

# IOP Compliance Regeln

## zur Vermeidung kartellrechtlicher Verstöße

1. Die IOP bekennt sich zur konsequenten Einhaltung des nationalen und europäischen Kartellrechts und arbeitet ausschließlich im Einklang mit diesen Vorschriften. Sie verpflichtet sich darüber hinaus, jedem kartellrechtswidrigen Verhalten im Rahmen oder Umfeld der Verbandsaktivitäten aktiv entgegenzutreten.
2. Die IOP vertritt die Interessen der Online-Print-Branche als Ganzes und bietet den einzelnen Mitgliedern keinerlei Vorteile im geschäftlichen Wettbewerb.
3. Die IOP unterstützt die Compliance-Aktivitäten ihrer Mitglieder durch Bereitstellung von Muster-Regelungen und einer neutralen Stelle (Rechtsanwalt) für die Entgegennahme anonymer Meldungen von Compliance-Verstößen.
4. Die IOP-Mitglieder wählen analog zu den Regeln für die Vorstandswahl einen Compliance Officer, der als Ansprechpartner in Zweifelsfragen und für Hinweise auf mögliche Verstöße gegen diese Regeln zur Verfügung steht:

Compliance Officer: Dr. Martin Schirmbacher, HÄRTING Rechtsanwälte, Berlin

5. Die IOP-Mitgliedsunternehmen bzw. deren Vertreter tauschen weder direkt noch indirekt – z. B. über die Veranstaltungen, Gremien oder Medien der IOP – und weder formell noch informell Informationen aus, die dem Kartellverbot (§ 1 GWB, Art. 101 AEUV) widersprechen. Dies betrifft vor allem die unter Nr. 6 und 7 genannten Informationen.
6. Verboten sind der Informationsaustausch sowie ausgesprochene oder durch abgestimmte Verhaltensweisen getroffene Absprachen insbesondere zu folgenden Themen:
  - Preise und Preisbestandteile, insbesondere Ein- und Verkaufspreise, Preiskonditionen, Preiserhöhungen;
  - Preisbegleitende Maßnahmen wie Verkaufs- und Zahlungsbedingungen, Verzugszinsen, Rabatte, Gutschriften oder sonstige Begleitservice
  - Gewinne, Gewinnmargen, Kostenrechnungsformeln, Methoden der Kostenberechnung
  - Laufende Ausschreibungen oder Geschäftsabschlüsse mit Kunden und Absatzziele und -planungen
  - Produktplanungen, Einkaufsmengen oder Lagerbestände und Kapazitäten
  - Geplante Marketingmaßnahmen sowie eigenes zukünftiges Marktverhalten und geplante Investitionen
  - Art und Identität eigener Kunden und Lieferanten
  - Konditionen in Lieferantenverträgen (z. B. Lieferfristen, Rücknahmeverpflichtungen), Verträge mit Dienstleistern und Beziehungen zu einzelnen Dienstleistern
  - Reaktion auf rechtmäßige Forderungen von Kunden bzw. Lieferanten
  - Konkret bezifferte, rechtmäßige Kundenforderungen
  - Kostensituation
  - Marktanteile
  - Aufteilung von Liefergebieten, Bezugsquellen und Kundengruppen
  - Aufrufe zu Boykotten
  - **derzeitige oder künftige Geschäftsstrategien eines Unternehmens**
  - **die aktuelle und künftige Nachfrage**
  - **Prognosen eines Unternehmens in Bezug auf künftige Verkaufszahlen**
  - **zukünftige, für den Verbraucher relevante Produkteigenschaften**

7. Verboten sind darüber hinaus Absprachen über
  - Zusammenarbeit bzw. Nichtzusammenarbeit mit Dritten
  - Belieferung bzw. Nichtbelieferung bestimmter Kunden
8. Sofern keine weiteren Faktoren (z. B. Marktanteil der Beteiligten) dagegen sprechen, können ausnahmsweise zulässig sein:
  - Einkaufskooperationen
  - Gemeinsame Herstellung eines Produktes
  - Gemeinsame Forschung und Entwicklung und anschließender Vertrieb bestimmter Produkte
9. Unbedenklich sind unter anderem:
  - Erfahrungsaustausch im Umgang mit staatlichen Stellen
  - Diskussion rein technischer Themen
  - abstrakte Diskussion allgemeiner Marktentwicklungen
  - Diskussion öffentlich bekannter Informationen
  - Austausch rein historischer (> 1 Jahr) individueller Unternehmensdaten
10. Von der IOP aggregierte Markt- und Unternehmensinformationen der einzelnen Mitglieder werden nur in hinreichend anonymisierter und aggregierter Form an die Mitglieder weitergegeben. Markt- und Unternehmensinformationen können auch weitergegeben werden, wenn sie älter als ein Jahr sind oder aus allgemein zugänglichen Quellen stammen. Auch andere Mitteilungen oder Verbandserklärungen der IOP werden nur anonymisierte, allgemein zugängliche oder Daten, die älter als ein Jahr sind, beinhalten.
11. Die IOP vertritt die Interessen der Mitglieder durch Lobbyarbeit auch auf politischer Ebene. Im Zuge der Lobbyarbeit dürfen keine Informationen, die dem Kartellverbot widersprechen (Nr. 6 und 7) geteilt oder kartellrechtswidrige Absprachen getroffen werden.
12. Die IOP nimmt neue Mitglieder aus der Online-Print-Branche auf. Über die Aufnahme neuer Mitglieder wird nach sachlichen Gesichtspunkten entschieden.
13. Soweit die IOP ihren Mitgliedern Mediation zur konstruktiven Beilegung von Konflikten anbietet, erfolgt die Beratung unabhängig und nimmt keinen Einfluss auf das Marktverhalten der Parteien.

## Leitlinien für die Teilnehmer an IOP-Treffen

1. Weisen Sie den Leiter und den Compliance Officer vor dem Treffen auf Tagesordnungspunkte hin, die kartellrechtlich bedenklich sein könnten. Lassen Sie diese Hinweise in das Protokoll mit aufnehmen.
2. Werden während einer Sitzung kartellrechtlich bedenkliche Punkte besprochen, teilen Sie Ihre Bedenken sofort dem Sitzungsleiter mit. Lassen Sie diesen Hinweis protokollieren. Bitten Sie um Verschiebung der Diskussion, bis die Bedenken mit dem Compliance-Officer geklärt sind. Werden Ihre Bedenken nicht ausgeräumt, verlassen Sie die Sitzung und lassen Sie Ihr Verlassen protokollieren.
3. Fordern Sie die Beteiligten auf, die Diskussion zu beenden, wenn klar kartellrechtswidrige Informationen angesprochen werden. Protokollieren Sie diesen Verstoß.
4. Fordern Sie die Beteiligten auch auf, die Diskussion zu beenden, wenn im inoffiziellen Rahmen oder im Umfeld von Veranstaltungen kartellrechtswidrige Informationen besprochen werden. Verlassen Sie derartige Gesprächsrunden.
5. Vermeiden Sie missverständliche Formulierungen in Ihren persönlichen Aufzeichnungen.

6. Prüfen Sie das Protokoll auf kartellrechtlich bedenkliche Formulierungen und informieren Sie gegebenenfalls den Compliance Officer.