



Greif, Inc. Richtlinien zur Einhaltung des Kartell- und Wettbewerbsrechts

Als Mitarbeiter von Greif oder deren Tochtergesellschaften („Greif“) unterliegen Sie dem Verhaltens- und Ethikkodex von Greif. Nach diesem Kodex sind alle Mitarbeiter zur „Einhaltung aller Rechtsvorschriften“ verpflichtet. Greif ist weltweit in über 45 Ländern geschäftlich tätig, und unsere Mitarbeiter sind Bürger vieler verschiedener Länder. Daher unterliegt auch unser Unternehmen den Kartell- und Wettbewerbsgesetzen zahlreicher Länder, Bundesstaaten und anderen staatlichen Organisationen. Jeder Mitarbeiter ist dafür verantwortlich, die für seine Arbeit geltenden rechtlichen Vorschriften zu kennen und zu verstehen.

Der Hauptsitz von Greif befindet sich in den Vereinigten Staaten, und Aktien von Greif sind an der New Yorker Börse notiert. Die Gesetze der Vereinigten Staaten gelten häufig auch für die geschäftlichen Tätigkeiten von Greif, deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen überall auf der Welt, wie auch, unabhängig von deren Standort, für die Aktivitäten der Mitarbeiter von Greif, deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen. Aus diesen Gründen sind alle Mitarbeiter von Greif ***zusätzlich zur Einhaltung aller geltenden innerstaatlichen Kartell- und Wettbewerbsgesetze auch zur Einhaltung der Kartellgesetze der Vereinigten Staaten verpflichtet.*** Denken Sie stets daran, dass Verstöße gegen die Richtlinien von Greif und gegen geltende Gesetze für Sie und das Unternehmen zu erheblichen strafrechtlichen Sanktionen und zivilen Schadensersatzzahlungen führen können.

Verstöße gegen Kartell- und Wettbewerbsgesetze haben schwerwiegende Konsequenzen. Diese Verstöße gelten in den Vereinigten Staaten und vielen anderen Ländern als Straftat und führen für das Unternehmen zu äußerst hohen Geldstrafen und für die einzelnen an einem Verstoß beteiligten Mitarbeiter sowohl zu Geld- als auch zu Haftstrafen. Die Höhe der Freiheitsstrafen liegt in der Regel bei ein bis zwei Jahren, kann jedoch auch höher ausfallen. Darüber hinaus können auf das Unternehmen Sammelklagen auf Schadenersatz in enormer Höhe zukommen. Selbst wenn das Unternehmen und dessen Mitarbeiter diese Ansprüche erfolgreich abwehren, entstehen ihnen beträchtliche Anwalts- und Prozesskosten und eine schwere Unterbrechung der Geschäftstätigkeit.

Die in diesen Richtlinien festgelegten Grundsätze sind im Allgemeinen strenger als gesetzlich vorgeschrieben, um zu vermeiden, dass auch nur der Anschein eines rechtswidrigen Verhaltens entsteht. Dadurch wird der Tatsache Rechnung getragen, dass kartell- bzw. wettbewerbsrechtliche Untersuchungen und Rechtsstreitigkeiten, selbst wenn sie unbegründet sind, häufig allein aufgrund des Anscheins von Fehlverhalten angestrengt werden und außerordentlich kostspielig, zeitaufwändig und störend sind.

Da diese Leitlinien notwendigerweise allgemeiner Natur sind und nicht auf jede mögliche Situation im Einzelnen eingehen können, empfiehlt sich bei der Analyse bestimmter Probleme und Umstände dringend eine Beratung durch die Rechtsabteilung von Greif.

I. Zweck

Kartell- und Wettbewerbsgesetze sollen geschäftliche Aktivitäten verhindern, die den Handel oder den Wettbewerb einschränken. Greif ist der Auffassung, dass eine freie und wettbewerbsfähige Wirtschaft unerlässlich ist, und dass wir alle auf einem Markt ohne heimliche Absprachen, Zwang und andere wettbewerbswidrige Aktivitäten wie z.B. Preisabsprachen erfolgreich sein und wachsen werden.

II. Beziehungen zu Wettbewerbern

Das Zusammentreffen bzw. die Kommunikation mit einem Wettbewerber, ob persönlich, telefonisch, schriftlich oder mithilfe elektronischer Mittel, bringt Sie und Greif in Gefahr. Jede Art von Vereinbarung oder Übereinkunft mit einem Wettbewerber, die in Bezug zu wettbewerbsbeschränkenden geschäftlichen Aktivitäten steht, kann rechtswidrig sein. Dazu bedarf es keiner formalen oder schriftlichen Vereinbarung; mündliche Übereinkünfte oder stillschweigende Abmachungen können zur Feststellung eines Verstoßes ausreichen. Daher werden in einer kartell- bzw. wettbewerbsrechtlichen Untersuchung sämtliche Kommunikationen zwischen Wettbewerbern einer besonders sorgfältigen Prüfung unterzogen.

Auch der Anschein ist wichtig. Zusammentreffen oder Kommunikationen mit Wettbewerbern können als Preisabsprachen oder Besprechung sonstiger wettbewerbsbeschränkender Verhaltensweisen dargestellt werden. Behördliche Untersuchungen können bereits dadurch angestoßen werden, dass ein Zusammentreffen zweier Wettbewerber auf einem Wirtschaftsverbandstreffen beobachtet wurde, woraufhin eine Preiserhöhung folgte.

Einige Geschäftsbereiche von Greif, wie etwa Paper Packaging & Services und Tri-Sure®, begegnen besonderen Herausforderungen, weil ihre Kunden ggf. auch Wettbewerber und Zulieferer dieser Geschäftsbereiche oder anderer Geschäftsbereiche von Greif sind. Mitarbeiter dieser Geschäftsbereiche müssen äußerst vorsichtig vorgehen, um diese Beziehungen und Interaktionen nicht zu vermischen. In Abschnitt D weiter unten finden Sie eine Erörterung zu Geschäftsbeziehungen mit Wettbewerbern.

A. Preisabsprachen

Die Preisabsprache ist der am häufigsten strafrechtlich verfolgte Kartell- bzw. Wettbewerbsrechtsverstoß. Dazu zählen formale und informelle Abmachungen zwischen Wettbewerbern hinsichtlich der Preise, zu denen Greif oder der Wettbewerber seinen Kunden Produkte oder Dienstleistungen verkauft. Preisabsprachen können ebenfalls Vereinbarungen über andere Bedingungen, die Auswirkungen auf Preise haben, oder eine Vereinbarung zur Durchführung von Handlungen zur Preisbeeinflussung umfassen, wie z. B.:

- Besprechung von Geschäftsbedingungen, wie Lieferbedingungen, Rabatten, Preisnachlässen, Preisanpassungen, Lieferzeiten, Zahlungsbedingungen, Transportart (z. B. Drop Trailer) oder Produktgewährleistungen.
- Aufteilung oder Zuweisung von Gebieten, Märkten oder Kunden
- Einschränkung der Produktion oder Qualität von Produkten
- Angebotsabsprachen, also das Festlegen, wann und wie Angebote für Kundenausschreibungen durchgeführt werden

- Boykott, also die Vereinbarung mit einem oder mehreren Wettbewerbern, mit einem Kunden oder einer Gruppe von Kunden oder Zulieferern oder einer Gruppe von Zulieferern keine Geschäfte zu machen.

Produktpreise und die folgenden Daten und Maßnahmen stellen sensible wettbewerbsrelevante Informationen dar.

Sensible wettbewerbsrelevante Informationen

Preise	Gewinnmargen	Kreditstandards	Gebote (oder Absicht, kein Gebot abzugeben bzw. keine Gebotsabgabe)	Lagerbestände
Nachlässe	Verkaufsbedingungen	Preisgestaltung und Timing von Plänen	Rabatte	Änderungen der Kapazitätsauslastung
Expansions- und Kontraktionspläne	Ausfallzeiten und Schließung von Anlagen	Änderungen der Betriebsabläufe	Kapazität oder Output	Auswahl oder Einstufung von Kunden
Kosten	Märkte, Marktstrategien oder -pläne	Aufteilung von Märkten, geografischen Gebieten oder Kunden	Boycott eines Kunden, Zulieferers oder Mitbewerbers	Beendigung einer Kunden-geschäftsbeziehung

DER ENTSCHEIDENDE PUNKT IST:

Alle Zusammentreffen oder Besprechungen mit einem Wettbewerber bergen das Risiko, dass sie als Beweis für eine Preisabsprache betrachtet werden.

Preisabsprachen vermeiden Verhaltensregeln

1

Vermeiden Sie die Kommunikation mit Wettbewerbern, es sei denn, es besteht ein legitimer Geschäftsgrund dafür. In Abschnitt D weiter unten finden Sie eine Erörterung zu berechtigten geschäftlichen Zwecken. Liegt eine zulässige Kauf- oder Verkaufstransaktion vor, sollte die Kommunikation dokumentiert werden und auf die zum Abschluss dieser Transaktion notwendigen Informationen beschränkt bleiben.

2

Lehnen Sie Geschäfte oder Gespräche mit einem Wettbewerber ab, wenn diese sensible wettbewerbsrelevante Informationen umfassen, indem Sie erklären, dass die Besprechung dieser Themen unzulässig ist, und ziehen Sie sich aus dem Gespräch zurück. Nach derartigen Geschäften oder Gesprächen setzen Sie sich umgehend mit der Rechtsabteilung von Greif in Verbindung, und leiten Sie alle mit diesen Angelegenheiten in Bezug stehenden Dokumente an die Rechtsabteilung weiter.

3

Minimieren Sie informelle Kontakte zwischen Wettbewerbern, wie z. B. gegenseitige Werksbesuche von Ingenieuren des Unternehmens, mit Ausnahme von Besuchen, die von der Rechtsabteilung von Greif geprüft und genehmigt wurden. Während bestimmte Aktivitäten, wie z. B. Sicherheits- und Umwelt-Benchmarking angemessen sind, bergen Kontakte zu Wettbewerbern, gleich wie empfehlenswert in operativer Hinsicht, hinreichende Gefahren für eine Fehlinterpretation, sodass mit äußerster Vorsicht gehandelt werden muss.

4

Leiten Sie sämtliche Korrespondenz, E-Mails oder schriftliche Kommunikationen von einem Wettbewerber, in denen sensible wettbewerbsrelevante Informationen besprochen werden, an die Rechtsabteilung von Greif weiter.

5

Die Übermittlung oder das Besprechen sensibler wettbewerbsrelevanter Informationen an/mit Wettbewerbern ist Ihnen untersagt.

6

Beschaffen Sie sich keine Preisinformationen oder Produktmaterialien direkt von einem Wettbewerber. Hinweis: Dies gilt nicht für die Beschaffung von Preisinformationen aus berechtigten Gründen von Kunden, der Wirtschaftspresse, Beratern oder aus dem Internet; die Quelle dieser Informationen muss dokumentiert werden, um die Vermutung zu vermeiden, dass die Preisinformationen direkt von einem Wettbewerber beschafft wurden. Trotzdem ist die Nutzung anderer Quellen, wie z. B. Distributoren oder Beratern als Leitung zu Wettbewerbern zum Austausch von Preis- oder anderen sensiblen wettbewerbsrelevanten Informationen rechtswidrig. Verwenden Sie keine Informationen aus unbekanntem Quellen.

B. Teilnahme an Branchenkonzferenzen/Mitgliedschaft in Handelsverbänden

Es ist Mitarbeitern ohne die Genehmigung von einem leitenden Angestellten von Greif oder dem Gruppen- oder Abteilungsleiter des Mitarbeiters oder deren Bevollmächtigten nicht gestattet, einem Handelsverband, einer Arbeitgebergruppe oder sonstigen Organisationen beizutreten.

Die Teilnahme eines Mitarbeiters an einer Handelsmesse, dem Treffen eines Handelsverbands und/oder einem branchenweiten Treffen oder einer branchenweiten Konferenz muss von einem leitenden Angestellten von Greif oder dem Gruppen- oder Abteilungsleiter des Mitarbeiters oder deren Bevollmächtigten auf Angemessenheit überprüft werden. Besondere Vorsicht ist geboten, wenn Mitarbeiter mit Preisgestaltungsberechtigung an dem Treffen teilnehmen. Branchenpreise, Markttrends und andere sensible wettbewerbsrelevante Themen sollten niemals in welcher Form auch immer angesprochen oder besprochen werden. Wird das Thema Preisgestaltung oder ein anderes unzulässiges Thema von einem Wettbewerber angesprochen, müssen Mitarbeiter von Greif das Gespräch ablehnen und sich, falls notwendig, umgehend entfernen. Wann immer die Preisgestaltung oder andere unzulässige Themen besprochen werden, muss die Rechtsabteilung von Greif umgehend informiert und die entsprechenden Dokumente an sie weitergeleitet werden.

Sie müssen bei jeder Interaktion mit einem Wettbewerber besonders vorsichtig und wachsam sein.

Besondere Vorsicht ist geboten bei Vorträgen auf Treffen von Handelsverbänden oder Branchentreffen und -konferenzen bzw. Handelsmessen, insbesondere hinsichtlich sensibler wettbewerbsrelevanter Themen (z. B. Preise oder Trends, Kapazitäten, Auslastungen, Kosten oder

Marktbedingungen). Wenn der Vortrag ein Thema betrifft, das sensible wettbewerbsrelevante Informationen beinhaltet, muss diese Präsentation von der Rechtsabteilung von Greif und dem Rechtsberater des Veranstalters überprüft werden.

C. Branchenumfragen

Kommunikationen jeglicher Art unter Wettbewerbern, einschließlich der Teilnahme an Umfragen oder an einem „Benchmarking“, wobei sensible wettbewerbsrelevante Informationen herausgegeben werden, können den Anschein erzeugen, dass Wettbewerber diese Informationen missbrauchen, um Vereinbarungen z. B. hinsichtlich Preisen, Produktion oder der Zuteilung von Märkten zu erwirken und durchzusetzen. In Australien könnte die nationale Wettbewerbs- und Verbraucherkommission die Teilnahme an solchen Umfragen z. B. als eine versuchte Preisabsprache betrachten.

Während die Teilnahme an eingeschränkten Marktforschungsprogrammen die Effizienz steigern und Kosten in der Branche senken kann, müssen diese Programme im Voraus von der Rechtsabteilung von Greif genehmigt werden, sowie sorgfältig geplant, kontrolliert und gemäß der Vorgaben der Rechtsabteilung durchgeführt werden.

D. Kauf- und Verkaufstransaktionen mit Wettbewerbern

Bei dem Kauf oder Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen von einem bzw. an einen Wettbewerber müssen zwei Grundsätze eingehalten werden.

- Jede Kommunikation mit einem Wettbewerber/Zulieferer bzw. Wettbewerber/Kunden muss im Zusammenhang mit einem berechtigten Kauf- bzw. Verkaufsinteresse nach Treu und Glauben erfolgen. Dies bedeutet nicht, dass jedes Gespräch zu einem Kauf oder Verkauf führen muss. Beispielsweise kann Unternehmen X den Anbieter Y zwecks eines Kaufs anrufen, dann aber erfahren, dass das Produkt nicht verfügbar ist oder der Preis nicht stimmt. In diesem Zusammenhang hatte das Unternehmen X aber ein echtes, berechtigtes Kaufinteresse. Im Gegensatz dazu besteht bei einem „fiktiven“, „vorgetäuschten“ bzw. „Scheinanruf“ kein wahres Interesse an einer Transaktion; ein solcher Aufruf erfolgt in erster Linie, um sensible wettbewerbsrelevante Informationen zu erhalten oder auszutauschen.
- In Kommunikationen, in denen ein berechtigtes Interesse am Kauf oder Verkauf besteht, sollte das Gespräch streng auf Angelegenheiten beschränkt werden, die unmittelbar zum Abschluss der vorliegenden Transaktion notwendig sind. Tauschen Sie bei solchen Gesprächen niemals „Competitive Intelligence“ aus. Dazu gehören Gespräche über allgemeine Markttrends, Angebot oder Nachfrage, Preisgestaltung oder andere Wettbewerber, die keinen Bezug zu den wahren Erfordernissen der vorliegenden Transaktion haben. Sie sollten z. B. keine Fragen stellen, wie „Wie läuft das Geschäft?“ oder „Was halten Sie von der Marktentwicklung in letzter Zeit?“.

Im Geschäftsbereich Paper Packaging & Services ist es außerdem wichtig, diese Vorschriften bei der Vereinbarung von Geschäften im Papierhandel zu beachten.

- Die Vertragspartner sind gehalten, Preise für ein Geschäft derart zu gestalten, dass die Notwendigkeit für regelmäßige Marktpreisdiskussionen zwischen den Parteien reduziert oder entfällt. Soweit Marktinformationen zwangsläufig bei dem Handelsgeschäft vermittelt werden, sollten, wo möglich, jeweils andere Mitarbeiter die Verhandlungen mit führen und das Management von Geschäften mit Wettbewerbern übernehmen, als diejenigen, die an der Festlegung von Preisen oder anderen Geschäftsbedingungen für andere Kunden beteiligt sind. Wenn eine solche Rollentrennung möglich ist, wird dadurch die vermeintliche Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung durch diesen Informationsaustausch begrenzt.
- Handelsgeschäfte müssen in einem schriftlichen Vertrag oder anderweitig schriftlich von Greif dokumentiert werden, und der schriftliche Vertrag oder das Dokument muss die Dauer des Geschäfts **festlegen**. Handelsübereinkünfte müssen regelmäßig überprüft werden, um festzustellen, ob es einen berechtigten Geschäftsgrund für die Fortsetzung der Geschäftsbeziehung mit einem Wettbewerber gibt.

III. Interaktionen mit Kunden und Distributoren

Einige Beschränkungen, die Kunden und Distributoren betreffen, können den Wettbewerb beeinträchtigen und Verstöße gegen Wettbewerbs- und Kartellgesetze darstellen. Keine der folgenden Vereinbarungen, Übereinkünfte oder Maßnahmen sollte ohne die Genehmigung der Rechtsabteilung von Greif getroffen oder ergriffen werden.

- Preisbindung der zweiten Hand: Vereinbarungen oder Abmachungen mit Distributoren zur Aufrechterhaltung von Mindestverkaufspreisen können rechtswidrig sein. Grundsätzlich liegt die Entscheidung über die Preise, die ein Distributor erhebt, in der unabhängigen Entscheidungsfindung des Distributors.
- Ausschließlichkeitsvereinbarungen / Vereinbarungen mit Anforderungen: Vereinbarungen oder Abmachungen, die einen Distributor oder Kunden verpflichten, ausschließlich bei Greif zu kaufen oder ihren gesamten Bedarf oder den wesentlichen Teil ihres gesamten Bedarfs an Produkten bei Greif zu decken können rechtswidrig sein, wenn dadurch Wettbewerber von einem wesentlichen Teil des Marktes ausgeschlossen werden.
- Kopplungs- und Gegenseitigkeitsvereinbarungen: Bedingungen, z. B. dass ein Kunde ein Produkt kaufen muss, um ein anderes Produkt zu bekommen, oder der Verkauf eines Produkts mit der Bedingung, dass der Kunde allein bei Greif einkauft, können ebenfalls gegen das Gesetz verstoßen.
- Boycott oder Kündigung: Lieferanten haben zwar in den meisten Fällen das Recht, zu entscheiden, mit einer anderen Person keine Geschäfte zu machen, jedoch ist es wichtig, dass berechtigte und dokumentierte Gründe für die Kündigung eines Vertrages mit einem Kunden oder Distributor oder für die Verweigerung, mit einer anderen Person Geschäfte zu machen, vorliegen. Unter bestimmten Umständen kann die einem Kunden oder Distributor ausgesprochene Kündigung die Haftung von Greif begründen.



- E. Preisdiskriminierung, die zu einer Wettbewerbsbeschränkung führt: Das Berechnen unterschiedlicher Preise für unterschiedliche Kunden für Produkte vergleichbaren Werts und vergleichbarer Qualität kann rechtswidrig sein, wenn diese Preisdiskriminierung den Wettbewerb auf den Märkten der Kunden beschränkt oder ein Monopol schafft. Preisunterschiede können für Kunden zulässig sein, die nicht miteinander im Wettbewerb stehen oder, um einen Preis an den günstigeren Preis eines anderen Lieferanten anzugleichen (diesen jedoch nicht zu unterbieten). Zahlreiche Distributoren von Greif stehen miteinander im Wettbewerb; Mitarbeiter von Greif dürfen die Kommunikation oder Vereinbarungen zwischen Distributoren, die Preisabsprachen zwischen den Distributoren beinhalten, weder erleichtern noch den Anschein erwecken, dies zu tun.

IV. Monopolisierung oder Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung

Mitarbeitern, die in Geschäftsbereichen, Abteilungen oder Geschäftseinheiten arbeiten, die eine bedeutende Marktstellung haben, sollte klar sein, dass ihre Handlungen einer zusätzlichen Prüfung unterzogen werden, um festzustellen, ob die Marktstellung missbraucht wurde. Maßnahmen, die keinen berechtigten Geschäftszweck verfolgen, und die einen Wettbewerber aus dem Markt stoßen oder potenzielle Wettbewerber am Markteintritt hindern sollen, können rechtswidrig sein. Beispielsweise (a) Verdrängungspreise, wobei unangemessen niedrige, unter den Kosten liegende Preise verwendet werden, um Wettbewerber zu verdrängen; (b) Wettbewerber werden vom Verkauf ihres Produkts ausgeschlossen, wie z. B. durch Alleinvertriebsvereinbarungen; oder (c) die Marktstellung wird verwendet, um unlautere Bedingungen wie die im vorstehenden Abschnitt III genannten zu stellen.

V. Handelsvertreter

Die Tätigkeit von Handelsvertretern kann das Risiko von Kartell- und Wettbewerbsverfahren bergen. Greif muss seine Handelsvertreter dazu anhalten, geeignete Leitlinien zur Einhaltung von Kartellgesetzen einzusetzen, und das Bestehen sowie die Wirksamkeit dieser Leitlinien bei der Bewertung der Leistung der Handelsvertreter von Greif berücksichtigen. Dienen Handelsvertreter mehreren Unternehmen aus derselben Branche, so müssen diese Compliance-Leitlinien **insbesondere** die speziellen Herausforderungen dieser Beziehungen erfassen, einschließlich Sicherheitsmaßnahmen gegen einen Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern, der als wettbewerbsbeschränkend betrachtet werden könnte.

VI. Öffentliche Kommunikationen

Einige öffentliche Kommunikationen von Unternehmen, wie z. B. in Pressemitteilungen, auf Websites oder anderswo, könnten als unzulässiger Austausch zwischen Wettbewerbern betrachtet werden. Bei solchen öffentlichen Aussagen ist es daher wichtig, zu bedenken, ob die verwendete Sprache oder die vermittelten Informationen als „Signalling“ oder „Aufforderung zur Kollusion“ bezeichnet werden könnten.

Um das Risiko von kartell- bzw. wettbewerbsrechtlichen Verfahren und Rechtsstreitigkeiten und von Vorwürfen des unzulässigen Austausches mit Wettbewerbern zu minimieren, sind die folgenden Vorsichtsmaßnahmen zu treffen. In bestimmten Situationen kann nach Überprüfung und Genehmigung durch die Rechtsabteilung von Greif ein Abweichen von diesen Vorsichtsmaßnahmen angemessen sein.

A. *Preisankündigungen*

- i. Die öffentliche Ankündigung von Preiserhöhungen oder -senkungen darf nur geschehen, nachdem betroffene Kunden hiervon in Kenntnis gesetzt wurden, und nur dann, wenn die öffentliche Bekanntmachung durch den General Counsel von Greif und den Vice President of Communications genehmigt wurde. Nur der Vice President of Communications von Greif kann öffentliche Ankündigungen herausgeben.
- ii. Preisankündigungen sollten nicht früher als vernünftigerweise dafür erforderlich vorgenommen werden, dass Kunden sich auf die Preiserhöhung vorbereiten und/oder deren Kunden informieren können. Die Praxis, Preisankündigungen mit einer Vorlaufzeit von mehr als 30 bis hin zu 60 Tagen vorzunehmen, kann als Gewähren einer „Verhandlungsfrist“ zum Erreichen eines Konsens mit Wettbewerbern über das Preisniveau angesehen werden und muss von der Rechtsabteilung von Greif überprüft werden.
- iii. Wenn Sie auf Medienanfragen antworten möchten, tun Sie dies nur, nachdem die Entscheidungsfindung abgeschlossen ist und Kunden informiert wurden. (Wenn Sie z. B. eine Fachzeitschrift anruft und fragt, ob Sie eine Preiserhöhung angekündigt haben, antworten Sie nur, wenn die Ankündigung an Ihre Kunden bereits erfolgt ist, und bestätigen Sie dann lediglich, was Sie getan haben („Wir haben unseren Kunden eine Ankündigung von „XY“ gemacht“). Zusätzlich muss in jedem Fall der Vice President of Communications von Greif konsultiert werden.
- iv. Wie bei Medienanfragen, antworten Sie auch auf Anfragen von Aktienanalysten und anderen Branchenanalysten erst, nachdem die Entscheidungsfindung und Ankündigung an die Kunden abgeschlossen wurden. Nach den Vorschriften der US-Börsenaufsichtsbehörde für die Kontrolle des Wertpapierhandels, der United States Securities and Exchange Commission („SEC“), muss mit besonderer Vorsicht bei Stellungnahmen gegenüber Analysten vorgegangen werden, da Greif-Aktien in den Vereinigten Staaten öffentlich gehandelt werden.

B. Präsentationen für Analysten und Investoren

Präsentationen für Analysten und Investoren erfordern ggf. das Besprechen von Themen wie Preise oder Trends, Kapazitäten, Auslastungen, Kosten, Vorräten und Beständen oder Marktbedingungen. Die Rechtsabteilung von Greif muss derartige Präsentationen prüfen, um sicherzustellen, ob die Kommunikation so gestaltet ist, dass sie nicht als „Signalling“ oder „Aufforderung zur Kollusion“ betrachtet werden kann, und sich auf Informationen beschränkt, die zur Einhaltung der Offenlegungspflichten von Greif gegenüber der Investorengemeinschaft im Einklang mit den SEC-Anforderungen erforderlich sind.

C. Sonstige öffentliche Bekanntmachungen

Bestimmte Bekanntmachungen an Dritte in Bezug auf Maßnahmen der Industrie könnten den Anschein erwecken, dass Greif Wettbewerber rechtswidrig zum Treffen gemeinsamer Geschäftsentscheidungen aufruft. Machen Sie z. B. keine Aussagen über die Branche, wie:

„Die Branche muss Disziplin zeigen.“

„Wir müssen uns alle in Sachen Kapazitätsmanagement steigern.“

„Bei den heutigen Preisen kann niemand Geld verdienen.“

„Die Leute müssen mit Ausfallzeiten rechnen, wenn wir aus dem Tief herauskommen wollen, in dem wir uns befinden.“

D. Mitteilungen über Geschäftsentscheidungen von Greif

Die Mitteilung von sensiblen wettbewerblichen Informationen wie Preisgestaltung, Leistung und Kapazitäten muss eindeutig die einseitigen, berechtigten Gründe dokumentieren, warum besondere Maßnahmen ergriffen wurden. Wenn z. B. eine Preiserhöhung durch gestiegene Kosten bzw. Nachfrage gerechtfertigt wäre, dann müssen diese Informationen angegeben werden.

- Vage Aussagen über Branchenbedingungen oder Handlungen von Wettbewerbern sollten vermieden werden. Vermeiden Sie z. B. Aussagen wie die folgenden: „Die Preiserhöhung entspricht den allgemeinen branchenweiten Preiserhöhungen.“
- Wo Informationen zu Wettbewerbsbedingungen in der Branche aus legitimen Quellen, wie z. B. Kunden oder Fachzeitschriften gewonnen werden, sollte die Quelle der Informationen dokumentiert werden.
- Mit besonderer Vorsicht müssen bei internen Dokumenten, in denen die Gründe für Marktentscheidungen erörtert werden, die einseitigen Gründe für diese Entscheidungen dokumentiert werden. Sie könnten z. B. als Grund für die Preiserhöhung festhalten, dass die Rohstoffpreise gestiegen sind und dass sich die Nachfrage erhöht hat.
- Vermeiden Sie Mutmaßungen über die Motive des Handelns von Wettbewerbern. Vermeiden Sie z. B. Aussagen wie: „Andere folgten unserem Beispiel ...“

E. Mitteilungen über Ausfallzeiten

Im Geschäftsbereich Paper Packaging & Services sind Informationen zu zukünftigen Ausfallzeiten besonders sensibel und können als Signalling betrachtet werden.

- Beschränken Sie den Adressatenkreis für Ankündigungen über zukünftige Ausfallzeiten so weit wie möglich auf Personen, die ein berechtigtes Interesse an diesen Ankündigungen haben, und kündigen Sie diese erst an, nachdem Ausfallzeiten endgültig beschlossen wurden.
- Machen Sie generell keine Ankündigungen über zukünftige Ausfallzeiten gegenüber den Medien (einschließlich Fachzeitschriften) oder Branchenanalysten.
- Wenn Ausfallzeiten in einem Werk zu Wartungszwecken erfolgen, sollte diese Tatsache angegeben werden.

F. Das Kommunizieren mit Publikationen, die Marktforschung betreiben

Für die Kommunikation mit Publikationen, die Marktforschung betreiben und Schätzungen der aktuellen Marktpreise veröffentlichen, werden folgende Richtlinien aufgestellt:

- Ob Greif sich für die Bereitstellung von Daten an einen Marktberichterstattungsdienst entscheidet, sollte von einem leitenden Angestellten von Greif in Absprache mit der Rechtsabteilung entschieden werden. Alle auf diese Weise zur Verfügung gestellten Daten müssen aktuell und genau sein sowie tatsächliche offene Markttransaktionen widerspiegeln. Wenn Greif keine offenen Marktverkäufe/-käufe in einer Produktkategorie hat, melden Sie in dieser Kategorie keine Preisdaten. Geben Sie keine Prognosen oder andere Kommentare zu einer möglichen zukünftigen Preisgestaltung oder Produktverfügbarkeit an.
- Um den Anschein zu vermeiden, dass der Berichterstattungsdienst ausschließlich im Sinne der Hersteller agiert, liefern Sie Daten nur an solche Berichterstattungsdienste, die aktuelle Marktaktivitäten veröffentlichen, nachdem eine Beratung mit Herstellern und Käufern stattgefunden hat. Reagieren Sie lediglich auf Anfragen von Marktberichterstattungsdiensten und rufen Sie diese nicht selbst an.
- Vermeiden Sie es, die von Berichterstattungsdiensten veröffentlichten Berichte zu kommentieren, es sei denn, dies erfolgt zur Korrektur eines stark fehlerhaften Berichts, der unmittelbar Greif zugeschrieben wurde. Melden Sie den Berichterstattungsdiensten keine Aktivitäten oder Gerüchte in Bezug auf andere Unternehmen.
- In Bezug auf die Entscheidung, ob Daten an einen Marktberichterstattungsdienst bereitgestellt werden sollten, prüfen Sie, ob der Dienst angemessene Praktiken zur Verringerung des Risikos von Rechtsstreitigkeiten für die Branche verfolgt, wie z. B. eine zusammengefasste Veröffentlichung ihrer Marktpreisschätzungen anstelle der Veröffentlichung der Daten einzelner Unternehmen. Beachten Sie die Leitlinien in Anhang A.

VII. Melden von Verstößen

Nach dem Verhaltens- und Ethikkodex von Greif ist jeder Mitarbeiter, der von einem Verstoß gegen ein Kartell- oder Wettbewerbsgesetz oder diesen Richtlinien erfährt oder mutmaßt, dass ein solcher Verstoß stattgefunden hat, verpflichtet, sich an seinen entsprechenden Vorgesetzten oder an ein Mitglied der Geschäftsleitung zu wenden. Verstöße dürfen nicht ignoriert, verheimlicht oder verdeckt werden. Wenn ein Mitarbeiter unsicher ist, wer in der Geschäftsleitung sein Ansprechpartner ist, kann er sich unter 001 740-549-6188 an den General Counsel wenden. Den Revisionsausschuss (Audit Committee) des Verwaltungsrats von Greif erreichen Sie per E-Mail unter auditcommittee@greif.com oder postalisch unter Audit Committee, Greif, Inc., 425 Winter Road, Delaware, Ohio 43015, USA.

Außerdem können Sie die [Greif Alert Line](#) anonym und kostenlos von überall in Nordamerika aus anrufen unter 877-781-9797. Aus Ländern außerhalb Nordamerikas wählen Sie dieselbe Nummer kostenfrei, indem Sie zunächst die AT&T Direct-Vorwahl für das jeweilige Land wählen (z. B. 0-800-225-5288 aus Deutschland). Auf www.att.com/traveler finden Sie die entsprechenden AT&T Direct-Vorwahlen.

Greif gestattet keinerlei Vergeltung jeglicher Art für Meldungen, die in gutem Glauben über tatsächlich oder mutmaßlich stattgefundenes rechtswidriges oder unethisches Fehlverhalten gemacht werden.

Letzte Aktualisierung: 1. Juni 2017