

Schwere Kartellrechtsverstöße (Hard-Core-Absprachen)	DOS	DON'TS
	Entscheiden Sie eigenständig über Ihre Preise und die Bestandteile Ihrer Preise.	Treffen Sie mit Wettbewerbern keine Absprachen über Verkaufspreise oder Preisbestandteile .
	Entscheiden Sie eigenständig , ob und wie Sie auf eine Ausschreibung reagieren	Stimmen Sie sich nicht mit Wettbewerbern ab , ob Sie im Rahmen einer Ausschreibung ein Angebot abgeben oder was ein von Ihnen abgegebenes Angebot beinhaltet
	Entscheiden Sie eigenständig , welche Kunden / Kundengruppen und welche Märkte Sie beliefern. Nehmen Sie bei Entscheidungen über Marketingstrategien, Preise, Liefermengen usw. nur auf Ihr eigenes internes Geschäftsmodell Rücksicht.	Treffen Sie keine Absprachen mit Wettbewerbern über die Aufteilung von Märkten , indem Sie sich z.B. gegenseitig bestimmte Gebiete, Kunden oder Kundengruppen zuweisen („Markt-“oder „Kundenaufteilung“).
Informationsaustausch	Lehnen Sie Angebote eines Wettbewerbers ab , der Ihnen vertrauliche Informationen – vor allem zu Preisen, Preisbestandteilen, Märkten und Kunden – zukommen lassen möchte.	Tauschen Sie keine vertraulichen Informationen mit Wettbewerbern aus. Übermitteln Sie solche Informationen auch nicht einseitig an Wettbewerber.

	DOS	DON'TS
Verbandstreffen	Sprechen Sie in Veranstaltungen nur über nicht-wettbewerbsrelevante Themen. Ein rückblickender und anonymisierter Austausch über Geschäftsentwicklungen, der keine Rückschlüsse auf das individuelle Verhalten der Teilnehmer zulässt, ist in engen Grenzen möglich. Sollte es dennoch in Ihrer Anwesenheit zu Gesprächen über wettbewerblich sensible Themen kommen, fordern Sie die Anwesenden auf, diese Gespräche zu beenden und machen Sie deutlich, dass Sie sich vom Inhalt des Gesprächs distanzieren. Verlassen Sie den Raum, falls die Gespräche nicht unverzüglich beendet werden und dokumentieren Sie, dass Sie sich von dem Gespräch distanziert haben.	Sprechen Sie nicht in oder am Rande von Veranstaltungen über sensible Marktthemen wie Preise, Preiserhöhungen, die Weitergabe von Kostensteigerungen oder Zuschlägen oder sonstige vertrauliche kunden- bzw. produktbezogene Informationen. Schon die bloße Entgegennahme derartiger Informationen (z.B. bei Vorabendtreffen) kann unzulässig sein.
Sonstige Wettbewerberkontakte	Geben Sie bei Wettbewerberkontakten oder Erhebungen/Befragungen nur solche Daten preis, durch die Wettbewerber nichts über Ihre Unternehmensstrategie erfahren (z.B. aggregierte, anonymisierte oder allgemeine Marktdaten). Begrenzen Sie Kontakte zu Wettbewerbern so weit wie möglich. Die für den Informationsaustausch skizzierten Verhaltensweisen gelten auch, wenn Sie Wettbewerber auf informeller, gesellschaftlicher oder rein privater Ebene treffen. Entscheiden Sie eigenständig, mit wem Sie Geschäfte machen.	Geben Sie bei Benchmarking-Erhebungen oder sonstigen Studien/Befragungen keine Informationen preis, die Ihr Unternehmen erkennen lassen oder die Aufschluss über Ihre Unternehmensstrategien geben. Nehmen Sie nicht an (offiziellen oder inoffiziellen) Treffen oder Gesprächen teil, bei denen Ihre Wettbewerber unzulässige Gespräche über wettbewerblich sensible Themen führen. Dies gilt auch dann, wenn Sie selbst an den Gesprächen / Treffen nicht aktiv teilnehmen. Sprechen Sie sich nicht mit Wettbewerbern ab, einzelne Kunden oder Lieferanten zu boykottieren („kollektiver Boykott“).