wenn Sie beabsichtigen, an einem solchen Benchmarking teilzunehmen.</p> <p>Im Falle eines direkten Benchmarkings zwischen zwei oder mehreren Parteien sollten Sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine klare Aufzeichnung erstellen über: (i) Informationen, die zwischen den Parteien ausgetauscht wurden; (ii) Sitzungen und Diskussionen (Protokolle); und (iii) Umstände des Austauschs (im Rahmen des Benchmarking).</li> <li>• geeignete Mechanismen und Verfahren einführen, um einen verbotenen Austausch zu vermeiden.</li> <li>• nur technische oder nicht markt- bzw. strategiebezogene Informationen austauschen (z. B. Gesundheits- und Arbeitsschutz oder Umwelt).</li> <li>• dafür sorgen, dass die Informationen sorgfältig nach dem Grundsatz "Kenntnis nur, wenn nötig" weitergegeben werden.</li> </ul> <p>Führen Sie das Benchmarking nach Möglichkeit mit Hilfe eines externen Beraters (oder eines Branchenverbands) durch, der als "Black Box" fungiert und die Informationen ordnungsgemäß speichert. Wenn ein Benchmarking auf der Grundlage aktueller Informationen geplant ist, muss ein externer Berater hinzugezogen werden.</p>	<p>Tauschen Sie KEINE aktuellen Daten, laufenden Projekte oder Prognosen oder andere Informationen über künftige geschäftliche Absichten sowie aktuelle und künftige individuelle Marktpreise und/oder andere Verkaufsbedingungen, Pläne zur Erhöhung/Senkung/Erhaltung von Kapazitäten oder Produktion, Kosten, Marktpositionen und -strategien, bestimmte Kunden aus.</p> <p>Erörtern Sie KEINE Handlungen, die zu einer Handels-/Wettbewerbsbeschränkung führen oder ein solches Interesse implizieren könnten.</p> <p>Diskutieren Sie NICHT über die Ergebnisse des Benchmarking oder über gemeinsame Schlussfolgerungen von Wettbewerbern - Aperam muss selbst entscheiden, wie es die Informationen und Schlussfolgerungen aus dem Benchmarking nutzt und wie es darauf reagiert.</p>
<p>Verfolgen Sie die Quelle, das Datum und die Umstände, unter denen ein Kunde und/oder Lieferant gelegentlich Informationen an Konkurrenten weitergibt (einschließlich des Gemeinschaftsunternehmens oder eines Unternehmens des Mutterkonzerns).</p> <p>Sammeln Sie öffentlich zugängliche Informationen über die Konkurrenz, z. B. Marktforschung, Jahresberichte, Pressemitteilungen, Zeitungen, veröffentlichte Studien und Berichte, Stellenausschreibungen.</p>	<p>Erbitten Sie diese Art von Informationen NICHT von Wettbewerbern oder gemeinsamen Vertretern/Verkaufsleitern, die sowohl Aperam als auch Wettbewerber bedienen.</p> <p>Verpflichten Sie Ihre Kunden NICHT, Ihnen die Geschäftsbedingungen (z. B. Preise) von Wettbewerbern mitzuteilen, es sei denn, dies ist nach der einschlägigen Rechtsprechung gerechtfertigt, um niedrigeren Preisangeboten dieser Wettbewerber zu entsprechen.</p> <p>Wenn Sie diese Art von Informationen direkt von einem Wettbewerber erhalten, lehnen Sie sie ab und teilen dem Wettbewerber schriftlich mit, dass Sie die Informationen nicht angefordert haben und nicht wünschen, diese in Zukunft erhalten. Wenden Sie sich umgehend an das Legal &amp; Governance Team.</p>

## 2.4 Berufsverbände

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in unserem zusätzlichen Material, das Sie in Anhang 2 [Leitlinien für die Mitgliedschaft in Handelsverbänden und die Teilnahme an Handelsmessen](#) und in Anhang 3 [Rechtlicher Hinweis zu Handelsverbänden und Handelsmessen](#) finden. Diese Dokumente sind nur in englischer Sprache verfügbar

Wirtschaftsverbände erfüllen nützliche und legitime Funktionen und können von den Mitgliedern eines Wirtschaftszweigs unter geeigneten Umständen unterstützt werden. Die Treffen von

Wirtschaftsverbänden bieten jedoch Gelegenheiten für formelle und informelle Zusammenkünfte von Wettbewerbern und setzen folglich alle anwesenden Personen und Unternehmen dem Risiko aus, dass geheime Absprachen oder ein unrechtmäßiger Informationsaustausch vermutet wird, wenn im Anschluss auf solche Zusammenkünfte parallele Maßnahmen verschiedener Wettbewerber folgen.

Dementsprechend ist es Aparam-Mitarbeitern nicht gestattet, einem Berufsverband beizutreten, es sei denn, die Unternehmensleitung hat festgestellt, dass der Verband einem wichtigen und angemessenen Zweck dient, und den Antrag auf Mitgliedschaft genehmigt. In Zweifelsfällen sollte das Legal & Governance Team konsultiert werden.

Die Mitgliedschaft in Fachverbänden wird jährlich überprüft und muss vor dem Beitritt von Ihrem Vorgesetzten genehmigt werden. Bei der Teilnahme an Sitzungen von Berufsverbänden sind neben den in den Anhängen 2 und 3 festgelegten Grundsätzen auch die in Abschnitt 2.3 genannten Leitlinien für Kontakte mit Wettbewerbern strikt einzuhalten.

*Vor dem Beitritt oder der Teilnahme an der ersten Sitzung des Berufsverbands müssen die Mitarbeiter von Aparam eine obligatorische Schulung absolvieren, die auf [MyHR](#) verfügbar ist.*

#### 2.4.1 Zusammenfassung über Berufsverbände - Do's and Don'ts

Do's	Don'ts
Absolvieren Sie die obligatorische Schulung bei MyHR, bevor Sie an Ihrer ersten Sitzung des Berufsverbands teilnehmen.	Treten Sie KEINEM Berufsverband bei, ohne vorher die Genehmigung Ihres Vorgesetzten und des Legal & Governance Teams eingeholt zu haben.
Vergewissern Sie sich, dass der Berufsverband über eine Richtlinie zur Einhaltung der Wettbewerbsregeln verfügt und dass diese auch gelebt und eingehalten wird.  Lesen Sie die Tagesordnung vor der Teilnahme an der Sitzung und vergewissern Sie sich, dass alle Punkte legitime Diskussionsthemen sind und dem Zweck der Sitzung entsprechen.	Gehen Sie im Rahmen von Verbandsinitiativen KEINE wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen ein. Dies gilt auch für folgende Vereinbarungen mit Wettbewerbern (nicht abschließend): den Preis, den Sie verlangen wollen. die geografischen Märkte oder Einzelhändler/Kunden, auf die Sie sich konzentrieren wollen. ob mit einem bestimmten Dritten verhandelt werden soll, oder wie (oder ob) Sie bieten werden.
Achten Sie darauf, dass die ausgetauschten Informationen zulässig sind, d.h.: historisch (d.h. mindestens ein Jahr alt); und / oder hoch aggregiert - seien Sie vorsichtig bei der Einstufung von Informationen als hoch aggregiert (z. B. müssen Daten von mindestens fünf verschiedenen Teilnehmern auf einem bestimmten Markt vorliegen, und in jedem Fall muss sichergestellt werden, dass keine Rückschlüsse auf die Herkunft der sensiblen Informationen möglich ist).  Die folgenden Themen können diskutiert werden: Gesetzesinitiativen auf lokaler, staatlicher, nationaler oder supranationaler Ebene. branchenbezogene Öffentlichkeitsarbeit oder Lobbying-Initiativen (z. B. Produkte/Dienstleistungen, Image der Branche). nicht vertrauliche technische Fragen, die für die Branche relevant sind, wie Gesundheits- und Sicherheitsstandards.	Tauschen Sie während des Verbandtreffens KEINE wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen mit Wettbewerbern aus.  Dazu gehören (nicht abschließend): aktuelle oder künftige Preise/Margen/Rabatte oder jegliche Preis-/Kosteninformationen. die wichtigsten kommerziellen Bedingungen von Joint-Venture-Vereinbarungen. unangekündigte Investitions-/Entwicklungspläne oder Ausschreibungen/Pipeline-Projekte. andere Handels- oder Marketingstrategien; Kommunikation über die Einhaltung von Umweltvorschriften, die als Wettbewerbsvorteil angesehen werden könnte oder Umsetzungsmaßnahmen, die ergriffen wurden, um sicherzustellen, dass unsere Produkte den neuen gesetzlichen Verpflichtungen/Zeitplänen entsprechen.

Technologie im Allgemeinen, z. B. Merkmale und Eignung einer bestimmten Technologie (aber nicht die Einführung bestimmter Technologielösungen durch ein bestimmtes Unternehmen).	
Achten Sie darauf, dass es einen Protokollführer gibt und dass die Protokolle nach der Sitzung zur Bestätigung durch die Teilnehmer verteilt werden.	Erörtern Sie KEINE Ad-hoc-Themen, die nicht auf der Tagesordnung stehen und beteiligen Sie sich nicht an Diskussionen, die nicht im Protokoll vermerkt sind.
Wenden Sie sich bei der ersten Gelegenheit an das Legal & Governance Team, wenn Sie Zweifel haben, ob ein bestimmtes Thema oder eine Diskussion ein wettbewerbsrechtliches Risiko darstellt.	Zögern Sie nicht zu sagen, dass ein Thema ein wettbewerbsrechtliches Risiko darstellen könnte und dass die Diskussion unterbrochen werden sollte, bis ein Rechtsbeistand hinzugezogen wurde. Wenn die Diskussion fortgesetzt wird, sollten Sie Ihren Einwand im Protokoll vermerken lassen und die Sitzung verlassen.

### 3. Vertikale Vereinbarungen - Vereinbarungen mit Kunden und Lieferanten

#### 3.1 Grundsatz und Definitionen

**Grundsatz:** Auch Vereinbarungen zwischen Kunden und Lieferanten, die einen bestimmten Wert überschreiten und kartellrechtswidrige Kernbeschränkungen (wie unten definiert) enthalten, können schwerwiegende wettbewerbsrechtliche Auswirkungen haben und sind in diesen Fällen verboten.

Seien Sie auf der Hut vor solchen Vereinbarungen, da sie unabhängig davon, ob Aperam der Kunde oder der Lieferant ist, ernste kartellrechtliche Bedenken aufwerfen. Wenn ein Kunde oder ein Lieferant derartige Vereinbarungen (siehe unten) vorschlägt, sollten Sie sich unverzüglich an das Legal & Governance Team wenden. Aperam sollte solche Vereinbarungen nur mit Zustimmung des Legal & Governance Teams vorschlagen. Darüber hinaus können gemeinsame Einkaufs- und/oder Verkaufsvereinbarungen den Wettbewerb beeinträchtigen und sollten NIEMALS ohne vorherige Rücksprache mit dem Legal & Governance Team getroffen werden.

**Kartellrechtswidrige Kernbeschränkungen** sind schwerwiegende Beschränkungen, die den Wettbewerb einschränken und den Verbrauchern schaden können oder die für die Erzielung effizienzsteigernder Wirkungen nicht unerlässlich sind.

**Eine vertikale Vereinbarung** ist eine Vereinbarung oder Abmachung zwischen zwei oder mehr Unternehmen, die auf verschiedenen Ebenen der Produktions- oder Vertriebskette tätig sind und keine konkurrierenden, sondern einander ergänzende Produkte oder Dienstleistungen herstellen, z. B. Vertriebs- oder Vertretervereinbarungen für den Verkauf von Waren; Einkaufsverträge für industrielle Dienstleistungen/Rohstoffe.

#### 3.2. Hardcore-Einschränkungen

Die folgenden Vereinbarungen mit Kunden oder Lieferanten sind unrechtmäßig:

- Festlegung der Preise Ihres Kunden (z. B. Beibehaltung der Wiederverkaufspreise oder Durchsetzung der empfohlenen Wiederverkaufspreise durch Sanktionen).
- Marktaufteilung nach Verkaufsgebieten (z. B. Ausfuhrbeschränkungen oder Festlegung des Ortes, an dem der Weiterverkauf stattfinden muss) oder nach Kunden (übermäßige/langfristige Ausschließlichkeitsvereinbarungen, Alleinlieferantenstatus usw.).
- Verbot von passiven Verkäufen außerhalb eines einem Händler oder Wiederverkäufer zugewiesenen Verkaufsgebiets (Parallelhandel).
- Verbot des Verkaufs konkurrierender Produkte, das einem Händler oder Wiederverkäufer nur unter bestimmten Umständen auferlegt wird.
- Meistbegünstigungsklauseln (eine Standardklausel, die es einem Käufer ermöglicht, von einem Verkäufer den bestmöglichen Preis für Waren oder Dienstleistungen zu erhalten, indem er den

Verkäufer verpflichtet, dem Käufer den niedrigsten Preis unter allen Käufern auf diesem Markt anzubieten).

- Erfüllungs- oder Freigabeklauseln (eine Vereinbarung zwischen einem Anbieter und einem Kunden, wonach der Anbieter das Produkt zum gleichen (oder niedrigeren) Preis liefert, wenn der Kunde von einem Wettbewerber des Anbieters ein günstigeres Angebot erhält, oder der Kunde aus der Vereinbarung mit dem Anbieter entlassen werden kann) oder
- Preisbindung beim Wiederverkauf (die direkte oder indirekte Auferlegung eines Fest- oder Mindestpreises oder eines Preisniveaus (Preisuntergrenze), das der Käufer beim Wiederverkauf einer Ware/Dienstleistung an seine Kunden anwenden muss).

### 3.3. Alleinbezugsvereinbarungen (unabhängig davon, ob Aperam der Lieferant oder der Kunde ist)

Bei einer Ausschließlichkeitsklausel oder einem Wettbewerbsverbot handelt es sich um eine Klausel, die eine Partei dazu verpflichtet, ihren Warenbestand (ganz oder zu einem großen Teil - mehr als 80 %) nur an einen einzigen Kunden zu kaufen oder zu verkaufen. Dies kann ein Problem darstellen, wenn entweder der Kunde oder der Lieferant eine marktbeherrschende Stellung innehat, da dies sowohl den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung als auch eine wettbewerbswidrige Vereinbarung darstellen kann.

Diese Klauseln sind nur zulässig, wenn die Vereinbarung für einen bestimmten Zeitraum von weniger als fünf Jahren gilt und beide Parteien einen Marktanteil von weniger als 30 % haben. Wenn die Vereinbarung automatisch verlängert wird, gilt dies als unbestimmte Dauer und ist nicht zulässig.

Stimmen Sie keiner Klausel zu, bei der das Wettbewerbsverbot länger als fünf Jahre gilt oder automatisch verlängert wird, es sei denn, Sie haben zuvor das Legal & Governance Team konsultiert.

Wenn der Kunde oder Lieferant eine marktbeherrschende Stellung einnimmt, ergeben sich gesonderte Überlegungen. Wenn Sie glauben, dass dies der Fall ist, wenden Sie sich bitte an das Legal & Governance Team, um weitere Informationen zu erhalten.

### 3.4. Exklusive Verteilung

Ein Lieferant kann einen Vertriebshändler für ein bestimmtes geografisches Gebiet oder eine bestimmte Art von Kunden ernennen. Wenn er einen Vertriebshändler für dieses Gebiet oder diese Art von Kunden ernannt, kann der Lieferant vereinbaren :

- keine anderen Personen mit dem Verkauf in diesem Gebiet oder an diese Art von Kunden zu beauftragen; und
- nicht selbst seine Produkte in diesem Gebiet oder an diese Art von Kunden zu verkaufen.

Dies ist eine sogenannte Alleinvertriebsvereinbarung. Sie ist ihrem Wesen nach eine wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung, da sie andere Händler (und den Lieferanten) daran hindert, Produkte in diesem Gebiet oder an diese Kunden zu verkaufen. Solange jedoch sowohl der Anbieter als auch der Händler einen Marktanteil von weniger als 30 % haben und die Vereinbarung keine Kernbeschränkungen enthält, dürfte die Vereinbarung zulässig sein. Bei höheren Marktanteilen müssen alle anderen Beschränkungen in der Vereinbarung einzeln auf ihre potenziellen Auswirkungen auf den Wettbewerb geprüft werden; wenden Sie sich daher an das Legal & Governance Team.

Ein Lieferant, der an einer Alleinvertriebsvereinbarung beteiligt ist, darf seinen Händler nicht daran hindern, unaufgeforderte Bestellungen von Kunden zu bedienen, die außerhalb des dem Händler zugewiesenen Gebiets liegen oder die einer anderen Kundengruppe angehören als die, die ihm zugewiesen wurde. Diese Art des unaufgeforderten Verkaufs wird als "passiver Verkauf" bezeichnet. Das Betreiben einer Website wird im Allgemeinen als eine Form des passiven Verkaufs angesehen.

### 3.5. Vereinbarungen von Handelsvertreterverträgen

In Handelsvertreterverträgen wird naturgemäß festgelegt, wo der Vertreter Waren oder Dienstleistungen verkaufen kann, an welche Kunden er sie verkaufen kann und zu welchen Preisen sie verkauft werden müssen. Diese Beschränkungen würden in einem anderen Zusammenhang wahrscheinlich unter das Verbot wettbewerbswidriger Vereinbarungen fallen. Da die Aufgabe des Handelsvertreters jedoch darin besteht, eine Vereinbarung zwischen seinem Auftraggeber (z. B. Hersteller, Lieferant) und den Kunden zu schließen, wird der Handelsvertretervertrag nicht als riskant angesehen.

Die Kategorie der echten Handelsvertreterverträge ist jedoch eng gefasst und gilt nicht, wenn der Handelsvertreter ein gewisses Risiko in Bezug auf das Geschäft übernimmt. Selbst echte Handelsvertreterverträge können gegen die Wettbewerbsregeln verstoßen, wenn sie zu einer Abschottung des Marktes gegenüber dem Wettbewerb führen. Ein Beispiel hierfür wäre, wenn der Auftraggeber daran gehindert wird, einen anderen Vertreter für ein Gebiet, einen Kunden oder eine Art von Gebiet zu ernennen (Alleinvertretungsvereinbarung), oder wenn der Vertreter daran gehindert wird, als Vertreter oder Vertriebshändler für Unternehmen tätig zu sein, die mit dem Auftraggeber konkurrieren, insbesondere wenn dies über die Laufzeit des Vertretervertrags hinausgeht.

Ob eine solche Einschränkung gerechtfertigt ist, muss rechtlich sorgfältig geprüft werden. Wenden Sie sich daher bitte an das Legal & Governance Team, wenn Sie mit einer solchen Situation konfrontiert sind.

### **3.6. "Hub and Spoke" Vereinbarung (sog. "Speichenverträge")**

Eine "Hub and Spoke"-Vereinbarung ist definiert als ein indirekter Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern über einen Vermittler, der auf einer anderen vor- oder nachgelagerten Ebene tätig ist, mit dem Ziel, den Wettbewerb einzuschränken.

So muss Aperam als Lieferant sehr vorsichtig sein, wenn es darum geht, wettbewerbsrelevante Informationen, die es von einem Kunden erhalten hat, an einen anderen Kunden weiterzugeben. Wenn ein Kunde Aperam beispielsweise mitteilt, dass er die Preise für seine Produkte generell erhöhen wird, sollte Aperam diese Information nicht an einen anderen Kunden weitergeben. Die Weitergabe von Informationen könnte als abgestimmte Verhaltensweise zwischen Aperam als Lieferant und seinen beiden Kunden angesehen werden, wenn sie zu einem Verstoß gegen die Wettbewerbsregeln führt.

Aperam muss sicherstellen, dass es nicht als Kanal für einen Informationsaustausch zwischen seinen Kunden und Lieferanten benutzt wird. Seien Sie sehr vorsichtig bei der Weitergabe von wettbewerbsrelevanten Informationen, die von einem Kunden oder Lieferanten bereitgestellt wurden, an einen anderen Kunden oder Lieferanten. Wenn Sie Bedenken bezüglich des Verhaltens von Lieferanten haben, besprechen Sie diese mit dem Legal & Governance Team.

### **3.7. Zusammenfassung über vertikale Vereinbarungen - Do's and Don'ts**

Do's	Don'ts
<p>Setzen Sie sich mit dem Legal &amp; Governance Team in Verbindung, bevor Sie wesentliche Änderungen an der Art und Weise vornehmen, wie Aperam mit Lieferanten oder Kunden Geschäfte macht, wenn Aperam einen großen Marktanteil (über 30 %) auf dem Produktmarkt hat.</p>	<p>Unterscheiden Sie nicht zwischen Kunden beim Verkauf von Produkten ähnlicher Qualität und Menge.</p> <p>Legen Sie NICHT den Preis fest, zu dem ein Kunde die Produkte von Aperam weiterverkaufen darf, und versuchen Sie auch nicht, ihn festzulegen.</p> <p>Schränken Sie NICHT ein, wo oder an wen ein Kunde die Produkte von Aperam weiterverkaufen darf.</p> <p>Bieten Sie KEINE Treuerabatte an.</p> <p>Legen Sie NICHT die Preispolitik Ihres Kunden fest (z. B. die Preisbindung beim Wiederverkauf oder die Durchsetzung empfohlener Wiederverkaufspreise durch Sanktionen).</p> <p>Teilen Sie NICHT den Markt nach Verkaufsgebieten (z. B. Ausfuhrbeschränkungen oder Festlegung, wo der Weiterverkauf stattfinden muss) oder Kunden (übermäßige/langfristige Ausschließlichkeitsvereinbarungen, Alleinlieferantenstatus usw.) auf.</p>

	<p>Passive Verkäufe außerhalb eines einem Händler zugewiesenen Verkaufsgebiets (Parallelhandel) dürfen NICHT verboten werden.</p> <p>NICHT den Verkauf konkurrierender Produkte verbieten, die einem Händler oder Wiederverkäufer auferlegt werden, außer unter bestimmten Umständen.</p> <p>Verwenden Sie KEINE Meistbegünstigungsklauseln (eine Standardklausel, die es einem Käufer ermöglicht, den bestmöglichen Preis für Waren oder Dienstleistungen von einem Verkäufer zu erhalten, indem er ihn verpflichtet, dem Käufer den niedrigsten Preis unter allen Käufern auf diesem Markt zu bieten).</p> <p>Verwenden Sie KEINE Erfüllungs- oder Freigabeklauseln (eine Vereinbarung zwischen einem Lieferanten und einem Kunden, die besagt, dass der Lieferant das Produkt zum gleichen (oder niedrigeren) Preis liefert, wenn der Kunde von einem Konkurrenten des Lieferanten ein günstigeres Angebot erhält, oder dass der Kunde aus der Vereinbarung mit dem Lieferanten entlassen werden kann).</p> <p>KEINE Preisbindung beim Wiederverkauf (die direkte oder indirekte Vorgabe eines Fest- oder Mindestpreises oder einer Preisuntergrenze, die der Käufer beim Wiederverkauf einer Ware/Dienstleistung an seine Kunden anwenden muss).</p>
--	--

## 4. Missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung

### 4.1 Grundsatz und Definitionen

**Grundsatz:** Ein Unternehmen in einer marktbeherrschenden Stellung (siehe Definition unten) trägt eine besondere Verantwortung dafür, dass sein Verhalten nicht zu einer Beeinträchtigung des unverfälschten Wettbewerbs oder zum Ausschluss von Wettbewerbern am Markt führt

Die Marktbeherrschung selbst ist nicht verboten, nur der Missbrauch dieser Marktbeherrschung. Marktbeherrschenden Unternehmen ist es gestattet, auf der Grundlage der Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen um Geschäfte zu konkurrieren. Das Wettbewerbsrecht erlegt marktbeherrschenden Unternehmen jedoch eine besondere Verantwortung auf, wenn sie auf dem Markt konkurrieren. Folglich kann ein Verhalten, das für ein Unternehmen ohne Marktmacht völlig legal ist, einen Missbrauch darstellen, wenn es von einem marktbeherrschenden Unternehmen ausgeführt wird. Der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung umfasst Maßnahmen, die die Entwicklung des Wettbewerbs durch den Ausschluss tatsächlicher oder möglicher Wettbewerber verhindern, sowie die Ausnutzung einer starken Marktposition durch die Auferlegung unlauterer Bedingungen oder die Erhebung überhöhter Preise.

**Missbräuchliches Verhalten:** Ein Verhalten, das: (i) sich nicht durch handelsübliches Verhalten erklären lässt (d. h. ein Verhalten, das "anormal" oder "unangemessen" ist) und (ii) den Wettbewerb negativ beeinflusst/verzerrt.

**Marktbeherrschung:** Eine wirtschaftlich starke Stellung, die ein Unternehmen in die Lage versetzt, wirksamen Wettbewerb auf einem relevanten Markt zu verhindern, indem sie ihm die Macht verleiht, sich

in erheblichem Maße unabhängig von seinen Wettbewerbern, seinen Kunden und letztlich von den Verbrauchern zu verhalten. Eine Monopolmacht liegt vor, wenn ein Unternehmen eine beherrschende Stellung auf dem Markt einnimmt.

**Eine marktbeherrschende Stellung wird ab einem Marktanteil von 50 % vermutet, auch wenn das Gegenteil bewiesen werden kann. Sie kann aber auch bereits bei Marktanteilen zwischen 30 und 40 % bestehen.**

**Gemeinsame Marktbeherrschung:** wenn zwei oder mehr Unternehmen gemeinsam in der Lage sind, 1) sich unabhängig von ihren Wettbewerbern, Lieferanten oder Kunden zu verhalten und 2) die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem Markt zu verhindern.

Obwohl die Rechtslage in diesem Bereich alles andere als eindeutig ist, müssen die betroffenen Unternehmen zumindest in gewisser Hinsicht ein gemeinsames Verhalten an den Tag legen oder ihr Verhalten auf den relevanten Märkten auf andere Weise abstimmen. Eine gemeinsame Marktbeherrschung kann auf Märkten entstehen, auf denen es für Unternehmen leicht ist, ihre Preisgestaltung und ihr sonstiges Verhalten zu koordinieren, z. B. auf Märkten, auf denen:

- Es nur sehr wenige Anbieter gibt,
- die Lieferanten Informationen übereinander haben und
- die Produkte oder Dienstleistungen ähnlich und ohne weiteres austauschbar sind.



## **4.2 Missbräuchliches Verhalten**

Verhaltensweisen, die für ein nicht marktbeherrschendes Unternehmen völlig legal sind, können für ein marktbeherrschendes Unternehmen rechtswidrig ("missbräuchlich") sein. Missbräuchliches Verhalten kann insbesondere in den nachfolgenden Fällen bestehen:

### **4.2.1 Rücksichtslose Preisgestaltung**

Einem Verkäufer, der auf einem bestimmten Produkt- oder Dienstleistungsmarkt über Marktmacht verfügt, ist es untersagt, einem Wettbewerber in der Absicht oder mit der wahrscheinlichen Wirkung, diesen zu schädigen, und/oder mit dem Ziel, den Wettbewerb auf diesem Markt auszuschalten, Preise unterhalb der Kosten zu fordern.

### **4.2.2 Auswahl und Ablehnung von Kunden oder Lieferanten**

Die Weigerung, mit einem potenziellen oder bestehenden Kunden oder Lieferanten Geschäfte zu

machen, kann rechtswidrig sein, wenn die ablehnende Partei in Bezug auf das betreffende Produkt über Marktmacht verfügt.

#### 4.2.3 Preisdiskriminierung und andere Ungleichbehandlung von Kunden und Lieferanten

Ein Verkäufer, der über Marktmacht verfügt, darf bei seinen Preisen oder sonstigen Verkaufsbedingungen nicht diskriminieren, wenn er mit ähnlich gelagerten Kunden zu vergleichbaren Bedingungen handelt. Nur wenn es eine objektive Rechtfertigung für die unterschiedlichen Bedingungen gibt (z.B. Rabatt für einen Händler, der einen besonderen Service anbietet), dürfen den Kunden derselben Klasse oder Kategorie unterschiedliche Preise oder Bedingungen angeboten werden. Diskriminierende Preisnachlässe durch ein marktbeherrschendes Unternehmen sind generell nicht zulässig.

#### 4.2.4 "Verknüpfung" und "Bündelung" von Produktpaletten

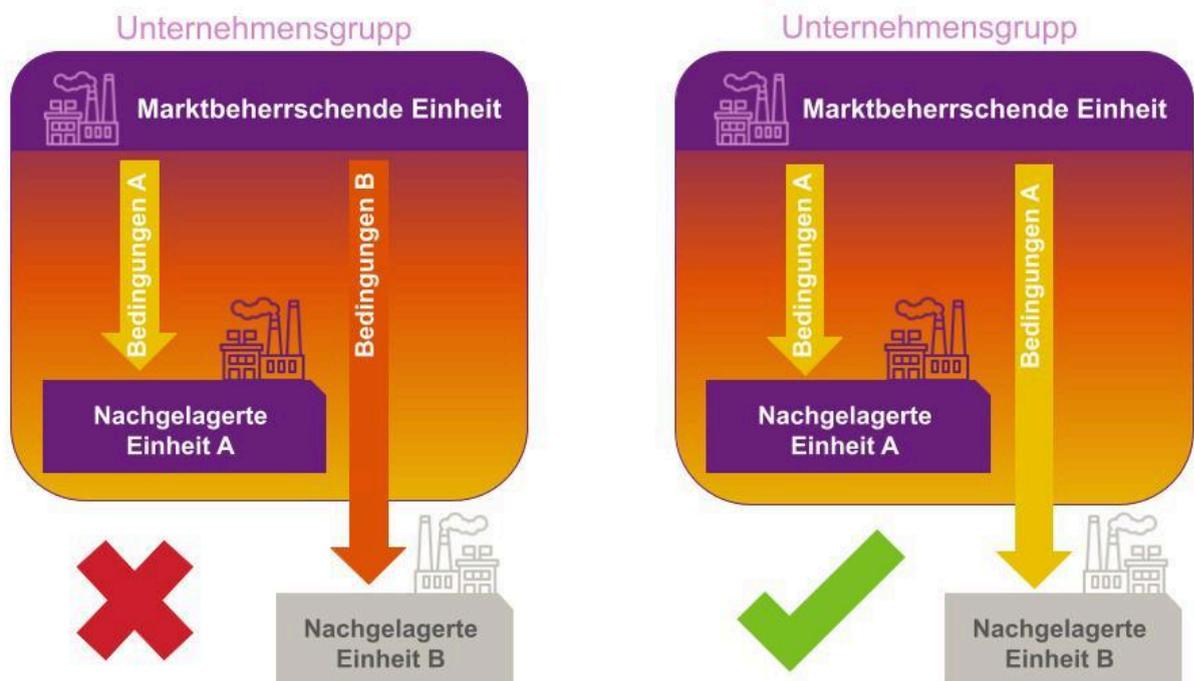
Ein Verkäufer, der auf einem seiner Produktmärkte über Marktmacht verfügt, darf seine Kunden NICHT dazu zwingen, andere Produkte bei ihm zu kaufen, indem er seine Verkäufe des Produkts, auf dem eine Marktbeherrschung besteht, mit dem Verkauf anderer Produkte "koppelt". Diese Art von Verstößen wird mit strengen kartellrechtlichen Sanktionen geahndet.

Wenn Sie glauben, dass Aperam in Bezug auf ein bestimmtes Produkt über Marktmacht verfügt, oder wenn Sie mit einem Lieferanten zu tun haben, der über Marktmacht verfügt, sollten Sie sich an das Legal & Governance Team wenden.

#### 4.3 Zusätzliche Vorkehrungen

Auf sachlichen oder räumlichen Märkten, auf denen Aperam eine beherrschende Stellung innehat, sollte eine unterschiedliche Behandlung zwischen einer vor- oder nachgelagerten Tochtergesellschaft der Aperam-Gruppe und einem Dritten, der mit dieser Tochtergesellschaft im Wettbewerb steht, vermieden werden.

Eine unterschiedliche Behandlung muss durch objektive Gründe (z. B. unterschiedliche Liefermengen) gerechtfertigt sein, die nichts mit dem Ausschluss des dritten Wettbewerbers vom Markt zu tun haben.



Fabrik-Symbol entworfen von [Freepik](#)

Bitte wenden Sie sich an Ihr Legal & Governance Team, wenn Sie eine unterschiedliche Behandlung von Aperam-Mitgliedern und konkurrierenden Dritten anstreben, wenn der Verkäufer des Produkts/der Dienstleistung eine marktbeherrschende Stellung hat.

#### 4.4 Zusammenfassung zum Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung - Do's and Don'ts

Do's	Don'ts
Machen Sie die Rabattfunktion für alle Kunden verfügbar.	<p>Bieten Sie KEINE Treuerabatte an.</p> <p>Unterscheiden Sie nicht zwischen Kunden beim Verkauf von Produkten ähnlicher Qualität und Menge.</p> <p>Machen Sie die Verfügbarkeit eines gewünschten Produkts NICHT davon abhängig, dass der Kunde ein anderes Produkt kauft.</p>
Setzen Sie sich mit dem Legal & Governance Team in Verbindung, bevor Sie wesentliche Änderungen an der Art und Weise vornehmen, wie Aperam Geschäfte tätigt, wenn Aperam einen großen Marktanteil in einem bestimmten Produkt oder geografischen Markt hat.	Lassen Sie sich NICHT auf ein Verhalten ein, das den Wettbewerb auf Märkten untergräbt, auf denen Aperam bereits eine beherrschende Stellung innehat.

#### 5. Korrektes Schreiben

Seien Sie bei dem, was Sie in Korrespondenz, E-Mails und Memos über die Geschäftsbereiche, in denen Aperam konkurriert, sowie über die Konkurrenz und die Wettbewerber schreiben, korrekt. Was wir schreiben, kann leicht aus dem Zusammenhang gerissen werden und falsche Rückschlüsse auf unser Geschäftsverhalten und/oder die Märkte, auf denen wir konkurrieren, zulassen.

Bitte beachten Sie auch, dass im Zusammenhang mit geplanten Fusionen und Übernahmen (Joint Ventures, Übernahmen, Veräußerungen) den nationalen Wettbewerbsbehörden unter Umständen interne Dokumente vorgelegt werden müssen. Solche Dokumente enthalten in der Regel eine Marktanalyse und ausdrückliche Erklärungen zu strategischen Absichten.

#### 5.1 Zusammenfassung zur Genauigkeit beim Schreiben - Do's and Don'ts

Do's	Don'ts
Schreiben Sie immer klar, prägnant und vollständig und vermeiden Sie Übertreibungen.	Übertreiben Sie NIE die Marktposition von Aperam und/oder seine Marktstrategie.
<p>Kennzeichnen Sie alle Dokumente (einschließlich E-Mails) als "vertraulich und rechtlich geschützt", wenn Sie mit externen Anwälten korrespondieren.</p> <p>Beschränken Sie Vermerke (z. B. E-Mails, Berichte über Kundenbesuche, Dias usw.), die sich mit dem Thema Wettbewerb oder Wettbewerbspreise befassen, auf Tatsachenbehauptungen und geben Sie stets die Quelle der Informationen an.</p>	Verfassen Sie niemals bürointerne Memos (z. B. E-Mails, Kundenbesuchsberichte, Dias usw.) in einer Weise, die den Schluss zulassen könnte, dass Aperam Verdrängungs- oder Ausschlussaktivitäten betreibt, dass es irgendeine Art von Absprache zwischen Wettbewerbern gibt oder dass Aperam in anderer Weise mit wettbewerbsfeindlicher Absicht handelt (z. B. Hinweise auf die Verdrängung der Konkurrenz).

#### 6. Staatliche Ermittlungen

Führungskräfte und Mitarbeiter sollten das Legal & Governance Team sofort informieren, wenn es Behauptungen gibt (sei es von Wettbewerbern, Kunden oder anderen Quellen), dass Aperam in wettbewerbswidriges Verhalten verwickelt ist.

Es gehört zu den Grundsätzen von Aperam, in einer angemessenen Weise mit autorisierten Regierungsbehörden im Zusammenhang mit Ermittlungen zu kooperieren, die diese im Rahmen der

ordnungsgemäßen Erfüllung ihrer Aufgaben durchführen. Unter einer behördlichen Untersuchung ist in diesem Zusammenhang jede nicht routinemäßige Untersuchung durch eine Rechtsvollzugsbehörde zu verstehen, die sich auf die Unternehmensaktivitäten von Aperam oder seiner Tochtergesellschaften bezieht und mögliche straf- oder zivilrechtliche Verstöße gegen Gesetze oder Vorschriften betrifft.

Die nationalen Wettbewerbsbehörden können ein Auskunftersuchen an Aperam richten und Aperam auffordern, mündliche oder schriftliche Informationen zu erteilen.

Diese Behörden können auch jederzeit unangekündigte Vor-Ort-Inspektionen ("Dawn Raids") in den Geschäftsräumen von Aperam und/oder in Privatfahrzeugen oder -häusern von Mitarbeitern durchführen. Daher ist es wichtig, dass alle nicht routinemäßigen behördlichen Ermittlungen, ob kartellrechtlich oder anderweitig, innerhalb von Aperam ordnungsgemäß koordiniert und unverzüglich und ordnungsgemäß bearbeitet werden. Das Legal & Governance Team von Aperam sollte sofort informiert werden, wenn ein Mitarbeiter von einer Person oder Behörde angesprochen wird, die eine staatliche Untersuchung wegen möglicher Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht durchführt.

Um die erforderliche Koordinierung und die Bereitstellung genauer und vollständiger Informationen zu gewährleisten und die Rechte von Aperam und seinen Mitarbeitern zu schützen, sollten keine mündlichen oder schriftlichen Informationen über die Geschäfte von Aperam weitergegeben werden, es sei denn, das Legal & Governance Team hat sie zuvor geprüft und genehmigt. Die "Dawn Raid"-Richtlinie von Aperam sollte im Falle von Vor-Ort-Kontrollen durch EU- und/oder nationale Wettbewerbsbehörden befolgt werden. Bei der Vernichtung von Aperam-Aufzeichnungen oder -Akten sind stets die Aperam-Vorschriften für die Aufbewahrung von Dokumenten und Aufzeichnungen einzuhalten. Keine Aufzeichnungen oder Akten von Aperam dürfen während einer behördlichen oder internen Untersuchung vernichtet oder verändert werden. Die Nichteinhaltung dieser Regeln kann für die Mitarbeiter schwerwiegende Konsequenzen bis hin zur Entlassung nach sich ziehen.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in unserem Zusatzmaterial in [Anhang 4 - Aperam Dawnraid Policy](#). Dieses Dokument ist nur in englischer Sprache verfügbar

## 7. Folgen der Verletzung von Kartellgesetzen

Ein Verstoß gegen das Kartellrecht kann sowohl für Aperam als auch für Mitarbeiter erhebliche Strafen nach sich ziehen, unter Umständen sogar Gefängnisstrafen. Vereinbarungen, die eine rechtswidrige Klausel enthalten, können für nicht durchsetzbar und ungültig erklärt werden.

### Beispiele für mögliche Sanktionen sind:

- Geldbußen für das Unternehmen.
- Geldstrafen für die beteiligten Personen und - in einigen Ländern - für Vorgesetzte/Manager/Direktoren, die von dem Verhalten wussten und nichts dagegen unternommen haben.
- Nicht-monetäre Sanktionen in bestimmten Ländern: z. B. Verbot der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen.
- Klagen: Kunden, Lieferanten und Konkurrenten, die durch diese Praxis geschädigt werden, haben Anspruch auf Schadenersatz, in einigen Ländern sogar auf doppelten oder dreifachen Schadenersatz.
- Strafrechtliche Sanktionen (Kartelle sind in verschiedenen Rechtsordnungen ein VERBRECHEN).
- Wiederholte Verstöße werden mit höheren Bußgeldern geahndet.
- Schädigung des Rufs.
- Verlust des Fokus des Unternehmens und der Einzelpersonen + Razzien im Morgengrauen, Dokumentenprüfung, interne Befragung usw.

Neben straf- und zivilrechtlichen Sanktionen sind Kartellrechtsverstöße auch Gegenstand privater Schadensersatzklagen, die es privaten Parteien (z. B. Kunden) ermöglichen, sehr hohe Beträge für den durch rechtswidriges Verhalten verursachten Schaden zu fordern.

Strafrechtliche und/oder zivilrechtliche Geldbußen, private Schadensersatzklagen und vor allem die Schädigung des Rufs eines Unternehmens auf dem Markt können die Geschäftstätigkeit und den

Aktienkurs eines Unternehmens schwer beeinträchtigen.

In allen Fällen, in denen die Beweise ausreichen, um disziplinarische Maßnahmen zu rechtfertigen, werden solche Maßnahmen gegen Aperam-Mitarbeiter, die in illegales Verhalten verwickelt sind, in Übereinstimmung mit allen geltenden Gesetzen ergriffen.

## 8. Aktualisierung der Richtlinie



Das Legal & Governance Team ist für die Aktualisierung dieser Richtlinie auf der Grundlage gesetzlicher Änderungen oder anderer rechtlicher oder organisatorischer Entwicklungen verantwortlich.

## Anhänge

### Anhang 1. Liste von Beispielen für wettbewerblich sensible Informationen

Sensible Informationen für den Wettbewerb (CSI)	Nicht-sensible Informationen
<p>Aktuelle (weniger als ein Jahr alte)* oder künftige Preisinformationen, einschließlich Preisnachlässen, Rabatten, Zeitplan für Preisänderungen, Werbeaktionen oder Gewinnspannen (einschließlich relevanter Richtlinien).</p> <p><i>*Bitte beachten Sie, dass bei bestimmten Tätigkeiten und/oder Produkten der Zeitraum, in dem Informationen als "historisch" angesehen werden können, länger sein kann, insbesondere unter Berücksichtigung der Laufzeit von Geschäftsverträgen. Im Stahlsektor wird beispielsweise allgemein angenommen, dass Informationen, die ein Jahr alt sind, als historisch gelten. Bei bestimmten Produkten wie Halbzeug und Blöcken, Verpackungsstahl und Eisenbahnmaterial könnten jedoch Informationen, die ein Jahr alt sind, als zu aktuell in Bezug auf die aktuelle Tätigkeit und folglich als nicht historisch angesehen werden.</i></p>	<p>Aggregierte Informationen über Einnahmen, Produktion und Kosten.</p>
<p>Strategie- oder Marketingpläne (einschließlich Investitionsvorhaben), die nicht öffentlich zugänglich sind.</p>	<p>Oberflächliche Informationen über die Performance.</p>
<p>Aktuelle und künftige Gewinnspannen oder Rentabilitätsziele.</p>	<p>Bewährte Verfahren in den Bereichen Betrieb, Technik, Umwelt, IT, Informationsmanagement, Gesundheit und Sicherheit, Einhaltung von Vorschriften usw.</p>
<p>Genaue Angaben zu den einzelnen Kunden, einschließlich der Bedingungen, zu denen sie beliefert werden (insbesondere in Bezug auf Preise und Mengen).</p>	
<p>Stand der Verhandlungen mit derzeitigen oder potenziellen Kunden oder Lieferanten</p>	<p>Historische Informationen, die das künftige Marktverhalten nicht beeinflussen können (im Allgemeinen älter als 12 Monate).</p>
<p>Identität der potenziellen Kunden/Lieferanten.</p>	<p>Informationen aus öffentlichen Quellen/Informationen, die (rechtmäßig) öffentlich zugänglich sind, z. B. aus der Fachpresse oder aus Branchenumfragen.</p>
<p>Unangekündigte Expansionspläne.</p>	<p>Angelegenheiten von allgemeinem Interesse für die Branche, z. B. neue Rechtsvorschriften.</p>
<p>Informationen über die künftige Kapazität und Nutzung (die nicht öffentlich zugänglich sind).</p>	<p>Beschreibungen von Anlagen und Einrichtungen.</p>
<p>Eigentumsrechtlich geschützte</p>	<p>Allgemeine Unternehmensorganisation:</p>

Sensible Informationen für den Wettbewerb (CSI)	Nicht-sensible Informationen
Technologien vertraulicher Art (z. B. Patente und Konstruktionsspezifikationen).	Struktur, Personalbestand und Funktionen usw.
Vorausschauende Verkaufsinformationen.	Angekündigte Pläne zur Kapitalerweiterung.
Laufende Liefer-/Versorgungskosten (die aufgeschlüsselt werden), einschließlich variabler Kosten.	Finanz-/Steuerfragen und Personalplanung.
Absicht, sich an strategischen Verträgen zu beteiligen bzw. nicht zu beteiligen.	Erforderliche Finanzinformationen für die Berichterstattung an die Aktionäre: einschließlich Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen, Bewertung der Vermögenswerte usw.

Diese Dokumente sind nur in englischer Sprache verfügbar:

- Anhang 2.**     [Leitlinien für die Mitgliedschaft in und die Teilnahme an Fachverbänden](#)
- Anhang 3.**     [Legal Brief für Handelsverbände und Handelsmessen](#)
- Anhang 4.**     [Leitlinien für Überfälle in der Morgendämmerung](#)