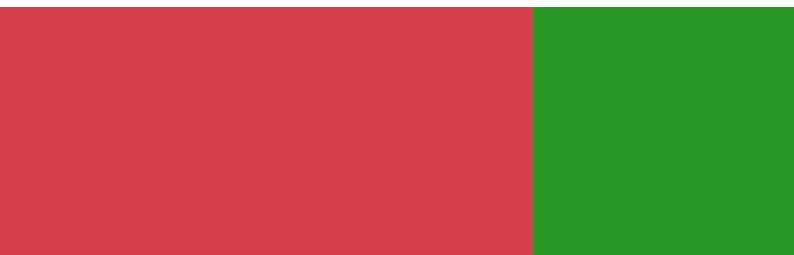


Verhalten im Wettbewerb
Ein Leitfaden zum Wettbewerbsrecht



I	Einführung	4
	1. Allgemeine Grundsätze	4
	2. Zweck	5
	3. Wettbewerbsrecht	5
	3.1 Europäisches Wettbewerbsrecht	5
	3.2 US-amerikanisches Kartellrecht	6
	3.3 Nationale Wettbewerbsvorschriften	6
	4. Anwendung des Wettbewerbsrechts	6
	5. Rechtsfolgen bei Wettbewerbsverstößen	7
	6. Verantwortlichkeit der Angestellten	8
II	Wettbewerbsverhindernde oder wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen und abgestimmte Verhaltensweisen	9
	1. Horizontale Vereinbarungen	9
	1.1 Preise und Lieferbedingungen	10
	1.2 Marktaufteilung	11
	1.3 Boykott	11
	1.4 Gemeinschaftsunternehmen	11
	1.5 Handelsverbände	12
	2. Vertikale Vereinbarungen	12
	2.1 Wiederverkaufspreise	13
	2.2 Exklusivität	14
	2.3 Parallelhandel	14
	2.4 Kopplung	15
	2.5 Wettbewerbsklausel	15
	2.6 Patent, Marke, Urheberrecht	16
	2.7 Verbesserungen und neue Anwendungsbereiche	16
	2.8 Liefervereinbarungen	17
III	Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung	18
	1. Diskriminierung/Unterschiedliche Verkaufsbedingungen	19
	2. Behinderung von Wettbewerbern	19
	2.1 Ausschließliche Bezugsbindungen	19
	2.2 Treuerabatte	20
	2.3 Rabatte mit vergleichbarer Wirkung	20
	2.4 Unfaire Preise und Preise unter Einstandskosten	20
	3. Englische Klausel	21
	4. Lieferverweigerung	21
IV	Innerbetriebliche Vereinbarungen	22
	Anhang	24

I Einführung

1

Allgemeine Grundsätze

Die Wahrung hoher Wertmaßstäbe bei der Beachtung nationaler und internationaler gesetzlicher Vorgaben ist einer der fundamentalen Unternehmensgrundsätze der Firma Roche.

Als ein weltweit tätiges Unternehmen ist Roche stets bestrebt, die einschlägigen Gesetze und sonstigen Vorschriften der nationalen Rechtsordnungen, in denen das Unternehmen agiert, einzuhalten sowie ein hohes Maß an Integrität bei seinen unternehmerischen Transaktionen zu verwirklichen. Zu diesen Gesetzen, Vorschriften und Standards gehören dabei das Europäische Wettbewerbsrecht und das US-amerikanische Kartellrecht ebenso wie die in dem Bericht der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce, «ICC») über Erpressung und Bestechung bei unternehmerischen Transaktionen festgelegten Verhaltensregeln.

Das Wettbewerbsrecht dient der Erhaltung des wettbewerbsfähigen, freien Unternehmertums, das die Grundlage der freien Marktwirtschaft bildet. Es ist die Überzeugung der Unternehmensführung, dass unabhängig von diesen rechtlichen Vorgaben den Interessen des Unternehmens, seiner Anteilseigner und seiner Angestellten durch eine am Maßstab des fairen und leistungsfähigen Wettbewerbs ausgerichteten Geschäftspolitik am besten gedient wird. Aus diesen Gründen ist die uneingeschränkte, strenge Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften ebenso ein Bestandteil der Unternehmenspolitik wie die Ablehnung jeglicher Form von Erpressung und Bestechung, also von Praktiken, die – neben ihrer strafrechtlichen Relevanz – ein unlauteres Wettbewerbsverhalten darstellen.

► Die Befolgung dieser auf ein lauterer und rechtmäßiges Verhalten im Wettbewerb gerichteten Grundsätze ist für jeden Angestellten unerlässlich.

Roche ist sich bewusst, dass es im Einzelfall für die Angestellten schwer ist, die Anforderungen der verschiedenen Wettbewerbsordnungen der Länder, in denen Roche unternehmerisch aktiv ist, zu verstehen. In vielen Fällen sind sogar die gesetzlichen Vorgaben selbst noch nicht vollständig geklärt. Roche ermutigt deshalb ausdrücklich jeden Angestellten, die juristischen Berater der Rechtsabteilung von Roche mit allen auftauchenden, spezifisch kartellrechtlichen Fragestellungen zu kontaktieren. Der Leitfaden *Verhalten im Wettbewerb* ist ein Bestandteil des «Roche Compliance Program», eines Programmes, das diesen Leitfaden, interne kartellrechtliche Überprüfungen sowie Schulungen im Wettbewerbsrecht beinhaltet.

2

Zweck

Der Leitfaden *Verhalten im Wettbewerb* soll die grundlegenden Vorgaben des Kartell- und Wettbewerbsrechts, insbesondere des US-amerikanischen Kartellrechts und des Europäischen Wettbewerbsrechts erklären. Hierdurch soll bei der Geschäftsführung und der Belegschaft das Bewusstsein für die grundlegenden Vorschriften und deren Bedeutung für das geschäftliche Verhalten sowie die unternehmerischen Entscheidungsfindungen geschärft werden.

Der Leitfaden vermag nicht sämtliche Tatsachen und Umstände zu berücksichtigen, mit denen ein Angestellter im Rahmen seiner betrieblichen Tätigkeit konfrontiert sein kann. Dementsprechend wird empfohlen, aber auch erwartet, dass in Zweifelsfällen, oder sofern sich einem Angestellten im Rahmen seiner Entscheidungsfindung Fragen hinsichtlich der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit stellen, die Rechtsabteilung von Roche um Rat zu ersuchen.

Verhalten im Wettbewerb ist so konzipiert, dass jeder Angestellte über ausreichende Informationen zum Wettbewerbsrecht verfügt, um Situationen erkennen zu können, in denen eine rechtliche Beratung erforderlich ist, und den erforderlichen Rat erhält.

► «Ich wußte nicht, dass es unrechtmäßig war» ist keine Entschuldigung für die Wettbewerbsbehörden.

3

Wettbewerbsrecht

Die besten wirtschaftlichen und sozialen Ergebnisse werden in einem System des freien Wettbewerbs erzielt. Das Wettbewerbsrecht verbietet unangemessene Beschränkungen des Wettbewerbs und jede Art der missbräuchlichen Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung.

3.1

Europäisches Wettbewerbsrecht

Die zentralen Vorschriften des Europäischen Wettbewerbsrechts sind in den im Anhang abgedruckten Artikeln 81 und 82 des EG-Vertrages (ex Artikel 85 und 86 EG-Vertrag) enthalten. Detaillierte Vorschriften sind in zahlreichen Rechtsverordnungen und Richtlinien der Europäischen Kommission niedergelegt.

Das Europäische Wettbewerbsrecht findet auf alle Unternehmen Anwendung, die in den Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraumes (EWR) unternehmerisch tätig sind oder deren Tätigkeit geeignet ist, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen. Insoweit ist es unerheblich, ob die betreffenden Unternehmen in einem der Mitgliedstaaten errichtet wurden.

3.2

US-amerikanisches Kartellrecht

Das US-amerikanische Kartellrecht ist in vier grundlegenden Bundesgesetzen enthalten: dem Sherman Act, dem Clayton Act, dem Wilson Tariff Act und dem Federal Trade Commission Act.

US-amerikanisches Kartellrecht findet auf sämtliche Unternehmen und natürliche Personen Anwendung, die in den Vereinigten Staaten unternehmerisch tätig sind oder deren Tätigkeiten US-amerikanischen Handel berühren.

3.3

Nationale Wettbewerbsvorschriften

Es bestehen außerdem nationale Wettbewerbsgesetze, die bei unternehmerischen Tätigkeiten in den betreffenden Ländern berücksichtigt werden müssen. Diese nationalen Wettbewerbsvorschriften sind grundsätzlich mit dem Europäischen Wettbewerbsrecht und/oder dem US-amerikanischen Kartellrecht vergleichbar. Bei Fragen hinsichtlich der Anwendung des nationalen Rechts sollte Sie sich an die Rechtsabteilung von Roche wenden.

4

Anwendung des Wettbewerbsrechts

Das Europäische Wettbewerbsrecht findet Anwendung auf Wettbewerbsbeschränkungen innerhalb des EWR, die unmittelbar oder mittelbar geeignet sind, den Handel zwischen den Mitgliedstaaten des EWR zu beeinträchtigen. Dabei ist es gleichgültig, wo die wettbewerbsbeschränkenden Handlungen vorgenommen werden, maßgebend sind allein die Auswirkungen auf den zwischenstaatlichen Handel im EWR.

Die gleichen Grundsätze finden im US-amerikanischen Kartellrecht Anwendung, sofern dort unangemessene Handelsbeschränkungen auftreten, die den US-amerikanischen Markt beeinträchtigen.

Andere nationale Wettbewerbs- oder Kartellrechtsordnungen finden nur auf Wettbewerbsbeschränkungen mit nationalem Umfang Anwendung, wobei es ebenfalls gleichgültig ist, wo die wettbewerbsbeschränkende Handlung tatsächlich ausgeführt wurde.

Aufgrund der weltweiten Aktivitäten von Roche haben alle Angestellten des Unternehmens, unabhängig von ihrem Geschäftssitz, in Übereinstimmung mit den Vorgaben des Europäischen Wettbewerbsrechts, des US-amerikanischen Kartellrechts sowie allen anderen anwendbaren, lokalen Wettbewerbsvorschriften zu handeln, sofern das beabsichtigte unternehmerische Vorhaben die jeweiligen Märkte berührt. Dabei ist der Leitfaden *Verhalten im Wettbewerb* zu beachten.

► Wettbewerbsrecht muss von allen Marktteilnehmern berücksichtigt werden.

5

Rechtsfolgen bei Wettbewerbsverstößen

Verletzungen der Wettbewerbsvorschriften können zu erheblichen Strafen führen. Die Europäische Kommission verhängt Geldstrafen in Abhängigkeit von der Schwere und der Dauer der Verletzungshandlung. Die höchsten Geldbußen werden im Falle eines Wettbewerbsverstößes durch horizontale Absprachen – das sind wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern – verhängt. Solche Verletzungshandlungen können von der Kommission mit einer Geldstrafe in Höhe von 10 % des weltweit erzielten Jahresumsatzes sanktioniert werden. Die Geldstrafe kann für jedes Jahr der Fortdauer der Verletzungshandlung erhöht werden.

Auch Wettbewerbsverstöße durch vertikale Vereinbarungen zwischen einem Hersteller und seinen Vertriebspartnern oder Kunden können hohe Geldstrafen nach sich ziehen.

Zudem ist jede gegen das Kartellverbot in Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag verstoßende Vereinbarung automatisch unwirksam und nichtig.

Im Falle des Verstoßes gegen US-amerikanisches Kartellrecht muss das Unternehmen mit beträchtlichen Geldstrafen in Höhe von mehreren Millionen US-Dollar rechnen.

Zusätzlich können Wettbewerbsverstöße Anlass zu zivilrechtlichen Streitigkeiten geben, bei denen ein Unternehmen beträchtlichen Schadensersatzansprüchen von Wettbewerbern oder Kunden ausgesetzt sein kann. In den USA sind obsiegende Kläger berechtigt, den dreifachen Schaden zuzüglich der Rechtsanwaltskosten geltend zu machen.

Die Verletzung des US-amerikanischen Kartellrechts sowie anderer nationaler Wettbewerbsvorschriften kann zudem zu einer strafrechtlichen Verurteilung der beteiligten Angestellten führen. Natürliche Personen können zu Geldstrafen und/oder Gefängnishaft im Falle einer strafrechtlich relevanten Kartellrechtsverletzung verurteilt werden.

▶ Eine Verletzung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften zahlt sich niemals aus.

6

Verantwortlichkeit der Angestellten

Für die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften ist jeder Angestellte verantwortlich.

Angestellten von Roche ist es untersagt, wissentlich an Praktiken mitzuwirken, die wettbewerbsrechtliche Vorschriften verletzen.

Jeder Angestellte ist verantwortlich dafür, sich ausreichende Kenntnisse der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften zu verschaffen, um Situationen zu erkennen, die wettbewerbsrechtlich relevante Fragestellungen beinhalten.

Wenn sich Fragen ergeben, ob eine gegenwärtige Geschäftspraxis oder eine unternehmerische Entscheidung im Konflikt mit wettbewerbsrechtlichen Vorschriften steht, ist jeder Angestellte verpflichtet, die Rechtsabteilung von Roche zu konsultieren.

▶ Für die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften ist jeder Angestellte verantwortlich.

▶ In allen Zweifelsfällen muss die Rechtsabteilung konsultiert werden.

II Wettbewerbsverhindernde oder wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen und abgestimmte Verhaltensweisen

Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag verbietet alle Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen, die eine Verhinderung, Beschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken.

Der Sherman Act verbietet Verträge, Zusammenschlüsse oder Absprachen, die in unangemessener Weise den Handel beschränken.

Unerheblich ist die Art der Verständigung. Nicht nur schriftliche Vereinbarungen werden vom Anwendungsbereich des Wettbewerbsrecht erfasst, sondern auch mündliche Absprachen und so genannte abgestimmte Verhaltensweisen, d.h. bewusstes und beabsichtigtes Parallelverhalten zwischen einzelnen Unternehmen zwecks Verhinderung oder Beschränkung des Wettbewerbs auf bestimmten Märkten.

Wettbewerbsbeschränkungen werden in zwei Kategorien unterteilt: vertikale und horizontale Beschränkungen.

Horizontale Beschränkungen sind Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen zwischen Unternehmen, die auf derselben Marktstufe tätig sind, beispielsweise Vereinbarungen zwischen konkurrierenden Herstellern.

Vertikale Beschränkungen sind wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen zwischen Unternehmen, die auf unterschiedlichen Marktstufen agieren, wie z.B. Vereinbarungen mit Vertriebsunternehmen oder Kunden, Lizenznehmern, Lieferanten oder Lizenzgebern, durch die die Wettbewerbsfreiheit des Geschäftspartners oder einer dritten Partei beschränkt wird.

1

Horizontale Vereinbarungen

Grundsätzlich stehen Vereinbarungen oder abgestimmten Verhaltensweisen zwischen Wettbewerbern, die die Bedingungen ihres unternehmerischen Handelns beeinflussen, die schwerwiegendsten wettbewerbsrechtlichen Bedenken entgegen.

Die nachfolgenden Grundsätze sollten in Zusammenhang mit jedem Geschäftskontakt mit Wettbewerbern berücksichtigt werden:

1.1

Preise und Lieferbedingungen

Jeder Hersteller ist in der Gestaltung und Veränderung seiner Preise frei. Dabei darf er, ohne sich insoweit abzustimmen, auch das Verhalten seiner Wettbewerber berücksichtigen. Jede Form der Absprache oder Koordinierung mit Wettbewerbern zwecks Festsetzung oder Stabilisierung der Preise stellt demgegenüber einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht dar. Im Einzelnen:

Es ist verboten:

- gemeinsam die Einkaufs- oder Verkaufspreise festzusetzen;
- gemeinsam Preiserhöhungen zu beschließen;
- gemeinsam bestimmte Mindest- oder Höchstpreise oder einen bestimmten Preisrahmen festzusetzen;
- sich gemeinsam auf Rabattgewährungen, Preisnachlässe oder anderen Lieferbedingungen zu verständigen.



Es ist grundsätzlich verboten:

- preisrelevante Informationen mit Wettbewerbern auszutauschen, es sei denn, es handelt sich um Angaben mit lediglich historischer Bedeutung (älter als 12 Monate).



In Zweifelsfällen ist die Rechtsabteilung von Roche vor dem Austausch preisrelevanter Informationen um Rat zu fragen.

- ▶ Legen Sie preisrelevante Konditionen nicht gemeinsam mit Wettbewerbern fest.
- ▶ Besprechen Sie niemals Aspekte der Preisfestsetzung mit Wettbewerbern.

1.2

Marktaufteilung

Absprachen zwischen Wettbewerbern, die in irgendeiner Form die Auf- oder Zuteilung bestimmter Märkte betreffen, sind verboten. Im Einzelnen:

Es ist verboten:

- zwischen Wettbewerbern Märkte auf- bzw. zuzuteilen hinsichtlich bestimmter geographischer Territorien, Produkte, Kunden oder Bezugsquellen;
- zwischen Wettbewerbern Produktions-, Einkaufs- oder Verkaufsquoten festzusetzen.

▶ Vereinbaren sie mit Wettbewerbern nicht die Auf- oder Zuteilung bestimmter Märkte.

1.3

Boycott

Die Weigerung einer Gruppe von Wettbewerbern, mit einem oder mehreren Kunden oder Lieferanten zusammenzuarbeiten, um diese Kunden oder Lieferanten in der unternehmerischen Entfaltung auf einem Markt zu behindern, ist verboten.

Es ist verboten:

- wechselseitig zu vereinbaren, an bestimmte Kunden nicht zu liefern und von bestimmten Lieferanten keine Ware zu beziehen;
- wechselseitig mit Wettbewerbern zu vereinbaren, die Lieferung oder den Bezug von Waren von bestimmten Bedingungen abhängig zu machen.

Es ist zulässig:

- mit einem Wettbewerber als Lieferanten oder Kunden auf rein geschäftlicher Basis zusammenzuarbeiten, sofern sämtliche wettbewerbsrechtlichen Vorschriften beachtet werden.

1.4

Gemeinschaftsunternehmen

Gemeinschaftsunternehmen zwischen Wettbewerbern können nützliche Synergieeffekte bewirken, berühren oder beschränken aber möglicherweise zugleich den Wettbewerb. Folglich dürfen derartige Vereinbarungen nicht ohne rechtliche Beratung eingegangen werden.

Rechtlicher Rat sollte eingeholt werden, wenn Sie beabsichtigen:

- mit einem Wettbewerber gemeinsame Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten zu vereinbaren;
- mit einem Wettbewerber die gemeinsame Warenerzeugung zu vereinbaren;
- mit einem Wettbewerber den gemeinsamen Warenabsatz zu vereinbaren.

1.5

Handelsverbände

Einem Handelsverband beizutreten, in dem sich Wettbewerber zusammenfinden, ist nicht verboten. Allerdings geben Treffen oder andere Aktivitäten, die den Austausch von Informationen zwischen Wettbewerbern ermöglichen, mitunter Anlass zu wettbewerbsrechtlichen Bedenken. Dementsprechend ist die Mitgliedschaft in solchen Verbänden sorgsam zu überwachen.

Es ist verboten:

- Informationen über Preise, Preisnachlässe, Lieferbedingungen, Gewinnmargen, Kostenstrukturen, Preiskalkulation, Vertriebspraktiken, Liefergebiete, Kunden usw. bei Veranstaltungen der Handelsverbände auszutauschen, ohne dies vorher mit der Rechtsabteilung abgesprochen zu haben.



Es ist zulässig:

- sich innerhalb eines Handelsverbandes auf gemeinsame Eingaben und Gesuche, behördliche Angelegenheiten und vergleichbare Themen zu einigen.



▶ Tauschen Sie mit Wettbewerbern keine wettbewerbsrechtlich sensiblen Informationen aus.

2

Vertikale Vereinbarungen

Vertikale Geschäftspartner sind Vertriebsunternehmen, Kunden, Lizenznehmer, Lizenzgeber und Zulieferer.

Hinsichtlich Vereinbarungen mit diesen vertikalen Geschäftspartnern sind nachfolgende Grundsätze zu beachten:

2.1

Wiederverkaufspreise

Der Hersteller darf die Wiederverkaufspreise der Vertriebsunternehmen nicht festlegen. Im Einzelnen:

Es ist verboten:

- die Wiederverkaufspreise von Vertriebsunternehmen oder Händlern festzulegen oder vorzugeben;
- die Wiederverkaufspreise in Listen, Angeboten oder in vergleichbarer Weise festzulegen oder vorzugeben;
- Wiederverkaufspreise in Bestellvordrucken zu nennen*;
- Wiederverkaufspreise in Preislisten, Katalogen, Anzeigen, Broschüren, auf Preisschildern, Verpackungen usw. vorzugeben*;
- von Vertriebsunternehmen die Einhaltung des empfohlenen Verkaufspreises zu fordern;
- Geschäftsbeziehung zu einem Vertriebsunternehmen aufgrund der Weigerung der Anwendung der empfohlenen Verkaufspreise abzubrechen*;
- die Preispolitik mit Vertriebsunternehmen je nach Marktsituation zu koordinieren;
- Vertriebsunternehmen daran zu hindern, Rabatte und Vorzugsbedingungen zu gewähren;
- Vertriebsunternehmen Anleitungen zur Preisberechnung zukommen zu lassen;
- die Gewinnmarge des Vertriebsunternehmens vorzugeben;
- Höchst- oder Mindestgrenzen der Verkaufspreise vorzugeben.

Es ist zulässig:

- eine unverbindliche Preisempfehlung für den Weiterverkauf von Markenwaren auszusprechen, sofern kein unmittelbarer oder mittelbarer Zwang zur Durchsetzung der Empfehlung angewendet wird;
- sämtliche Angaben zum Verkaufspreis als «unverbindliche Preisempfehlung» zu kennzeichnen.



* Unter bestimmten Voraussetzungen kann dieses Verhalten in den USA zulässig sein. Die Rechtsabteilung von Roche ist um entsprechende Auskunft zu ersuchen.

► Erteilen Sie keine Vorgaben hinsichtlich der Verkaufspreise.

2.2

Exklusivität

Beim Abschluss von Vereinbarungen, die den exklusiven Einkauf bei einer bestimmten Bezugsquelle oder den exklusiven Vertrieb durch einen bestimmten Abnehmer betreffen (Absatzbindungen, Bezugsbindungen, Franchise- oder Lizenzvereinbarungen), müssen bestimmte Grundsätze beachtet werden:

Es ist verboten:

- vorzuschreiben, dass Kunden von außerhalb des vereinbarten Exklusivitätsgebietes nicht passiv beliefert werden dürfen*;
- einem Vertriebsunternehmen zu untersagen, die Bestellung eines Kunden von außerhalb des vereinbarten Exklusivitätsgebietes anzunehmen*;
- einem Vertriebsunternehmen zu untersagen, die Waren auf Anfrage an andere Vertriebskanäle abzugeben*;
- Aufträge von Vertriebsunternehmen, die Waren exportieren, mit dem Argument der Gebietsbeschränkung abzulehnen*.

Es ist zulässig:

- in einem bestimmten Gebiet ausschließliche Vertriebs-, Bezugs-, Franchise- oder Lizenzrechte zu gewähren;
- außerhalb des Exklusivitätsgebietes eine aktive Verkaufspolitik zu untersagen. Außerhalb des vertraglich vereinbarten Gebietes und in Bezug auf die vereinbarten Waren kann der Geschäftspartner deshalb dazu verpflichtet werden, aktive Kundenwerbung, die Errichtung einer Zweigstelle oder die Aufrechterhaltung einer Vertriebsstelle zu unterlassen.

* Dieses Verhalten kann in den USA zulässig sein. Die Rechtsabteilung von Roche ist um entsprechende Auskunft zu ersuchen.

Die Rechtsabteilung von Roche sollte vor dem Abschluß einer Exklusivitätsvereinbarung konsultiert werden.

2.3

Parallelhandel

Parallelhandel ist die Folge des freien Wettbewerbs innerhalb eines Marktes.

Es ist verboten:

- Exportverbote zu verhängen*;
- den Geschäftspartner anzuweisen, auch auf Anfrage eines Kunden von außerhalb des vereinbarten Exklusivitätsgebietes keine Waren zu liefern*;
- Aufträge von Geschäftspartnern, die die Ware exportieren, mit dem Argument der Gebietsbeschränkung abzulehnen*.

Es ist zulässig:

- außerhalb des Exklusivitätsgebietes eine aktive Verkaufspolitik zu untersagen;
- den Geschäftspartner über Unterschiede zu informieren, die die Produktakzeptanz in anderen Ländern berühren oder auf rechtliche Erfordernisse in anderen Ländern hinzuweisen;
- aufgrund von Kapazitätsproblemen die an einen Geschäftspartner zu verkaufende Warenmenge zu begrenzen.

* Gebiets- und Kundenbeschränkungen können unter bestimmten Voraussetzungen in den USA zulässig sein. Die Rechtsabteilung von Roche ist um entsprechende Auskunft zu ersuchen.

2.4

Kopplung

Kopplungsklauseln, die die Lieferung eines Produktes von der zusätzlichen Verpflichtung zum Bezug weiterer Waren und/oder Dienstleistungen abhängig machen, die weder sachlich noch handelsüblich dazugehören, sind grundsätzlich nicht zu verwenden, insbesondere wenn Roche in Bezug auf die Hauptware einen bedeutenden Marktanteil hat.

Sofern Roche hinsichtlich eines Produktes einen bedeutenden Marktanteil hat, ist es verboten:

- die Lieferung eines Produktes von dem Kauf andersartiger, sachfremder Produkte abhängig zu machen;
- die Lieferung eines Produktes vom Abschluss einer Vereinbarung über bestimmte Dienstleistungen abhängig zu machen.

Es kann zulässig sein:

- von einem Kunden zu verlangen, komplette Produktsortimente, einschließlich Zubehörtteilen, abzunehmen;
- in Lizenzvereinbarungen den Kauf spezieller Materialien und Werkzeuge vorzuschreiben, die für eine einwandfreie Nutzung der Lizenz notwendig sind.

Die Rechtsabteilung von Roche ist vor dem Abschluss einer Vereinbarung zu konsultieren, sofern der Angestellte beabsichtigt, eine Vertragsklausel einzusetzen, nach der eine Mehrzahl von Gegenständen zusammen erworben werden muss.

2.5

Wettbewerbsklausel

Unter bestimmten Voraussetzungen kann es zulässig sein, einem Vertriebsunternehmen oder Lizenznehmer zu untersagen, konkurrierende Produkte herzustellen oder zu verkaufen.

Es ist verboten:

- die Herstellung und den Verkauf konkurrierender Produkte über die Dauer der Vereinbarung hinaus zu untersagen.

Es kann zulässig sein:

- die Herstellung und den Verkauf konkurrierender Produkte während der Dauer der Vereinbarung zu untersagen.

Die Rechtsabteilung von Roche ist vor dem Abschluss einer Vereinbarung zu konsultieren, sofern der Angestellte beabsichtigt, darin eine Wettbewerbsklausel zu verwenden.

2.6

Patent, Marke, Urheberrecht

Im Falle der Lizenzierung von Patenten, Urheberrechten, Know-how oder Marken ist das Nachfolgende zu beachten:

Es ist verboten:

- dem Geschäftspartner zu untersagen, das überlassene Know-how oder die lizenzierten Patente und Marken als nicht geheim anzufechten;
- dem Geschäftspartner zu untersagen, die Rechtsgültigkeit des lizenzierten Patentes anzufechten;
- den Preis festzusetzen, den der Lizenznehmer für sein Produkt verlangt;
- Vereinbarungen mit anderen Patentinhabern über die für konkurrierende Patente berechneten Gebühren zu treffen.

Es kann verboten sein:

- die Gewährung der Lizenz zum Erwerb bestimmter Waren oder zur Lizenzierung anderer Patente von der Zustimmung des Lizenznehmers abhängig zu machen;
- dem Geschäftspartner den Einsatz konkurrierender Technologien zu untersagen (Wettbewerbsverbotsklauseln sind nicht erlaubt).

Die Rechtsabteilung von Roche ist vor dem Abschluss jeder Vereinbarung zu konsultieren, die die Lizenzierung von Patenten, Urheberrechten, Know-how oder Marken betrifft.

Das gilt nicht, soweit der Marktanteil von Roche unterhalb von 25 % liegt.

2.7

Verbesserungen und neue Anwendungsbereiche

In Vereinbarungen über die Lizenzierung von Patenten und Know-how bleibt es jeder Vertragspartei unbenommen, mit selbst entwickelten Produkten, Verbesserungen oder neuen Anwendungen der in Frage stehenden Technologie im Wettbewerb zu konkurrieren, soweit diese Weiterentwicklungen von dem ursprünglichen Know-how des Lizenznehmers verschieden sind.

Es ist verboten:

- eine Vertragspartei darin zu beschränken, mit der anderen Partei hinsichtlich Forschung und Entwicklung, der Herstellung, der Nutzung oder des Verkaufs irgendeines selbst entwickelten Produktes, der Verbesserung sowie einer neuen Anwendung der betreffenden Technologie zu konkurrieren.

2.8

Liefervereinbarungen

Verpflichtungen in Liefervereinbarungen berühren grundsätzlich nicht den freien Wettbewerb, es sei denn, der Lieferant ist gehalten, das Produkt ausschließlich an einen bestimmten Käufer zu liefern.

Grundsätzlich sind Anforderungen und Vereinbarungen hinsichtlich Qualität, Spezifizierungen, Qualitätskontrollen, Rohmaterial, Verpackungsmaterial, Mengen, Lieferbedingungen usw. zulässig.

Sofern allerdings der Käufer oder der Verkäufer bedeutende Marktanteile aufweist, kann der Abschluss einer langfristigen, exklusiven Liefervereinbarung zu wettbewerbsrechtlichen Bedenken führen.

Sofern der Lieferant technische Hilfen und/oder Know-how des Käufers für die Produktion nutzt, ist es möglich, den Lieferanten zu verpflichten, das Know-how oder die technischen Mittel nicht zu anderen Zwecken als der Versorgung des Käufers einzusetzen.

Allerdings ist hervorzuheben, dass solche Verpflichtungen grundsätzlich nur dann verwendet werden sollten, wenn der Lieferant allein nicht in der Lage war, die entsprechenden Produkte ohne das Know-how und die Hilfsmittel des Käufers herzustellen.

Die Exklusivität darf daher dann nicht vereinbart werden, wenn sich die erforderlichen Hilfsmittel oder das Know-how bereits im Besitz des Lieferanten befinden oder falls das Unternehmen lediglich einzelne Spezifizierungen wie Maße, Toleranzwerte, Gewicht, Qualität des Produktes usw. zur Verfügung stellt.

Außerdem ist zu beachten, dass es sowohl dem Käufer als auch dem Lieferanten unbenommen bleiben muss, mit selbst entwickelten Produkten, Verbesserungen oder neuen Anwendungen der in Frage stehenden Technologie im Wettbewerb zu konkurrieren, sofern diese Entwicklungen von dem Know-how der gelieferten Ware trennbar sind.

Die Rechtsabteilung von Roche ist vor dem Abschluss jeder exklusiven Liefervereinbarung zu konsultieren.

III Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung

Artikel 82 EG verbietet den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung.

Der Sherman Act verbietet die Monopolisierung oder den Versuch der Monopolisierung sowie hierauf gerichtete, abgestimmte Verhaltensweisen.

Marktbeherrschende Unternehmen müssen deshalb – neben den bereits erwähnten Regeln – einige zusätzliche Grundsätze besonders beachten.

► Je höher der Marktanteil eines Unternehmens, desto mehr Vorsicht ist bei der Anwendung bestimmter Geschäftspraktiken geboten.

Um festzustellen, ob ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung hat, werden verschiedene Kriterien herangezogen. Dem Marktanteil hinsichtlich des jeweiligen Produktes kommt insoweit jedoch eine zentrale Rolle zu. Zur Ermittlung des Marktanteils muss der relevante Markt sachlich und örtlich abgegrenzt werden. Es ist nicht erforderlich, eine beherrschende Stellung in einem gesamten Wirtschaftszweig zu haben – ausreichend ist die Beherrschung eines bestimmten Segments dieses Wirtschaftszweiges. In der Regel gehören Produkte dann zum selben Produktmarkt, wenn sie aus der Sicht der Marktgegenseite vernünftigerweise austauschbar sind.

Zudem ist es nicht erforderlich, eine beherrschende Stellung in der gesamten Europäischen Union zu haben. Der räumlich relevante Markt wird definiert als das Gebiet, auf dem die gleichen oder vergleichbare Wettbewerbsbedingungen herrschen. Ein solcher Markt kann beispielsweise aus einzelnen Mitgliedstaaten der EU, aber auch aus einzelnen Regionen dieser Länder bestehen.

Ein Marktanteil von über 50 % indiziert das Bestehen einer marktbeherrschenden Stellung. Unter bestimmten Voraussetzungen kann auch ein Unternehmen mit geringerem Marktanteil eine marktbeherrschende Stellung haben. Beispielsweise kann ein deutlicher Abstand zwischen dem Marktanteil eines Unternehmens und dem Marktanteil seiner Wettbewerber auf eine marktbeherrschende Stellung hindeuten.

Entsprechend kann eine marktbeherrschende Stellung selbst bei einem Marktanteil von rund 30 % in einem einzigen europäischen Land bestehen. Auch wenn es keine exakte Regel gibt, um zu beurteilen, ab wann ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung hat, ist es ratsam, die nachfolgend beschriebenen Grundsätze zu beachten, wenn der Marktanteil eines Unternehmens 30 % überschreitet.

Unter den Voraussetzungen der Marktbeherrschung muss insbesondere das Diskriminierungsverbot beachtet werden. Demgemäß ist es nach Europäischem Wettbewerbsrecht nicht erlaubt, Vertriebsunternehmen, Lizenznehmer und Kunden ohne sachliche Rechtfertigung unterschiedlich zu behandeln. Das Unternehmen mit einer marktbeherrschenden Stellung darf also unter vergleichbaren Bedingungen einzelne Vertriebsunternehmen, Lizenznehmer oder Kunden nicht ohne sachlich gerechtfertigt

tigten Grund diskriminieren. Die Verhaltensbeschränkungen für Monopolisten nach US-amerikanischem Kartellrecht sind weniger eindeutig.

Mengenrabatte, Funktionsrabatte oder Preisnachlässe als Ausgleich für Leistungen, die von anderen Vertriebsunternehmen, Lizenznehmern oder Kunden nicht übernommen werden, rechtfertigen jedoch eine unterschiedliche Behandlung.

1

Diskriminierung/Unterschiedliche Verkaufsbedingungen

Ein Unternehmen mit einer marktbeherrschenden Stellung darf unter vergleichbaren Voraussetzungen in seinen Verkaufsbedingungen keine unterschiedliche Behandlung gleichartiger Kunden vorsehen.

Es ist verboten:

- unter gleichen Voraussetzungen gleichartigen Vertriebsunternehmen oder Kunden unterschiedliche Verkaufsbedingungen (Preise, Rabatte) zu gewähren.



Es kann zulässig sein:

- Vertriebsunternehmen unterschiedliche Verkaufsbedingungen (Rabatte) zu gewähren, sofern diese Unternehmen besondere, von anderen Vertriebsunternehmen nicht angebotene Leistungen erbringen;
- Vertriebsunternehmen unterschiedlicher Marktstufen (Großhändler–Einzelhändler) verschiedene Verkaufsbedingungen zu gewähren, da diese Unternehmen unterschiedliche Leistungen erbringen.



Anmerkung: Das US-amerikanische Recht, das Fragen der Preisdiskriminierung regelt – Robinson-Patman Act –, ist äußerst komplex. Jede Rabattgewährung und jeder Preisnachlass ist mit Hilfe eines US-amerikanischen Rechtsanwalts zu überprüfen.

Die Rechtsabteilung von Roche sollte konsultiert werden.

- ▶ Diskriminieren Sie einzelne Abnehmer nicht.
- ▶ Missbrauchen Sie Ihre Marktmacht nicht.

2

Behinderung von Wettbewerbern

2.1

Ausschließliche Bezugsbindungen

Marktbeherrschenden Unternehmen ist es weiterhin nicht erlaubt, Wettbewerbern in wesentlichem Umfang den Zugang zu Kunden oder Händlern durch Ausschließlichkeitsbindungen, Treuerabatte und Bonussysteme mit vergleichbarer Wirkung (z.B. Umsatz-Zielrabatte) zu versperren.

2.2

Treuerabatte

Treuerabatte sind Rabatte, die einem Abnehmer unter der Bedingung gewährt werden, dass er seinen Bedarf ausschließlich bei einem dominanten Lieferanten deckt.

Es ist verboten:

- als marktbeherrschendes Unternehmen Treue- und Zielrabatte zu gewähren.



Anmerkung: Das US-amerikanische Recht, das Fragen der Preisdiskriminierung regelt – Robinson-Patman Act –, ist äußerst komplex. Jede Rabattgewährung und jeder Preisnachlass ist mit Hilfe eines US-amerikanischen Rechtsanwalts zu überprüfen.

2.3

Rabatte mit vergleichbarer Wirkung

Grundsätzlich verboten sind Gesamtumsatzrabatte, die zugunsten des Marktbeherrschers einen Sog-Effekt auslösen, sowie Zielrabatte, die individuell auf das Umsatzvolumen eines bestimmten Kunden abgestimmt sind.

Es ist verboten:

- Gesamtumsatzrabatte zu gewähren, die den Absatz von Produkten unterschiedlicher Märkte betreffen;
- Umsatz-Zielrabatte zu gewähren.



Es kann zulässig sein:

- Mengenrabatte zu gewähren;
- Umsatzrabatte zu gewähren, die auf der Grundlage einer vorherigen Angabe der Bestellmenge ermittelt werden.



Anmerkung: Das US-amerikanische Recht, das Fragen der Preisdiskriminierung regelt – Robinson-Patman Act –, ist äußerst komplex. Jede Rabattgewährung und jeder Preisnachlass ist mit Hilfe eines US-amerikanischen Rechtsanwalts zu überprüfen.

2.4

Unfaire Preise und Preise unter Einstandskosten

Preise, die unterhalb der durchschnittlichen variablen Kosten oder oberhalb der variablen Kosten liegen, aber deutlich geringer als die durchschnittlichen Gesamtkosten sind und darauf abzielen, Wettbewerber vom Markt zu drängen, dürfen nicht gefordert werden.

Es ist verboten:

- Preise unter Einstandskosten zu fordern (Dumpingpreise).



3

Englische Klausel

Die Vereinbarung einer so genannten «Englischen Klausel» ist verboten. Dem Vertragspartner des Marktbeherrschers wird nach dieser Klausel die Möglichkeit eingeräumt, bei einem Wettbewerber Produkte zu beziehen, vorausgesetzt, er hat im Voraus den Marktbeherrscher über den Namen des Wettbewerbers, die Bezugsmenge und den vereinbarten Preis informiert.

Es ist verboten:

- eine «Englische Klausel» zu vereinbaren, nach der der Abnehmer verpflichtet ist, den Namen und den verlangten Preis des Wettbewerbers mitzuteilen.



4

Lieferverweigerung

Die Weigerung, ein Vertriebsunternehmen oder einen Kunden zu beliefern, kann den Tatbestand des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung erfüllen. Die nachfolgenden Grundsätze sind zu beachten:

Es ist verboten*:

- die Belieferung eines Kunden zu verweigern, der die gleichen Voraussetzungen erfüllt wie andere Kunden, die beliefert werden;
- Ohne sachliche Rechtfertigung die Belieferung gleichartiger Kunden unterschiedlich einzuschränken.



Es ist zulässig*:

- die Belieferung neuer oder alter Kunden aus betriebswirtschaftlich vernünftigen Gründen zu verweigern;
- die Belieferung eines neuen Kunden aufgrund unzureichender Kapazitäten zu verweigern.



* Das US-amerikanische Recht weist in diesem Bereich mehr Flexibilität auf. Falls sich eine entsprechende Rechtsfrage stellt, ist ein US-amerikanischer Rechtsanwalt zu konsultieren.

IV

Innerbetriebliche Vereinbarungen

Vereinbarungen zwischen Konzerngesellschaften unterliegen grundsätzlich nicht den wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen. Deshalb finden die oben erwähnten wettbewerbsrechtlichen Vorgaben auf das Verhältnis der Muttergesellschaften zu ihren Tochtergesellschaften oder zwischen mehreren Tochtergesellschaften untereinander keine Anwendung.

Allerdings ist zu beachten, dass sämtliche Informationen, die von der Muttergesellschaft an ihre Tochtergesellschaften mit der Zielsetzung weitergeleitet werden, diese an Kunden auszuhändigen, den wettbewerbsrechtlichen Vorgaben entsprechen müssen. Hiervon sind insbesondere Werbematerial, Broschüren, Preislisten, interne Kalkulationsgrundlagen, Vertriebspläne usw. betroffen.

Anhang

VERTRAG VON AMSTERDAM ÄNDERUNG DES VERTRAGS ÜBER DIE EUROPÄISCHE UNION; DER VERTRÄGE ZUR GRÜNDUNG DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN SOWIE EINIGER DAMIT ZUSAMMENHÄNGENDER RECHTSAKTE

Amsterdam, 2. Oktober 1997

Artikel 81 (ex Artikel 85)

1. Mit dem gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken, insbesondere
 - (a) die unmittelbare oder mittelbare Festsetzung der An- oder Verkaufspreise oder sonstiger Geschäftsbedingungen;
 - (b) die Einschränkung oder Kontrolle der Erzeugung, des Absatzes, der technischen Entwicklung oder der Investitionen;
 - (c) die Aufteilung der Märkte oder Versorgungsquellen;
 - (d) die Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartnern, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden;
 - (e) die an den Abschluss von Verträgen geknüpfte Bedingung, dass die Vertragspartner zusätzliche Leistungen annehmen, die weder sachlich noch nach Handelsbrauch in Beziehung zum Vertragsgegenstand stehen.
2. Die nach diesem Artikel verbotenen Vereinbarungen oder Beschlüsse sind nichtig.
3. Die Bestimmungen des Absatzes 1 können für nicht anwendbar erklärt werden auf
 - Vereinbarungen oder Gruppen von Vereinbarungen zwischen Unternehmen,
 - Beschlüsse oder Gruppen von Beschlüssen von Unternehmensvereinigungen,
 - aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen oder Gruppen von solchen,die unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen, ohne dass den beteiligten Unternehmen
 - (a) Beschränkungen auferlegt werden, die für die Verwirklichung dieser Ziele nicht unerlässlich sind, oder
 - (b) Möglichkeiten eröffnet werden, für einen wesentlichen Teil der betreffenden Waren den Wettbewerb auszuschalten.

Artikel 82 (ex Artikel 86)

Mit dem gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten ist die missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung auf dem Gemeinsamen Markt oder auf einem wesentlichen Teil desselben durch ein oder mehrere Unternehmen, soweit dies dazu führen kann, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen.

Dieser Missbrauch kann insbesondere in Folgendem bestehen:

- (a) der unmittelbaren oder mittelbaren Erzwingung von unangemessenen Einkaufs- oder Verkaufspreisen oder sonstigen Geschäftsbedingungen;
- (b) der Einschränkung der Erzeugung, des Absatzes oder der technischen Entwicklung zum Schaden der Verbraucher;
- (c) der Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartnern, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden;
- (d) der an den Abschluss von Verträgen geknüpften Bedingungen, daß die Vertragspartner zusätzliche Leistungen annehmen, die weder sachlich noch nach Handelsbrauch in Beziehung zum Vertragsgegenstand stehen.

© Oktober 1999

F. Hoffmann-La Roche AG
Corporate Law
Basel, Schweiz

7 000 349