

Orientierungshilfe zu kartellrechtlichen Fragen in Multi-Akteurs-Partnerschaften

Ziel dieser Orientierungshilfe ist es, Multi-Akteurs-Partnerschaften, an denen Unternehmen oder Unternehmensverbände beteiligt sind, eine erste Selbsteinschätzung zu ermöglichen, wann kartellrechtliche Fragen in der Partnerschaft relevant werden können. Die Orientierungshilfe ersetzt keine Rechtsberatung. Jeder Akteur ist eigenverantwortlich verpflichtet, zu prüfen, ob die eigenen Handlungen den kartellrechtlichen Anforderungen entsprechen. In Zweifelsfällen empfiehlt sich die Einschaltung der eigenen Rechtsabteilung oder externer, spezialisierter Rechtsberater.

Was ist Kartellrecht?

Kartellverbot

(Art. 101 Abs. 1 AEUV;
§ 1 GWB)

Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung bzw. relativer Marktmacht

(Art. 102 AEUV; §§ 19, 20 GWB)

Boycottverbot

(§ 21 GWB)

„Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken, sind verboten.“

Das Verbot von Wettbewerbsbeschränkungen gilt für jede eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübende Einheit (Unternehmen). Unternehmen kann – soweit und in dem Umfang, in dem sie wirtschaftlich handelt – auch eine gemeinnützige Organisation ohne Erwerbszweck sein. Einem Akteur, der als Unternehmen gilt, ist es auch verboten, aktiv zu einer Wettbewerbsbeschränkung anderer Unternehmen auf einem anderen Markt beizutragen (z.B. als Berater eine Preisabsprache von Herstellern zu fördern).

Warum kann Kartellrecht in Multi-Akteurs-Partnerschaften relevant werden?

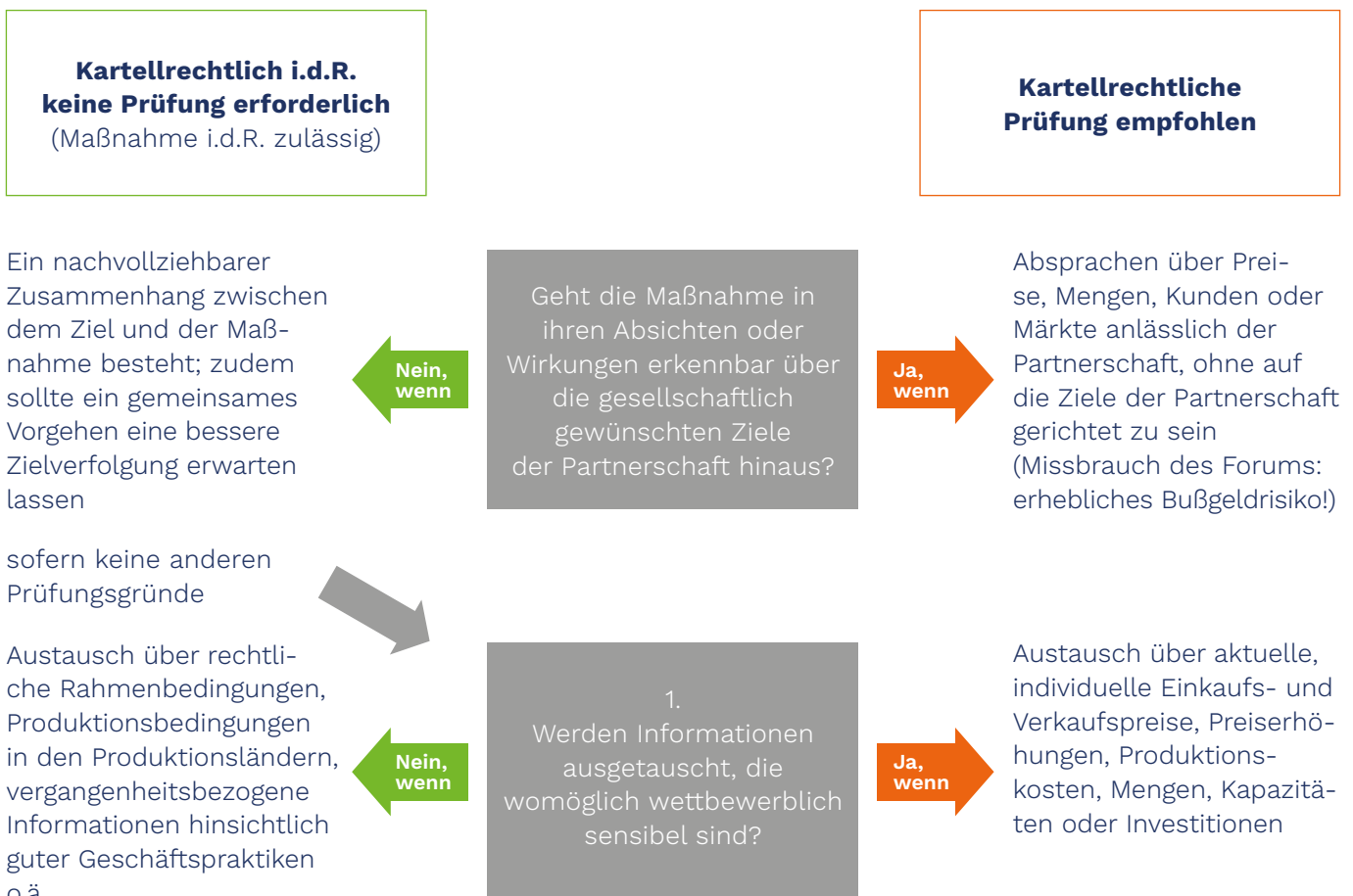
Die Multi-Akteurs-Partnerschaften verfolgen verschiedene Ziele im Bereich nachhaltiger Entwicklung. Dazu zählen u.a. Transparenz, Antikorruption, nachhaltige Produktion und nachhaltige Lieferketten. Das Ziel der Zusammenarbeit und des Austauschs in den Multi-Akteurs-Partnerschaften ist es dagegen nicht, Einfluss auf den Wettbewerb zwischen den beteiligten Unternehmen zu nehmen. Dennoch können konkrete Projekte bzw. Maßnahmen der Partnerschaft unter Umständen spürbare Auswirkungen auf den Wettbewerb haben, z.B. wenn alle Hersteller einer Branche sich verpflichten, ausschließlich nachhaltig produzierte Rohstoffe zu verwenden und dies zu Preissteigerungen bei den Endprodukten oder zu einer Verringerung der Produktvielfalt für die Kunden führt. In einem solchen Fall ist zu prüfen, ob es sich um eine verbotene Wettbewerbsbeschränkung handelt oder die Maßnahme im Ergebnis erlaubt ist.

Eine Vielzahl möglicher Maßnahmen von Multi-Akteurs-Partnerschaften wird bereits von vornherein oder jedenfalls im Ergebnis unbedenklich sein.

Grundsätzlich gilt bei der Planung einer Maßnahme, dass die kartellrechtliche Zulässigkeit umso eher geprüft werden sollte,

- je unmittelbarer sich die Maßnahme auf die Absatzmärkte auswirkt, insbesondere wenn die Wettbewerbsparameter Preis und Menge betroffen sind;
- je verbindlicher eine Kooperation für die beteiligten Unternehmen ist und
- je mehr Marktteilnehmer sich an der Kooperation beteiligen.

Wann sollten kartellrechtliche Fragen näher geprüft werden?



Kartellrechtlich i.d.R. keine Prüfung erforderlich
(Maßnahme i.d.R. zulässig)

Kartellrechtliche Prüfung empfohlen

Offenlegung vergangenheitsbezogener oder aggregierter Informationen



2.
Ist möglich, dass die Einhaltung der Ziele der Partnerschaft eine Evaluierung und Veröffentlichung von wettbewerbsrelevanten Informationen beinhaltet?



Offenlegung zukunftsbezogener und unternehmensindividueller Informationen

Trotz Absatzmarktbezug einer Maßnahme keine Beschränkung der Auswahlmöglichkeiten für die Verbraucher erkennbar, i.d.R. verbunden mit einer geringen Marktabdeckung seitens der Partnerschaft und/ oder freiwilliger Teilnahme an Maßnahme

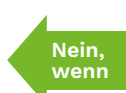


3.
Lässt die Maßnahme eine unmittelbare Beeinflussung der Absatzpreise oder -mengen erwarten?



Maßnahmen mit direktem Bezug zu den Absatzmärkten (z.B. gemeinsamer Verzicht, bestimmte Produkte zu vermarkten, oder Aufschlag auf den Verkaufspreis zugunsten von Nachhaltigkeit)

Vorgaben ohne spürbare Angleichung der Kostenstrukturen, insb. bei „marktfernen“ Faktoren (z. B. Vorgaben zu Arbeitssicherheit/Gesundheitsschutz; Einigung auf Verfahren für Audits/ Monitoring von Maßnahmen) und im Fall von erheblichem Wettbewerb durch Unternehmen außerhalb der Partnerschaft

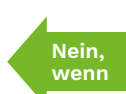


4.
Ist möglich, dass sich die Maßnahme mittelbar auf die Absatzpreise oder -mengen auswirkt?



Maßnahmen, die eine spürbare Angleichung der Kostenstrukturen nach sich ziehen können (z. B. Einigung auf die Verwendung nachhaltig produzierter Rohstoffe oder Abstimmung über Lieferbedingungen in der Lieferkette, mit der Folge der Angleichung preisrelevanter Kosten der Unternehmen)

Reine Fördermaßnahmen (z.B. Unterstützung von Produzenten bei der Umstellung auf nachhaltigere Produktionsmethoden, Beratungsangebote, Weiterbildung)



5.
Handelt es sich um Fördermaßnahmen in der Lieferkette, die die Lieferbeziehungen spürbar beeinflussen können?



Maßnahmen, an die direkte Beschränkungen für Lieferanten geknüpft sind (z.B. Ausschluss von Lieferanten bei Nichtteilnahme an einer Fördermaßnahme)

Kartellrechtlich i.d.R. keine Prüfung erforderlich
(Maßnahme i.d.R. zulässig)

Kartellrechtliche Prüfung empfohlen

Hinreichende alternative Absatzmöglichkeiten der Lieferanten (insbesondere außerhalb der Partnerschaft)



6.
Werden durch die Maßnahme Lieferanten vom Marktzutritt ausgeschlossen?



Beendigung von Lieferbeziehungen mit Lieferanten, die bestimmte Anforderungen nicht erfüllen; oder Boykott bzw. Boykottaufruf zulasten konkreter Unternehmen

Maßnahmen, die auf die Einhaltung von vor Ort geltender Gesetze oder elementarer Menschenrechte abzielen



7.
Zielt die Maßnahme auf die Einhaltung weitergehender als der gesetzlichen Standards?



Maßnahmen, deren Schutzniveau über die in der EU geltenden Standards hinausgehen; in der Lieferkette u.U. auch Maßnahmen, die über die Standards vor Ort hinausgehen (sofern nicht „marktfern“)

Maßnahmen, die (nur) Wettbewerbsdruck auf Nichtmitglieder ausüben (z.B. „Wettbewerb um Nachhaltigkeit“; Standards der Partnerschaft als wesentlicher Faktor für Kundenentscheidung)



8.
Kann die Maßnahme relevante Auswirkungen auf Marktteilnehmer, die nicht Mitglieder/ Teilnehmer in der Partnerschaft sind, haben?



Entwicklung von Standards, die de facto zur Branchennorm werden; oder Beeinflussung der Gesamtmarktbedingungen (z.B., wenn der Ausschluss bestimmter Rohstoffe durch die Partnerschaft zu deren generellen Nichtverfügbarkeit auf dem Markt führt)

Kooperationen bei „marktfernen“ Faktoren (z.B. gemeinsame Weiterbildungseinrichtungen, gemeinsame Investitionen in lokale Einrichtungen zur Umsetzung von Nachhaltigkeit)



9.
Können sich Kooperationen einzelner Unternehmen der Partnerschaft auf die Märkte in der EU/ Deutschland auswirken?



Gemeinsame Produktion, gemeinsamer Einkauf, gemeinsamer Vertrieb bzw. gemeinsame Vermarktung oder Gründung von Gemeinschaftsunternehmen

www.partnerschaften2030.de
info@partnerschaften2030.de

August 2018

Weitere Praxistipps rund um das Thema MAP gibt es auch zu
→ [Ersten Schritten](#), → [Institutionalisierung](#) sowie zur → [Wirkung und Wirkungsmessung](#).