

# WERTSCHÖPFUNG

für alle

# UNTERNEHMENS- BETEILIGTEN

Der Verhaltenskodex von LG Electronics





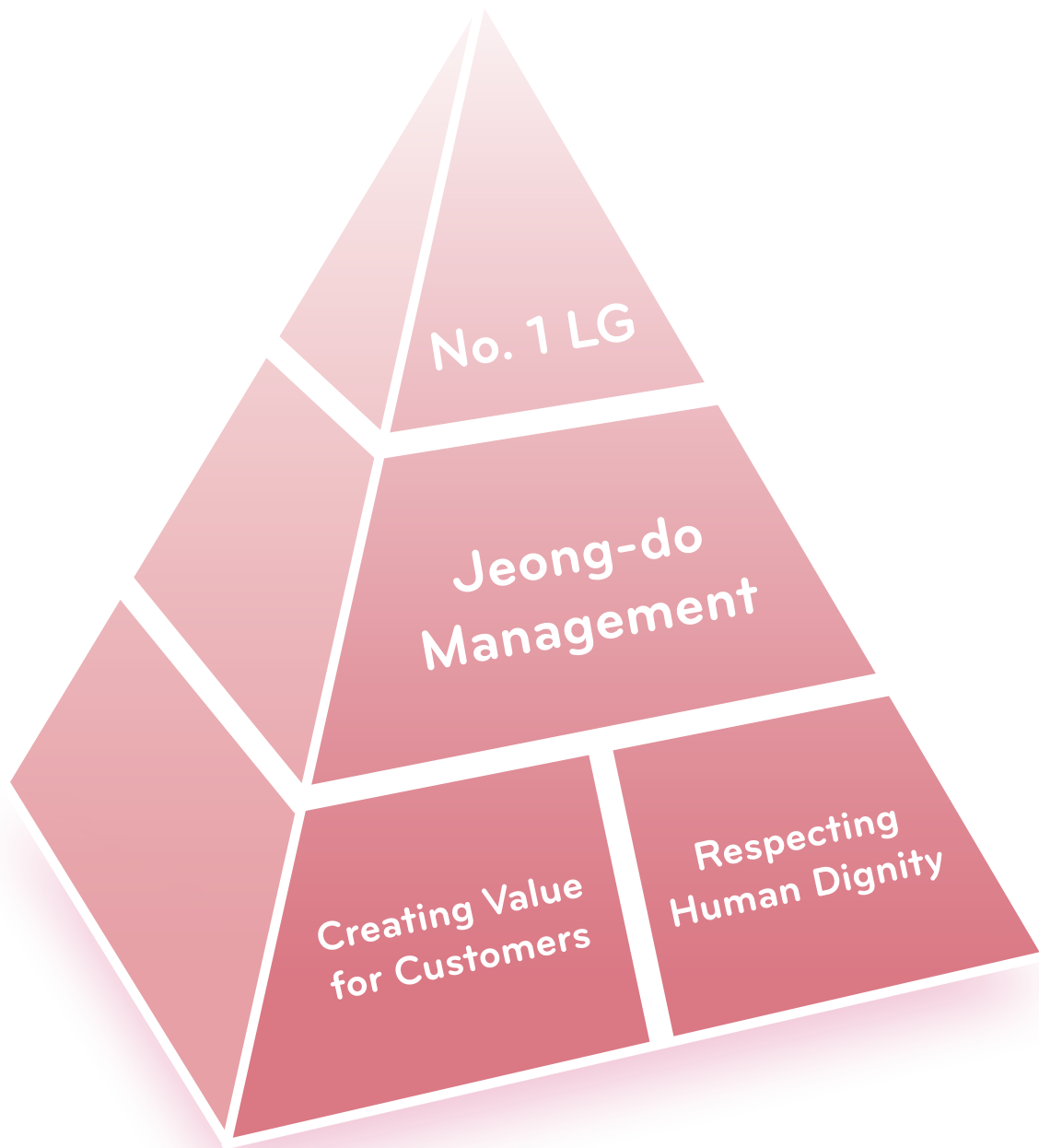


# WERTSCHÖPFUNG für alle UNTERNEHMENS- BETEILIGTEN

Der Verhaltenskodex von LG Electronics



# LG WAY





„LG Way“ spiegelt die Grundüberzeugungen, Wertvorstellungen und Bestrebungen wider, die unser Wachstum und unseren Erfolg im Lauf der Jahre gesteuert haben. Dank dieses Erfolges können wir für alle Unternehmensbeteiligten größere Werte schaffen.

Seit unsere Produkte vor über 50 Jahren ihre ersten Kunden fanden, bildeten zwei Dinge die Grundlage unseres Unternehmens: hohes Engagement, um das Leben unserer Kunden zu bereichern, sowie Respekt und Einigkeit unter den Mitarbeitern. Unsere Managementphilosophie spiegelt die Grundüberzeugungen, Wertvorstellungen und Bestrebungen wider, die unser Wachstum und unseren Erfolg im Lauf der Jahre gesteuert haben. Dank dieses Erfolges können wir für alle Unternehmensbeteiligten größere Werte schaffen.

#### Unsere Vision

Ein führendes Unternehmen zu sein, bedeutet nicht, das größte oder ertragreichste Unternehmen zu sein. Eine echte Nr. 1 ist ein Unternehmen, das vernünftige und transparente Managementpraktiken zur Grundlage macht, um globale Wettbewerbsfähigkeit und überragende Marktpräsenz zu erzielen.

Das versprechen wir allen Unternehmensbeteiligten. Wir halten uns weiterhin an den „richtigen Weg“, damit LG Electronics ein von den Mitbewerbern respektiertes Unternehmen bleibt, dem die Kunden vertrauen und das von Nachwuchskräften weltweit bewundert wird.

#### Unsere Philosophie

„Creating Value for Customers“ steht im Mittelpunkt unserer täglichen Aktivitäten. Dabei gehen wir stets auf die Erwartungen unserer Kunden ein und machen ihre Bedürfnisse zur Grundlage aller unserer geschäftlichen Aktivitäten. Durch ständige Innovationen und die Neugestaltung unserer Produkte und Dienstleistungen finden wir neue Möglichkeiten, für unsere Kunden den bestmöglichen Wert zu schaffen.

„Respecting Human Dignity“ dient uns zum Aufbau eines Unternehmens, das global die besten Talente anzieht und fördert. Wir sind davon überzeugt, dass talentierte Mitarbeiter vorurteilsfrei behandelt, fair bewertet und beständig unterstützt werden sollten, damit sie ihr Potenzial voll ausschöpfen können. Durch die Anerkennung der individuellen Leistung und Respekt gegenüber individueller Kreativität und Unternehmensgeist schaffen wir ein Unternehmen der Spitzenklasse, das für alle Unternehmensbeteiligten den besten Wert schaffen kann.

#### Der richtige Weg

Es bedarf großer Anstrengungen und herausragender Fähigkeiten, um ein Unternehmen zu schaffen, das von den Aktieninhabern, vom Markt und von der Gesellschaft wirklich respektiert wird. Dieses Leistungsvermögen kann nur aufrechterhalten werden, wenn wir uns „an die Regeln halten“, statt den einfachsten Weg zu nehmen. Durch Ehrlichkeit, Integrität und Fairness werden wir ein Unternehmen, in dem die Mitarbeiter ihre Ziele mit Eifer verfolgen und innovative Ideen kreieren können, mit denen wir die Herzen unserer Kunden erobern.

Dabei bedeutet das „Jeong-do Management“ (Unternehmensführung nach Grundsätzen) mehr als ethisches Management: Es zeigt den „richtigen Weg“ zur Umsetzung unserer Philosophie und ermöglicht uns, ein leistungsfähigeres Unternehmen zu werden, das sich gegenüber den Mitbewerbern durchsetzen kann.



# BOTSCHAFT DES CEO

In den letzten Jahren konnte LG Electronics wichtige Erfolge verzeichnen. Wir konnten unseren Kunden außergewöhnliche Produkte und Dienstleistungen liefern, haben unser bereits hervorragendes Arbeitsumfeld verbessert und für viele Unternehmensbeteiligte mehr Wert erzielt.

Diese Leistungen sind in unserer Geschäftsphilosophie verwurzelt, derzufolge wir für unsere Kunden echten Wert schaffen und unsere Kollegen und Mitarbeiter mit Respekt behandeln. Zur Sicherstellung unseres Erfolgs in der Zukunft müssen wir uns diesen Grundwerten neu verpflichten.

Dieser Verhaltenskodex von LG Electronics beruht auf unseren Grundwerten. Er hilft uns, unsere Arbeit im Einklang mit den Grundsätzen zu leisten, für die wir stehen. Des Weiteren definiert er angemessenes Verhalten in vielen Situationen und gibt uns zusätzliche Instrumentarien an die Hand, wenn die richtige Antwort nicht eindeutig ist.

Das Befolgen dieses Kodexes ist nicht freigestellt. Langfristiger Erfolg lässt sich nur erzielen, wenn wir an unseren Wertvorstellungen und Standards festhalten und sie nicht aus Eigennutz aufs Spiel setzen. Wir erwarten von allen Mitarbeitern, dass sie diesen



Kodex lesen und verstehen, wie er auf ihre Aufgaben anzuwenden ist. Auch bei dringlichen Aufgaben muss dieser Kodex eingehalten werden. Hüten Sie sich davor, Verstöße damit zu rechtfertigen, dass sie zum Erreichen von Umsatzzielen erforderlich waren oder dass Sie von Ihrem Vorgesetzten zu solchem Verhalten aufgefordert wurden.

Führungskräfte sollten die Fragen und Bedenken der Mitarbeiter im Zusammenhang mit Konformität unverzüglich und mit Respekt ansprechen. Repressalien im Zusammenhang mit solchen Bedenken werden nicht toleriert.

Der Verhaltenskodex ist eine Verpflichtung gegenüber allen Unternehmensbeteiligten und wird uns helfen, unsere Vision von „No. 1 LG“ zu verwirklichen.

Dieser Verhaltenskodex von LG Electronics beruht auf unseren Grundwerten. Er hilft uns, unsere Arbeit im Einklang mit den Grundsätzen zu leisten, für die wir stehen. Des Weiteren definiert er angemessenes Verhalten in vielen Situationen und gibt uns zusätzliche Instrumentarien an die Hand, wenn die richtige Antwort nicht eindeutig ist.

# INHALT

2 LG WAY

4 BOTSCHAFT DES CEO

8 EINFÜHRUNG

- 8 Warum ein Verhaltenskodex wichtig ist
- 8 Für wen der Verhaltenskodex relevant ist
- 8 Was von uns erwartet wird
- 9 Verstöße
- 9 Was der Verhaltenskodex umfasst



10

## EHRlichkeit UND INTEGRITÄT für unsere Kunden

- 12 Verantwortungsbewusstes Marketing
- 15 Produktsicherheit
- 18 Hohe Produktstandards
- 21 Datenschutz

24

## DAS BESTE UNTERNEHMEN für unsere Mitarbeiter

- 26 Gerechtigkeit bei Anstellungen
- 29 Respektvolle Zusammenarbeit am Arbeitsplatz
- 32 Ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld

36

## FAIRE GESCHÄFTSPRAKTIKEN gegenüber unseren Geschäftspartnern und auf dem Markt generell

- 38 Verantwortungsbewusste Marktanalyse
- 41 Korrekte Verwendung der Informationen anderer
- 43 Fairer Wettbewerb
- 45 Der Umgang mit Mitbewerbern
- 48 Der Umgang mit Channel-Partnern und Zulieferern
- 51 Umsichtige Kommunikation
- 54 Respekt für das geistige Eigentum anderer
- 56 Keine Bestechung oder unsachgemäße Zahlungen

60

## GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG weltweit

- 62 Verpflichtung zum Umweltschutz
- 65 Verantwortungsbewusster internationaler Handel

68

## AUSGEZEICHNETE RENDITEN für unsere Aktieninhaber

- 70 Sicherheit vertraulicher Informationen
- 73 Schutz des unternehmenseigenen geistigen Eigentums
- 76 Korrekte Nutzung elektronischer Kommunikationswege
- 79 Konforme Dokumentenaufbewahrung und -archivierung
- 82 Verantwortungsbewusster Umgang mit Unternehmensinterna
- 85 Umsicht bei der Kommunikation mit Außenstehenden



# EINFÜHRUNG

## **Warum ein Verhaltenskodex wichtig ist**

LG Electronics ist ein global tätiges Unternehmen. Aus diesem Grund werden unsere Mitarbeiter mit einer Vielfalt und großen Anzahl von Gesetzen und Vorschriften konfrontiert. Natürlich ist es für jeden Mitarbeiter schwierig, mit allen oder auch nur den meisten dieser Gesetze und Vorschriften vertraut zu sein. Zudem sind wir an geografisch verschiedenen Standorten tätig, die jeweils ihre eigene Kultur haben. Wir wollen in Übereinstimmung mit geltenden Gesetzen und Vorschriften in allen unseren Marktsegmenten und an unseren Standorten tätig sein, diese Gesetze einhalten und ortsübliche Bräuche respektieren. Dieser Kodex ist ein wichtiges Instrument, um diesen großen Herausforderungen begegnen zu können.

## **Für wen der Verhaltenskodex relevant ist**

Der Verhaltenskodex von LG Electronics gilt für LG Electronics, Inc. („Unternehmen“) und alle ausländischen Tochtergesellschaften von LG Electronics, Inc.

## **Was von uns erwartet wird**

### **Wir erwarten von Ihnen:**

- Verpflichtung zur Einhaltung der Grundwerte des Unternehmens bei allen beruflichen Aktivitäten; Beitrag zur Schaffung eines angenehmen Arbeitsumfeldes im Unternehmen, sodass es für jeden von uns möglich ist, das Beste für unsere Kunden und andere Unternehmensbeteiligte zu erreichen
- Einhalten der Gesetze und Vorschriften in den Ländern, in denen Sie tätig sind
- Festhalten an den für Ihre Tätigkeit relevanten Unternehmensrichtlinien und -verfahren

- Einholen von Handlungsempfehlungen, wenn Sie sich des richtigen Verhaltens in einer Situation nicht sicher sind
- Äußern von Bedenken im Hinblick auf vermutete Verletzungen dieses Kodexes oder anderer Unternehmensrichtlinien

### **Wenn Ihnen Mitarbeiter unterstellt sind, erwarten wir von Ihnen:**

- Sicherstellung, dass die Mitarbeiter diesen Kodex und ihre Verantwortlichkeiten in diesem Zusammenhang kennen
- Unterstützung der Mitarbeiter bei Fragen oder Bedenken im Zusammenhang mit dem Kodex oder seiner Anwendung auf die tägliche Arbeit
- Persönliche Demonstration konformen Führungsverhaltens durch Befolgen des Kodexes und Gespräche mit Mitarbeitern über die Anwendung des Kodexes bei Ihrer täglichen Arbeit

### **Wenn Sie Fragen zum Kodex oder dessen Anwendung auf Ihre Tätigkeit haben:**

- Beraten Sie sich mit Ihrem Vorgesetzten, der Ihnen bei einer Frage im Zusammenhang mit Ihrer Tätigkeit am besten helfen kann. Wenn Ihr Vorgesetzter nicht erreichbar ist, wenden Sie sich an die im jeweiligen Abschnitt dieses Kodexes genannte verantwortliche Abteilung oder an die unternehmensinternen Rechtsberater.
- Wenn Ihnen Mitarbeiter unterstellt sind und Sie sich bei einer von Ihrem Mitarbeiter angesprochenen Frage nicht sicher sind, wenden Sie sich ebenfalls an die jeweils zuständige Abteilung oder an die unternehmensinternen Rechtsberater.

**Ansprechen kultureller Unterschiede**

Wenn Sie ein anderes Land besuchen oder dorthin umziehen, sollten Sie Ihre neue Umgebung kennen lernen. Versuchen Sie, die jeweilige Kultur und die ortsüblichen Bräuche zu verstehen. Die dort geltenden Gesetze und Vorschriften können sich von denen in Ihrem Heimatland unterscheiden. Wenn Sie Konflikte wahrnehmen, die sich auf Ihre geschäftlichen Aktivitäten auswirken könnten, erörtern Sie diese Angelegenheiten mit Ihrem Vorgesetzten, um eine geeignete Lösung zu finden.

**Verstöße****Verstöße haben ernste Folgen.**

Die Verletzung von Gesetzen und Vorschriften führt zu ernststen Strafmaßnahmen sowohl für das Unternehmen als auch für die Beteiligten. Verstöße können zu Strafen, Bußgeldern, Zivilstrafen und Schadenersatz, Beschlagnahme von Gewinnen, Ausschluss aus Verträgen, Kündigung von Geschäftsbeziehungen, Erpressungsversuchen, Schaden für unser Image und negativer Wahrnehmung durch den Kapitalmarkt führen. Zudem sind die einzelnen Beteiligten ebenfalls ernststen Folgen wie Bußgeldern oder Gefängnisstrafen, Schadenersatzklagen und arbeitsrechtlichen Maßnahmen ausgesetzt.

**Wenn Sie vermuten, dass das Unternehmen Gefahr läuft, die Standards des Kodexes nicht zu erfüllen:**

- Sprechen Sie zuerst mit Ihrem Vorgesetzten darüber.
- Wenden Sie sich anschließend an den für Ihren Bereich ernannten Compliance Manager, und informieren Sie ihn bezüglich der Situation.

**Melden potenzieller Repressalien**

Das Unternehmen toleriert keine Repressalien gegen Mitarbeiter, die Verstöße ehrlich melden, und wird gegen solche Repressalien vorgehen. Repressalien können viele Formen annehmen und von unfairen Auswirkungen auf das Beschäftigungsverhältnis des Betroffenen bis zu allgemeinen Schikanen reichen. Wenn Sie vermuten, dass Sie oder eine andere Person aufgrund einer Meldung nicht konformen Verhaltens Repressalien ausgesetzt waren, teilen Sie dies unverzüglich der Personalabteilung mit.

**Keine Entschuldigung für Konformitätsverstöße**

Achten Sie insbesondere auf folgende Ausflüchte:

- „Mein Chef hat mich dazu aufgefordert, obwohl ich wusste, dass es nicht richtig war.“
- „Ich habe es zum Wohl unserer Kunden getan.“
- „Ich habe es getan, um die Vorhaben oder Ziele des Unternehmens zu erreichen.“

**Was der Verhaltenskodex umfasst**

Dieser Kodex umfasst nicht alle Standards und Richtlinien des Unternehmens. Er kann nicht sämtliche Probleme ansprechen, mit denen Sie konfrontiert werden könnten. Das Unternehmen wird diesen Kodex und andere Standards und Richtlinien regelmäßig überarbeiten und Änderungen den Mitarbeitern und anderen betroffenen Parteien mitteilen.

**Dieser Verhaltenskodex stellt keinen Arbeitsvertrag dar. LG Electronics schafft mit diesem Kodex keine Vertragsrechte oder -pflichten.**

# EHRlichkeit UND INTEGRität

für unsere Kunden

12	Verantwortungsbewusstes Marketing
15	Produktsicherheit
18	Hohe Produktstandards
21	Datenschutz

Der „Fokus auf den Kunden“ liegt all unserem Handeln zugrunde. Wir sind bestrebt, für unsere Kunden echten Wert zu schaffen, indem wir ihre Perspektiven immer in Betracht ziehen und uns ihre hohen Erwartungen bei allen unseren Geschäftsaktivitäten vergegenwärtigen. Indem wir unsere Qualitätsstandards unter Beweis stellen, Versprechen einhalten und fortwährend bessere Produkte durch Neuerungen hervorbringen, bauen wir bei unseren Kunden Vertrauen in die Zuverlässigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen auf. Wir müssen bei allen unseren Aktivitäten weiterhin völlige Integrität und Ehrlichkeit zeigen und eine vertrauensvolle und stets verlässliche Beziehung zu unseren Kunden aufbauen.



## SZENARIO



Ein neues Produkt erregt aufgrund seiner Designqualität Aufmerksamkeit. Es könnte ein Verkaufsschlager werden, wenn das Unternehmen einen weiteren wichtigen Faktor hervorheben kann. Obwohl das Produkt eine Leistungssteigerung von etwa fünf Prozent bietet, scheint es kein weiteres besonderes Differenzierungsmerkmal zu geben. Unsere Mitbewerber „erhöhen“ die in Werbungen dargestellte Leistung regelmäßig ein wenig. Sie sind der Meinung, dass das Unternehmen im Wettbewerb eine bessere Chance hat, wenn wir in Anzeigen beispielsweise eine Leistungssteigerung des Produkts um zehn Prozent anpreisen. Sie erwarten nicht, dass der Unterschied messbar oder spürbar ist.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# VERANTWORTUNGSBEWUSSTES MARKETING

Unser Unternehmen baut langfristige Kundenbeziehungen auf der Grundlage von Qualität und Wert unserer Produkte und Dienstleistungen auf. Daher müssen wir sie verantwortungsbewusst vermarkten und auf der Grundlage ihrer legitimen Merkmale und Vorteile verkaufen. Unsere Kunden vertrauen unseren Aussagen, weil wir bei unseren Marketingaktivitäten Integrität und Ehrlichkeit zeigen. Wir schaffen Werte für unsere Kunden, weil wir ihnen die erforderlichen Informationen für die bestmöglichen Kaufentscheidungen bereitstellen. Es lohnt nicht, unseren guten Ruf durch unverantwortliche Marketingpraktiken aufs Spiel zu setzen.

## UNSER STANDARD



Tragen Sie dazu bei, dass bei den Marketingaktivitäten des Unternehmens verantwortungsbewusst gehandelt wird, insbesondere dann, wenn Sie direkt an der Entwicklung oder Überprüfung von Marketinginhalten beteiligt sind.

## HINTERGRUND

**Marketinginhalte umfassen** unter anderem:

- Anzeigen und Werbeartikel
- Produktkennzeichnung und Beschreibungen
- Umfragematerialien, Testergebnisse und Mitbewerber- oder Produktvergleiche
- Anzeigen in Intranet-Foren und andere Mitteilungen, die nicht unbedingt an unsere Kunden gerichtet sind

**Von Mitarbeitern, die mit Marketinginhalten arbeiten**, im Vertrieb tätig sind oder deren Aufgaben die Entwicklung oder Überprüfung von Anzeigen, Produktkennzeichnungen und Verkaufsfaktionen oder anderer Arten der Kommunikation mit unseren Kunden beinhalten, wird erwartet, dass sie die entsprechenden Standards, Richtlinien und Verfahren des Unternehmens kennen.

**Unsere Marketinginhalte richten sich an ein breites Publikum** und werden von Kunden, Mitbewerbern und Behörden hinterfragt und eingehend geprüft. Es lohnt nicht, unseren Ruf durch unangemessene Marketingaktivitäten aufs Spiel zu setzen.

## REAKTION

Nur weil unsere Mitbewerber etwas tun, heißt das nicht, dass dies auch für uns der richtige Weg ist. Vielmehr müssen wir uns fragen, ob unsere Aktionen unsere Grundwerte widerspiegeln, für unsere Kunden echten Wert schaffen und ihnen gegenüber Respekt zeigen. Auch auf den ersten Blick nicht offensichtliche Übertreibungen sind ein Versuch, unsere Produkte auf der Grundlage falscher Informationen zu verkaufen. Unsere Kunden erwarten von uns Ehrlichkeit bezüglich des Werts, den wir ihnen liefern. Dabei ist es unerheblich, welche Erwartungen unsere Kunden möglicherweise gegenüber unseren Mitbewerbern haben.





## DER RICHTIGE WEG

- Sorgen Sie dafür, dass Änderungen bei Produkten oder Dienstleistungen des Unternehmens den entsprechenden Abteilungen unverzüglich und genau vermittelt werden.
- Stellen Sie sicher, dass Marketinginhalte, Informationen auf Produktkennzeichnungen, Verpackungs- und Werbematerial genau die Hersteller- oder Ursprungsdaten, beispielsweise das Ursprungs- oder Fertigungsland, wiedergeben. Damit wird sichergestellt, dass für unsere Produkte richtig geworben wird und dass sie korrekt gekennzeichnet sind.
- Prüfen Sie, ob von Werbebüros oder anderen externen Firmen entwickelte Marketingmaterialien den gesetzlichen Vorschriften und Unternehmensrichtlinien entsprechen.
- Marketingmaterialien des Unternehmens dürfen keine irreführenden oder falschen Informationen enthalten und Informationen auslassen, aufgrund derer die Kunden eine abgewogene Kaufentscheidung treffen könnten.
- Vermeiden Sie Vergleiche mit Mitbewerbern oder deren Produkten:
  - die sich nicht durch objektive, sachliche Daten belegen lassen,
  - bei denen der Vergleich auf Bedingungen beruht, die gegenüber dem Mitbewerber oder dem Produkt unfair sind.
- Es dürfen keine Marketinginhalte veröffentlicht werden, die Behauptungen beispielsweise im Hinblick auf die Produktleistung, Produktüberlegenheit oder den Marktanteil enthalten, wenn diese noch nicht durch Tests oder andere zuverlässige Daten belegt werden können.
- Unangemessene Marketinginhalte dürfen nie damit entschuldigt werden, dass ein externes Unternehmen die Materialien entwickelt hat.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Bei Übertreibungen in Marketinginhalten ist Vorsicht geboten. Eine Ausschmückung mag als Werbungsmittel angemessen sein, doch darf es unseren Kunden nie einen falschen Eindruck im Hinblick auf die Merkmale unserer Produkte vermitteln oder sachlichen Daten widersprechen.
- Die Produkte unseres Unternehmens sollten eher auf der Grundlage ihrer Stärken und nicht auf der Grundlage der Schwäche eines Mitbewerberprodukts vermarktet werden. Wir wollen bei der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung der besten Produkte marktführend sein, und diese Idee sollte bei unserem Handeln im Mittelpunkt stehen. Unsere Mitbewerber werden Werbungen, in denen ihre Produkte erwähnt werden, eingehend prüfen. Aus Fairness ihnen gegenüber müssen wir sehr vorsichtig sein, wenn wir auf ihre Produkte eingehen.





## SZENARIO

Obwohl unser neues Produkt die vorgeschriebenen Sicherheitsbestimmungen erfüllt, hegen Sie Zweifel, ob das Produkt wirklich absolut sicher ist. Eine vollständige Überarbeitung des Produktentwurfs scheint zu diesem Zeitpunkt sehr kostspielig, und Sie ziehen es in Betracht, diese „anhaltenden Zweifel“ im Warnhinweis anzusprechen.



Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# PRODUKTSICHERHEIT

Sicherheit und Zuverlässigkeit sind die grundlegenden, für den Kunden wertvollen Qualitäten, die wir mit unseren Produkten liefern. Unser Engagement im Hinblick auf sicheres Design, Herstellungsqualität und Kunden-Support bietet uns die Chance, uns von anderen abzuheben und unser Interesse für das Wohl unserer Kunden zu demonstrieren. Ein wichtiger Aspekt bei Neuerungen ist größere Produktsicherheit. Durch unser Engagement für die Kundensicherheit schaffen wir Vertrauen in unsere Produkte und zeigen, dass wir unsere Kunden wirklich zu schätzen wissen.



## UNSER STANDARD

Unterstützen Sie alle Bemühungen, mit denen die Sicherheit der Produkte unseres Unternehmens sichergestellt wird. Bringen Sie Fragen oder Bedenken in Bezug auf Rohmaterialien, Produktdesign, Herstellung, Marketing, Produktverwendung oder Kundendienst auf, um die Produktsicherheit für unsere Kunden sicherzustellen. Kein Unternehmensziel, einschließlich Design, Marktfähigkeit oder Kosten, rechtfertigt die Beeinträchtigung der Sicherheit eines Unternehmensprodukts.

## HINTERGRUND

**Die Produktsicherheit hat für uns wesentliche Bedeutung.** Wir riskieren erhebliche Strafen, wenn im Hinblick auf Sicherheitsprobleme nicht die richtigen Sicherheits- oder Reaktionsmaßnahmen ergriffen werden. Dazu zählen behördliche Strafmaßnahmen, Prozesse und die Schädigung des Unternehmensrufs.

**Wir wissen, dass es bei „Creating Value for Customers“ nicht nur darum geht, die Konsequenzen der Haftbarkeit zu vermeiden.** Vielmehr geht es dabei um unsere Verpflichtung, Chancen zur Beseitigung von Sicherheitsproblemen aktiv zu identifizieren und damit die Gesamtqualität unserer Produkte zu verbessern. Aus diesem Grund sieht das Unternehmen unzählige Prozesse zur Unterstützung der Produktsicherheit vor. Bei den End-to-End-Prozessen stehen der Entwurf (unter Berücksichtigung der vorhersehbaren Verwendung durch den Verbraucher), die Beschaffung, Herstellung sowie Produkttests, Qualitätskontrolle und Marketing im Mittelpunkt. Nach dem Verkauf überwacht das Unternehmen die Produktverwendung im Hinblick auf Anzeichen von Sicherheitsproblemen und ergreift die notwendigen Maßnahmen, um die Sicherheit der Kunden zu gewährleisten. Mitarbeiter und Führungskräfte, die für die Produktsicherheit verantwortlich sind, müssen mit unseren **Product Safety Operation Principles** vertraut sein, um stets über diese wichtigen Prozesse und Vorgänge informiert zu sein.



## REAKTION

Warnhinweise, die alle praktisch vorhersehbaren Gefahren eindeutig angeben, sind eine wichtige und notwendige Maßnahme zur Gewährleistung, dass unsere Produkte für die Kunden sicher sind. Doch zu allererst sind wir dazu verpflichtet, unsere Produkte so gut zu entwickeln und herzustellen, dass sie die Standards des Unternehmens und die Sicherheitsansprüche unserer Kunden erfüllen. Natürlich haben Änderungen im Spätstadium der Entwicklung erhebliche Auswirkungen. Dies bietet eine gute Gelegenheit, Kollegen in anderen Abteilungen in die Entscheidung einzubeziehen. Wir müssen absolut davon überzeugt sein, dass unsere Produkte nicht nur die Sicherheitsstandards erfüllen, sondern zudem kein Sicherheitsrisiko darstellen.

## DER RICHTIGE WEG



- Halten Sie alle Unternehmensrichtlinien und -verfahren für Produktdesign, Beschaffung und Herstellung ein, die Auswirkungen auf die Produktsicherheit haben können.
- Melden Sie bedenkliche oder fehlerhafte Rohmaterialien, Entwürfe oder Teile, die zu schlechter Qualität oder unsicheren Produkten führen können.
- Sprechen Sie Probleme bezüglich der Produktsicherheit möglichst frühzeitig im Entwicklungsprozess und auf jeden Fall dann an, wenn Sie solcher Probleme gewahr werden.
- Die Produktsicherheit darf nie zur Erfüllung eines anderen Unternehmensziels aufs Spiel gesetzt werden. Wenn zwischen diesen Zielen ein Konflikt entsteht, melden Sie die Angelegenheit Ihrem Vorgesetzten.
- Lassen Sie keine Schritte zur Qualitätskontrolle aus und ermöglichen Sie anderen nicht die Vermeidung dieser Schritte, da die Tests ansonsten zur Gewährleistung der Produktsicherheit unzureichend sein können.
- Sorgen Sie dafür, dass Zulieferer die Beschaffungsanforderungen des Unternehmens einhalten. Andernfalls könnten wir minderwertige oder fehlerhafte Rohmaterialien oder Komponenten in unsere Endprodukte einbauen.
- Lassen Sie etwaige Probleme mit der Produktsicherheit nicht unberücksichtigt, nur weil sie in einem späteren Stadium des Produktentwicklungsprozesses angesprochen wurden.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Achten Sie auf wiederkehrende oder sich wiederholende Sicherheitsvorfälle bei unseren Produkten. Die Sicherheit unserer Kunden hat gegenüber allem anderen Vorrang. Wir müssen ein Produkt zurückrufen, wenn der Verdacht auf inhärente Designprobleme oder weit verbreitete Herstellungsfehler besteht.
- Denken Sie auch daran, dass in verschiedenen Ländern unterschiedliche Bestimmungen hinsichtlich der unverzüglichen Berichtspflicht von Herstellern und Lieferanten an die entsprechenden Behörden einzuhalten sind, wenn Sicherheitsmängel oder fehlerhafte Warnhinweise entdeckt werden.
- Auch wenn ein Produkt allen vorgeschriebenen Sicherheitsbestimmungen und Normen entspricht, könnte es dennoch zur Verwendung durch unsere Kunden nicht sicher sein. Unsere Produkte müssen auch die Sicherheitsstandards unseres Unternehmens erfüllen. Die vorgeschriebenen Sicherheitsbestimmungen stellen die Untergrenze der Produktsicherheit dar. Ein Produkt, das diese erforderlichen Sicherheitsstandards nicht erfüllt, wird fast immer als unsicher erachtet.
- Hören Sie sich die Bedenken anderer sorgfältig an, und ziehen Sie die langfristigen Auswirkungen in Betracht. Die Fragen oder Bedenken eines Kollegen im Hinblick auf das Produktdesign, die Herstellung oder Kennzeichnung können für die Produktsicherheit bedeutsam sein.
- Auch wenn Produkttests, Qualitätskontrolle oder ähnliche Aktivitäten nicht in Ihren Aufgabenbereich fallen, sind Sie dennoch für die Produktsicherheit verantwortlich. Sprechen Sie Schwierigkeiten bei der Verwendung von Produkten des Unternehmens, die Hinweis auf ein mögliches Sicherheitsproblem sein könnten, gegenüber dem entsprechenden Mitarbeiter für Produktsicherheit an.



## SZENARIO

Sie haben eine innovative neue Funktion entwickelt, die auf einem lustlosen und selbstzufriedenen Markt wahrscheinlich für große Popularität des Produkts sorgen wird. Aufgrund der Neuheit dieser Funktion enthalten die Vorschriften keine eindeutigen Aussagen dazu, ob sie in die Testbedingungen des Produkts aufgenommen werden sollte. Da diese neue Funktion viel Strom verbraucht, wissen Sie, dass die Testergebnisse bei ausgeschalteter Funktion wahrscheinlich besser sein werden.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# HOHE PRODUKT- STANDARDS

Die Zuverlässigkeit, Haltbarkeit und Sicherheit unserer Produkte bilden den Kern unseres Geschäfts. Wir bereichern das Leben unserer Kunden durch eine Produktqualität, die vielfältigen Einsatzbedingungen gewachsen ist. Das herausragende Design und die erstklassige Herstellung, die unsere Kunden jeden Tag wahrnehmen, sind Zeugnis unseres Engagements, nachhaltige Kundenwerte zu liefern. Zur Erfüllung dieses Ziels legen wir Standards fest und halten unzählige Vorschriften zum Verbraucherschutz ein. Daher müssen wir Produkte entwickeln, herstellen und vermarkten, die das hohe Qualitäts- und Sicherheitsniveau erfüllen, das wir uns zu Eigen gemacht haben.

## UNSER STANDARD



Stellen Sie sicher, dass alle Produkte die behördlichen Anforderungen und internen Unternehmensstandards im Hinblick auf Zuverlässigkeit, Haltbarkeit und Sicherheit erfüllen. Äußern Sie Bedenken (auch wenn sie noch so klein sind), damit das Unternehmen seiner Verpflichtung zur Produktion der besten und konformen Produkte nachkommen kann.

## HINTERGRUND

**Produktspezifikationen** sprechen unter anderem folgende Dinge an:

- Die Produktsicherheit insgesamt sowie interne Standards für Zuverlässigkeit und Stabilität
- Elektromagnetische Kompatibilität
- Umwelanforderungen wie Gefahrstoffgehalt, Kennzeichnung mit Hinweisen zur Abfallverwertung und Energieeinsparung
- Designüberlegungen im Hinblick auf Kinder, ältere Menschen und Behinderte
- Andere Anforderungen zur Sicherstellung der Qualität und Kompatibilität mit anderen Produkten oder Dienstleistungen

**Unsere Produkte werden von vielen Kunden weltweit genutzt.** Aus diesem Grund haben Verstöße gegen Vorschriften im Hinblick auf Produktstandards erhebliche Folgen, beispielsweise Verbraucherklagen, Markenschädigung, Rufschädigung für das Unternehmen, Zivilstrafen, teure Produktrückrufe, Sammelklagen, um nur einige zu nennen.

**Unsere hohen Standards zeigen sich** nicht nur in unseren Produkten selbst, sondern auch in der Art und Weise, wie wir diese Standards verwirklichen. Bei der Prüfung und Zertifizierung der Qualität unserer Produkte müssen wir höchste Integrität und Professionalität walten lassen. Mitarbeiter, die für Qualitätssicherung und Einhaltung von Standards zuständig sind, müssen mit unseren **Standards Operation Principles** vertraut sein und diese Grundsätze beim Testen der Qualität unserer Produkte und für die Einhaltung der entsprechenden Standards anwenden. Zudem müssen lokale Fachleute einbezogen werden, um sicherzustellen, dass das Unternehmen die örtlichen behördlichen Anforderungen versteht und einhält.

## REAKTION

Da unser Unternehmen zur Steigerung des Kundenwerts den Schwerpunkt auf Innovation von Design und Funktionen legt, ist die rechtliche Situation für unsere Produkte bisweilen unklar. Unabhängig vom Wortlaut der Gesetze sollte unser Fokus immer auf die von unseren Kunden erwartete Produktqualität gerichtet sein. Wir sollten professionell genug sein und uns bei Aufsichtsbehörden Klarheit verschaffen, auch wenn die Antwort zum Nachteil des Unternehmens ausfallen könnte. Da wir erwarten, dass unsere Kunden diese neue Funktion des Produkts täglich verwenden, ist es angebracht, bei der entsprechenden Aufsichtsbehörde anzufragen, ob bei der Interpretation der Testparameter diese neue Funktion ebenfalls einbezogen werden sollte.





## DER RICHTIGE WEG

- Wenn Produkttests und Qualität Teil Ihrer Aufgaben sind, sorgen Sie dafür, dass alle bewerteten Produkte sowohl die spezifizierten Qualitäts-/Testmessungen und die Gesamtqualität/Testziele für Zuverlässigkeit, Qualität, Haltbarkeit und Sicherheit erfüllen.
- Stellen Sie sicher, dass von unseren Zulieferern gelieferte Produkte, Produktteile oder Komponenten den festgelegten Spezifikationen entsprechen.
- Überprüfen Sie neue Produktvorschriften in Ihrem Bereich, und vermitteln Sie diese unverzüglich an die Produktentwicklung oder an die für Produktstandards verantwortlichen Mitarbeiter.
- Fragen Sie Ihren Vorgesetzten, oder wenden Sie sich an die Aufsichtsbehörde, wenn Sie sich nicht sicher sind, welche Norm oder welches Testprotokoll für Ihre Produkte gilt.
- Ersetzen Sie keine bereits getesteten und spezifizierten Materialien oder Komponenten, ohne das dafür im Unternehmen geltende Verfahren einzuhalten.
- Sorgen Sie dafür, dass keine falschen oder unzureichenden Produkttests durchgeführt werden. Dazu zählen:
  - Das Fälschen von Testdaten oder die selektive Nennung nur vorteilhafter Testdaten
  - Das Durchführen von Tests unter unvollständigen Testbedingungen
  - Das Umgehen ordnungsgemäßer Testprotokolle

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Achten Sie auf sich ändernde behördliche Bestimmungen in Bezug auf Produktstandards. Achten Sie immer darauf, dass Sie diese wichtigen Anforderungen verstehen. Stellen Sie die betrieblichen Vorgänge im Unternehmen in Frage, bis Sie sich sicher sind, dass völlig konforme Produkte hergestellt werden.
- Beachten Sie Beschwerden von Verbrauchergruppen, Aufsichtsbehörden oder Mitbewerbern im Hinblick auf die Einhaltung von Produktstandards oder auf Kennzeichnungsfehler.
- Achten Sie auf Änderungen bei Zulieferern in Bezug auf Design, Fremdvergabe oder Herstellungsprozesse. Derartige Änderungen können sich negativ auf die an uns gelieferten Materialien auswirken und Probleme bei unseren eigenen Prozessen verursachen.
- Prüfen Sie bei der Entwicklung von Modellvarianten größere Abweichungen vom Grundmodell sorgfältig. Sorgen Sie dafür, dass diese Änderungen immer richtig vermittelt werden. Prüfen Sie, ob diese Änderungen eine separate Konformitätsprüfung für die Modellvariante erforderlich machen.

## VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WIEDERAUFARBEITUNG

im Dienste unserer Kunden arbeiten wir täglich ein großes Volumen an zurückgegebenen Produkten und Serviceprodukten wieder auf. Diese wiederaufgearbeiteten Produkte sehen aus wie neu und funktionieren einwandfrei. Warum also nicht diese Produkte wieder einpacken und als neue Ware verkaufen? Dazu sollten Sie Folgendes wissen:

- Obwohl die Funktionalität unserer wiederaufgearbeiteten Produkte der neuer Produkte entspricht, handelt es sich dennoch um „gebrauchte“ Produkte, die natürlich nicht als neue Ware verkauft werden können. Achten sie darauf, dass Kunden, die unsere wiederaufgearbeiteten Produkte kaufen, sich darüber im Klaren sind, dass sie „gebrauchte“ Produkte kaufen.
- Die meisten Kunden erwarten, dass ihre Serviceprodukte mit Neuteilen repariert werden. Ist dies nicht der Fall, dann gehört es zum ordentlichen Geschäftsgebaren, in der Produktgewährleistung darauf hinzuweisen, um die Wahrscheinlichkeit eines Missverständnisses von vornherein auszuschließen.



## SZENARIO

Sie sind im Bereich der Pflege von Kundenbeziehungen tätig, und eine Ihrer Aufgaben besteht darin, die von unseren Callcentern gesammelten Daten zu analysieren, um Produkte besserer Qualität herzustellen. Eine ausländische Marketingabteilung benötigt Kundenrohdaten aus Ihrem Bereich, um die Marketingstrategie für die Einführung eines neuen Produkts zu entwickeln. Sie wissen, dass alle Ihre Callcenter die Zustimmung des Anrufers einholen, bevor sie Fragen stellen. Sie fragen sich, ob es in Ordnung ist, diese Daten an die Marketingabteilung weiterzugeben.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# DATENSCHUTZ

Mit zunehmender Globalisierung unseres Geschäfts sind wir bei unseren vielen geschäftlichen Aktivitäten stärker von den persönlichen Daten unserer Kunden abhängig. Der Zugriff auf personenbezogene Daten und die Geschwindigkeit des Datenaustauschs wurden durch die Technologie verbessert, doch gleichzeitig ist damit das Risiko des Missbrauchs gewachsen. Unsere Kunden verlassen sich darauf, dass wir personenbezogene Daten, die sie dem Unternehmen mitteilen, vor unbeabsichtigter Verwendung und Offenlegung schützen. Indem wir Integrität beweisen und das Vertrauen durch unsere Kunden wertschätzen, bestärken wir sie darin, uns persönliche Informationen mitzuteilen und damit zur Schaffung besserer Werte für die Kunden beizutragen.





## UNSER STANDARD

Machen Sie sich mit den Gesetzen und der Unternehmensrichtlinie vertraut, die sich auf das verantwortungsbewusste Erfassen, Verarbeiten und Weitergeben der personenbezogenen Daten unserer Kunden beziehen, und befolgen Sie diese Vorgaben.

## HINTERGRUND

**Persönliche Daten** sind definiert als Symbole, Text, Bilder, Audio/Video und andere Daten, die für sich oder zusammen mit anderen Informationen zum Identifizieren lebender Personen verwendet werden können. Persönliche Daten umfassen zumindest Folgendes:

- Eine persönliche Kennung, beispielsweise eine Sozialversicherungsnummer oder Führerscheinnummer
- Verschiedene, nicht eindeutige Informationen wie Alter, Personenstand, Religion, Beruf oder auch Interessen und Hobbys

**Wir behandeln persönliche Daten als vertrauliche Unternehmensinformationen, um sie vor unbefugter Offenlegung zu schützen.**

Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt „**Sicherheit vertraulicher Informationen**“ auf Seite 66.

**Mitarbeiter, die in den Bereichen Kundendienst, Informationstechnologie, Verkauf, Vertrieb, Logistik** oder in anderen Abteilungen tätig sind, in denen oft auf persönliche Kundendaten zugegriffen wird, tragen gemäß den **Corporate Personal Information Protection Rules** besondere Verantwortung für den gewissenhaften Umgang mit diesen Informationen.



## REAKTION

Der Entwicklung effektiver Marketingstrategien kommt besondere Bedeutung zu. Dasselbe gilt für den verantwortungsbewussten Umgang mit personenbezogenen Daten und die Einhaltung der entsprechenden Gesetze. Die Zustimmung zur Nutzung persönlicher Daten ist im Allgemeinen auf einen bestimmten Zweck beschränkt. Diese Einschränkungen müssen vor der Weiterleitung von persönlichen Daten respektiert werden. Damit zeigen wir Integrität beim Umgang mit unseren Kunden. Das Unternehmen könnte auch bestimmte Rechtspflichten in Bezug auf die Weiterleitung persönlicher Daten über Landesgrenzen hinweg haben. Dies gilt insbesondere für Daten, die ihren Ursprung in der Europäischen Union haben.



## DER RICHTIGE WEG



- Der Zugriff, die Verwendung und Verwaltung personenbezogener Daten, die vom Unternehmen zur Verfügung gestellt werden, darf nur zu legitimen geschäftlichen Zwecken erfolgen. Halten Sie sich an die Auflagen zur erlaubten Verwendung dieser Daten durch das Unternehmen.
- Halten Sie die Verfahren des Unternehmens zur gemeinsamen Nutzung personenbezogener Daten mit Außenstehenden oder über Landesgrenzen hinweg ein (dies gilt insbesondere für die EU). Eine solche Nutzung sollte nur bei Bedarf erfolgen und nur dann, wenn der Datenlieferant dieser Übertragung vorher ausdrücklich zustimmt.
- Schützen Sie personenbezogene Daten, die Sie erhalten oder auf die Sie zugreifen, auf dieselbe Weise, wie Sie vertrauliche Informationen des Unternehmens schützen würden. So müssen Dateien oder Datensätze mit diesen Informationen immer gesichert werden, und sie dürfen Kollegen, die diese Informationen nicht aus legitimen geschäftlichen Gründen brauchen, nicht zur Verfügung gestellt werden.
- Respektieren Sie die Rechte des Datenlieferanten im Hinblick auf seine personenbezogenen Daten. Diese umfassen das Recht, die dem Unternehmen anvertrauten personenbezogenen Daten einzusehen, zu ändern, zu vernichten oder die Zustimmung zur Verwendung zu widerrufen.
- Melden Sie Fälle, in denen personenbezogene Daten regelwidrig offengelegt wurden, verloren gegangen sind oder geändert wurden.
- Personenbezogene Daten dürfen nicht ohne die erforderliche Zustimmung des Datenlieferanten weitergegeben, offengelegt, verändert oder beschädigt werden.
- Leiten Sie personenbezogene Daten nie über die Grenze des Landes weiter, in dem sie gesammelt wurden, es sei denn, dass dies aufgrund örtlicher Gesetzgebung zulässig ist.
- Nehmen Sie keine personenbezogenen Daten von unseren Geschäftspartnern an, wenn Sie den für diese Daten genehmigten Verwendungszweck nicht kennen.
- Speichern Sie keine unnötigen oder nicht arbeitsbezogenen persönlichen Daten auf Ihrem Computer. Wenn es sich um arbeitsbezogene Daten handelt, löschen Sie diese, sobald der betreffende Arbeitsvorgang abgeschlossen ist.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Nicht alle personenbezogenen Daten sind über offensichtliche Kanäle, beispielsweise Websites des Unternehmens, zugänglich. Selbst gewöhnliche Geschäftsdokumente und Materialien, die wir täglich bearbeiten, ohne weiter darüber nachzudenken, können personenbezogene Daten enthalten. Es ist angebracht, personenbezogene Daten zu löschen oder unkenntlich zu machen, wenn diese Dokumente intern im Unternehmen oder extern weitergegeben werden.
- Achten Sie besonders auf:
  - Namen und Kontaktinformationen von Kunden, die beim täglichen Austausch mit unseren Channel-Partnern und Lieferanten in Dokumenten enthalten sind
  - Meinungsumfragen, Protokolle von Kundenreklamationen und andere Daten, die für Marketingerkenntnisse und zur Qualitätssicherung verwendet werden
  - Personenbezogene Daten oder Daten in Produkten, die von Kunden an das Unternehmen zurückgegeben werden, beispielsweise auf Mobiltelefonen oder Computern

# DAS BESTE UNTERNEHMEN

für unsere Mitarbeiter

26	Gerechtigkeit bei Anstellungen
29	Respektvolle Zusammenarbeit am Arbeitsplatz
32	Ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld

Wir sind fest davon überzeugt, dass unsere Mitarbeiter unser wichtigster Vermögenswert sind und dass Respekt für individuelle Kreativität und Initiative der Grundpfeiler für Wertschöpfung ist. „Respecting Human Dignity“ verkörpert diese Überzeugungen und sorgt für ein positives Arbeitsumfeld, in dem Innovation gedeihen kann. Wir dienen unseren Kunden und den vielen anderen Unternehmensbeteiligten am besten, wenn wir unsere Mitarbeiter respektvoll behandeln und ein sicheres, faires und vielfältiges Arbeitsumfeld unterstützen.



## SZENARIO

Zwei Ihnen unterstellte Mitarbeiter, ein Mann und eine Frau, sind zur Beförderung in eine leitende Position qualifiziert. Beide haben dasselbe Alter, und ihre Erfahrungen und Ausbildung sind ähnlich. Die Mitarbeiterin verfügt über den besseren Leistungsnachweis. In Ihrer Abteilung waren bisher noch nie viele Frauen tätig, und keine Frau hatte bisher eine leitende Position inne. Sie fragen sich, ob eine Frau diese Verantwortung in einer Abteilung übernehmen kann, die nicht an eine Leiterin gewöhnt ist.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# GERECHTIGKEIT BEI ANSTELLUNGEN

Wir sind überzeugt, dass „Respecting Human Dignity“ gleichermaßen für alle unsere Mitarbeiter gilt. Wenn wir faire und gerechte Beschäftigungsentscheidungen treffen und Chancengleichheit sicherstellen, ist es einfacher, Mitarbeiter anzuziehen, sie zu binden und zu entwickeln und vielfältige Ideen und Fähigkeiten zu fördern. Mithilfe dieser Vorgehensweise können wir ein angenehmes, respektvolles Arbeitsumfeld schaffen und die Innovation und Kreativität fördern, die unseren Kunden und Unternehmensbeteiligten dient.

## UNSER STANDARD



Ziehen Sie beim Treffen beschäftigungsbezogener Entscheidungen nur legitime geschäftliche Aspekte und die Fähigkeiten und Leistungen der betreffenden Personen in Betracht.

## DER RICHTIGE WEG

- Treffen Sie alle beschäftigungsbezogenen Entscheidungen im Hinblick auf Rekrutierung, Einstellung, Vergütung, Zusatzleistungen, Ausbildung, Beförderung, Zuordnung oder Neuuzuordnung sowie Sozial- und Freizeitprogramme auf der Grundlage des Unternehmensbedarfs und der Qualifizierungen der betreffenden Person.
- Bei einer Beschäftigungsentscheidung sollten Sie die dokumentierten Anforderungen der betreffenden Arbeitsstelle klar verstehen, damit keine auf irrelevanten oder unsachgemäßen Erwägungen beruhenden Entscheidungen getroffen werden.
- Bei Vorstellungsgesprächen möglicher zukünftiger Mitarbeiter sollten Sie wissen, welche Fragen unsachgemäß oder möglicherweise gesetzeswidrig sind, da sie auf Diskriminierung hindeuten könnten. In vielen Ländern dürfen beispielsweise keine Fragen zur Religion, zum Familienstand oder zu Kindern gestellt werden. Bei Unsicherheiten wenden Sie sich an Ihre Personalabteilung oder unternehmensinternen Rechtsberater.
- Behandeln Sie einen Kandidaten nie aufgrund unsachgemäßer, für die Stelle irrelevanter Erwägungen unterschiedlich. Unsachgemäße Erwägungen können folgende Dinge umfassen:
  - Alter
  - Rasse
  - Hautfarbe
  - Geschlecht
  - Religion
  - Nationalität oder nationale Abstammung
  - Sexuelle Orientierung
  - Behinderung
  - Andere nicht arbeitsplatzbezogene Eigenschaften

## REAKTION

Es ist verständlich, dass Sie sich um den zukünftigen Erfolg Ihrer Abteilung Gedanken machen. Der Erfolg der Ihnen unterstellten Mitarbeiter und deren Beitrag zum Unternehmen sollten Ihnen jedoch gleichermaßen wichtig sein. „Respecting Human Dignity“ verpflichtet uns dazu, Mitarbeiter auf der Grundlage ihrer Qualifikationen und Talente zu behandeln und unwesentliche Aspekte außer Acht zu lassen. Des Weiteren sollten wir aufgrund der Verpflichtung, unseren Kunden zu dienen, die Person wählen, die uns beim Erreichen dieses Ziels helfen kann. Wählen Sie die für die Aufgabe am besten geeignete Person aus, und helfen Sie ihr, ihrer neuen Rolle gerecht zu werden.





## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Vorsicht ist angebracht, wenn jemand behauptet, nur ein Mann oder eine Frau, eine Person bestimmten Alters oder mit spezifischen Vorkenntnissen sei für einen bestimmten Aufgabenbereich qualifiziert. In einigen Fällen können für eine Position bestimmte Anforderungen gelten, beispielsweise die Fähigkeit, schwere Materialien zu heben. Eine solche Anforderung sollte Teil der offiziellen Arbeitsplatzbeschreibung sein. Sie ist aufgrund der für diese Stellung erforderlichen Aktivitäten sinnvoll. Eine Arbeitsplatzbeschreibung sollte jedoch aufgrund unsachgemäßer Erwägungen, wie im Abschnitt „Der richtige Weg“ beschrieben, keine Personen benachteiligen.
- Seien Sie misstrauisch bei Empfehlungen zur externen Auftragsvergabe, wenn diese Empfehlungen auf unsachgemäßen Erwägungen beruhen. Die Verpflichtung des Unternehmens zur Chancengleichheit gilt für alle Mitarbeiter, die dem Unternehmen dienen.
- In einigen Geschäftsbereichen, Abteilungen oder Arbeitsgruppen können unterschiedliche Richtlinien zu Praktiken am Arbeitsplatz gelten, beispielsweise im Hinblick auf Krankheitstage oder Mutterschaftsurlaub. Solche Abweichungen können durch lokale Gesetze und Praktiken bedingt sein. In allen Fällen sollten diese Richtlinien schriftlich vorliegen und lokale Rechtsauflagen erfüllen.
- Bedenken Sie, dass sich „Vielfalt“ nicht nur auf Familienverhältnisse und Werdegang eines Mitarbeiters bezieht, sondern auch auf seine Sichtweise und Ideen. Ermutigen Sie aktiv zur Vielfalt in jeder Form, damit das Unternehmen ein Umfeld kreativer Lösungen und Innovation fördern kann.



## SZENARIO

Sie wurden zum neuen Leiter einer kleinen Arbeitsgruppe ernannt. Während Sie die Ihnen neu unterstellten Mitarbeiter kennen lernen, stellen Sie fest, dass einige unter ihnen gelegentlich Witze und Bemerkungen machen, die am Arbeitsplatz nicht angebracht sind. Doch keiner der Betroffenen scheint dieses Verhalten für problematisch zu halten. Einige behaupten sogar, dass es zur Teambindung beitrage. Sie zögern, eine Teamkultur zu ändern, die gut zu funktionieren scheint.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# RESPEKTVOLLE ZUSAMMENARBEIT AM ARBEITSPLATZ

Wir wissen ein Arbeitsumfeld zu schätzen, in dem alle Mitarbeiter einander rücksichtsvoll behandeln und im Tagesgeschäft mit Respekt begegnen. Ein solches Verhalten sorgt dafür, dass Kollegen nicht davor zurückscheuen, neue Ideen vorzustellen und derzeit geltende Denkweisen konstruktiv herauszufordern, sondern dass sie bei ihrer Arbeit wissen, dass ihre Beiträge von anderen geschätzt werden. Ein freundliches Arbeitsumfeld bietet den Mitarbeitern die Chance, etwas zu bewirken, sodass wir für unsere Kunden innovativ tätig sein, allen Unternehmensbeteiligten besser dienen und mehr berufliche und persönliche Erfüllung finden können.



## UNSER STANDARD

Behandeln Sie Kollegen und andere respekt- und rücksichtsvoll, und vermeiden Sie Verhaltensweisen gegenüber anderen, die als anstößig oder feindselig betrachtet werden könnten. Zudem sollten Sie einen Kollegen oder anderen Mitarbeiter nie belästigen, beleidigen oder einschüchtern.

## HINTERGRUND

**Unangemessenes Verhalten** kann die Herabsetzung einer Person aufgrund von Alter, Rasse, Hautfarbe, Geschlecht, Religion, Nationalität oder nationaler Abstammung, sexueller Orientierung, Behinderung oder einer anderen persönlichen Eigenschaft beinhalten.

Es kann Folgendes umfassen:

- Was Sie zu anderen beispielsweise in Bemerkungen oder Witzen sagen oder auch die Art und Weise, wie Sie es sagen
- Körperlicher oder visueller Kontakt oder Gesten
- Die Verwendung von Technologie, z. B. das Senden unangemessener Telefon- oder SMS-Nachrichten oder der Zugriff auf anstößige Websites

**Zu unangemessenem Verhalten zählen auch sexuelle Belästigungen** oder unerwünschte, sexuell orientierte Handlungen, Bemerkungen oder Andeutungen. Solche Handlungen können an eine Beschäftigungsbedingung (beispielsweise Vergütung, Beförderung, Arbeitsaufgabe) oder die Bereitschaft einer Person zu sexuellen Handlungen oder Beziehungen geknüpft bzw. mit deren Widerwillen verbunden sein. Es kann dabei auch um Verhalten gehen, das für andere ein unbehagliches Arbeitsumfeld schafft.

**Melden Sie Ihre Bedenken:** Wenn Sie Belästigungen in irgendeiner Form beobachten oder erleben, sollten Sie dies Ihrem Vorgesetzten oder dem entsprechenden Mitarbeiter der Personalabteilung mitteilen. Das Unternehmen untersucht alle Meldungen umgehend und leitet die entsprechenden Abhilfemaßnahmen ein. Das Unternehmen verbietet ausdrücklich jede Form von Repressalien gegen Personen, die vermutetes Fehlverhalten ehrlich melden.



## REAKTION

Als Leiter sind Sie ganz besonders dafür verantwortlich, ein respektvolles Arbeitsumfeld zu fördern. Dabei geht es nicht nur um die Behandlung des Fehlverhaltens einzelner, sondern um das Schaffen einer Atmosphäre, in der unangemessenes Verhalten in keiner Form toleriert wird. Wir können uns nie sicher sein, ob sich jemand durch unangemessenes Verhalten wirklich belästigt oder herabgesetzt fühlt. Daher müssen wir unser Augenmerk darauf richten, ob eine bestimmte Verhaltensweise „unangemessen“ ist, und nicht darauf, ob sie von anderen akzeptiert wird. Dass alle an unangemessenes Verhalten gewöhnt sind, bedeutet nicht, dass derartiges Verhalten in Ihrer Gruppe akzeptabel ist.



## DER RICHTIGE WEG



- Demonstrieren Sie Respekt und Rücksicht bei der Zusammenarbeit mit Kollegen und anderen.
- Zeigen Sie Feingefühl, wenn es darum geht, wie andere Ihre Worte oder Ihr Handeln wahrnehmen könnten.
- Melden Sie Ihrem Vorgesetzten oder dem entsprechenden Mitarbeiter der Personalabteilung mögliche Schikanen oder anderes unangemessenes Verhalten, das Sie miterleben.
- Wenn Sie als Vorgesetzter tätig sind, sollten Sie im Hinblick auf eigenes unangemessenes Verhalten und unangebrachte Verhaltensweisen der Ihnen unterstellten Mitarbeiter besonders achtsam sein.
- Legen Sie kein Verhalten an den Tag, das von anderen als anstößig, belästigend, einschüchternd, beleidigend oder feindselig betrachtet werden könnte. Dazu zählen folgende Verhaltensweisen:
  - Abfällige Mitteilungen, Witze oder Ausdrücke
  - Körperliche oder visuelle Gesten, die andere herabsetzen
- Telefone, E-Mail, Computer, Internet etc. sollten nicht zur Verbreitung unangemessener Inhalte verwendet werden.
- Zeigen Sie keine Verhaltensweisen, die zu einem feindseligen Arbeitsumfeld führen oder eine andere Person glauben machen könnten, dass sie aus beruflichen Erwägungen sexuelle Belästigungen hinnehmen muss.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Bedenken Sie, dass andere mithören können oder auf andere Weise mitbekommen, was Sie sagen. Selbst in Privatgesprächen mit einem befreundeten Mitarbeiter sollten Sie keine unangemessenen Bemerkungen machen, die als anstößig aufgefasst werden könnten.
- Jede Region und jedes Land hat seine eigenen Bräuche und Formen angemessenen Verhaltens. Wenn Sie an Standorten außerhalb Ihres Heimatlandes geschäftlich unterwegs oder dort tätig sind, sollten Sie solche Unterschiede verstehen und ihnen mit Feingefühl begegnen. Beachten Sie, dass Verhalten, das im eigenen Land als angemessen gilt, anderswo Anstoß erregen könnte.
- Führen Sie sich vor Augen, dass sich Ihre leitende Position oder Ihr Alter auf die Akzeptanz Ihres Verhaltens durch andere auswirken kann. Achten Sie auf Ihre Worte und Handlungen gegenüber jüngeren und Ihnen unterstellten Mitarbeitern.
- Achten Sie auf angemessenes Verhalten gegenüber anderen bei Veranstaltungen des Unternehmens. Dies gilt sowohl für Männer als auch Frauen.



## SZENARIO

Sie sind seit einigen Jahren im Unternehmen tätig und haben noch nie erlebt, dass jemand aufgrund seiner Tätigkeit erkrankt ist oder verletzt wurde. Da die Gesetze Ihres Landes keine strengen Sicherheitsmaßnahmen fordern und das Risiko behördlicher Sanktionen gering ist, fragen Sie sich, ob es möglich wäre, einige Regeln, die angesichts der lokalen Standards übertrieben scheinen, nicht zu beachten.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# EIN GESUNDES UND SICHERES ARBEITSUMFELD

Wenn wir dem Arbeitsschutz Vorrang einräumen, bieten sich große Chancen am Arbeitsplatz. Unser Engagement im Zusammenhang mit „Respecting Human Dignity“ bedeutet, dass wir unser Arbeitsumfeld ernst nehmen, indem wir dem Wohl anderer, die bei uns arbeiten, und unserem Wohl Beachtung schenken. Da es dabei um das Wohlergehen unserer Kollegen geht, halten wir nicht nur geltende Gesetze ein. Vielmehr sind wir stets für die absolute Sicherheit am Arbeitsplatz verantwortlich und haben uns diese zum Ziel gesetzt. Indem wir diese Verpflichtung ernst nehmen, können wir Unfälle und Verletzungen verhüten. Der Arbeitsschutz hat hohe Priorität, und wir dürfen ihn nie für andere Unternehmensziele aufs Spiel setzen.

## UNSER STANDARD



Beachten Sie bei allen Aktivitäten stets gute Praktiken im Zusammenhang mit dem Arbeitsschutz, befolgen Sie die entsprechenden Gesetze, Regeln und Grundsätze, und regen Sie Ihre Kollegen zu entsprechendem Verhalten an.

## HINTERGRUND

**Das Unternehmen verpflichtet sich dazu**, den Arbeitsschutz fortwährend zu verbessern, indem Richtlinien und Verfahren festgelegt werden, die den Arbeitsschutz fördern und alle Branchenstandards sowie alle lokalen Rechtsauflagen und behördlichen Anforderungen in diesem Zusammenhang erfüllen. Dabei werden Risiken angesprochen, die zu Verletzungen unserer Mitarbeiter oder Geschäftspartner führen, Eigentum beschädigen oder unserem Ruf als verantwortungsbewusstes Unternehmen schaden könnten. Wir wollen gute Praktiken in der gesamten Lieferkette und in den Produkten und Dienstleistungen fördern, die wir unseren Kunden anbieten.

**Um diese Ziele in die Tat umzusetzen**, ist die Leitung jedes Geschäftsbereichs verpflichtet, die Mitarbeiter bei der Einhaltung der Arbeitsschutzvorgaben des Unternehmens zu unterstützen und sie diesbezüglich ausreichend zu schulen. Die Mitarbeiter und Leiter sollten die **Global EESH Codes** von LG zurate ziehen, um mehr über die entsprechenden Erwartungen und deren Umsetzung zu erfahren.



## REAKTION

Als Unternehmen sind wir stolz auf unseren guten Ruf im Bereich des Arbeitsschutzes. Probleme treten selten auf, da wir Vorsichtsmaßnahmen ergreifen und für effektive Handhabung des Arbeitsschutzes sorgen. Dies hat nichts mit Glück zu tun. Vielmehr ist es auf echtes Engagement im Zusammenhang mit „Respecting Human Dignity“ zurückzuführen, die das Wohl der anderen und den Arbeitsschutz im eigenen Unternehmen beinhaltet. Der Leitfaden und Kodex für Umweltsicherheit und Gesundheit von LG steht für unsere Verpflichtung gegenüber dem Arbeitsschutz überall dort, wo wir tätig sind. Sie sollten diese Regeln unbedingt einhalten, auch wenn sie noch so unbedeutend oder belanglos scheinen. Bedenken Sie, dass selbst die geringfügigste Regel einem Zweck dient.



## DER RICHTIGE WEG

- Melden Sie Unfälle, Verletzungen und unsichere Situationen am Arbeitsplatz.
- Verwenden Sie die vorgeschriebene Schutzausrüstung.
- Nehmen Sie an Schulungen zum Arbeitsschutz teil.
- Zeichnen Sie Daten sorgfältig auf, und melden Sie Betriebsvorgänge, die den Arbeitsschutz beeinträchtigen.
- Arbeiten Sie mit Zulieferern und anderen Geschäftspartnern zusammen, um den Arbeitsschutz bei uns und bei ihnen zu fördern.
- Setzen Sie den Arbeitsschutz niemals zur Erfüllung anderer Unternehmensziele aufs Spiel, selbst wenn diese hohe Priorität haben. Vielmehr sollten Sie solche Konflikte unverzüglich mit Ihrem Vorgesetzten erörtern.
- Beginnen Sie keine Tätigkeit, wenn Sie sich bezüglich der erforderlichen Verfahren im Zusammenhang mit dem Arbeitsschutz nicht sicher sind.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Unfälle am Arbeitsplatz passieren nicht nur neuen Mitarbeitern, sondern ereignen sich häufig bei Mitarbeitern, die bereits seit einigen Jahren im Unternehmen tätig sind. Achten Sie daher immer auf Ihre Sicherheit, um sich selbst und andere zu schützen. Geben Sie anderen kein schlechtes Beispiel.
- Wenn Sie bei Zulieferern oder anderen Geschäftspartnern tätig sind, sollten Sie die dort geltenden Arbeitsschutzpraktiken kennen.
- Achten Sie auf Ihren derzeitigen Zustand (beispielsweise Schlafmangel oder die Einnahme von Medikamenten), der die eigene Gesundheit und Sicherheit oder die anderer in Gefahr bringen könnte. Unfälle ereignen sich dann, wenn Sie es am wenigsten erwarten oder wenn der Sicherheit nicht genug Beachtung geschenkt wird. Sprechen Sie mit Ihrem Vorgesetzten, wenn Sie sich aus irgendeinem Grund nicht arbeitstauglich fühlen.



# FAIRE GESCHÄFTS- SPRAKTIKEN

gegenüber unseren Geschäftspartnern und auf dem Markt generell

38	Verantwortungsbewusste Marktanalyse
41	Korrekte Verwendung der Informationen anderer
43	Fairer Wettbewerb
45	Der Umgang mit Mitbewerbern
48	Der Umgang mit Channel-Partnern und Zulieferern
51	Umsichtige Kommunikation
54	Respekt für das geistige Eigentum anderer
56	Keine Bestechung oder unsachgemäße Zahlungen

Wenn wir unseren Kunden erfolgreich dienen wollen, müssen wir weltweit Kunden, Zulieferer, Channel-Partner und Auftragnehmer gewinnen und Beziehungen zu ihnen aufbauen. Fairness, Chancengleichheit und das „Einhalten der Spielregeln“ sind Wertvorstellungen, die unsere Handlungen sowohl beim Umgang mit unseren Partnern als auch bei unserem Geschäftsverhalten auf dem Markt lenken. Diesen Wertvorstellungen fühlen wir uns verpflichtet. Indem wir unser Engagement im Hinblick auf Fairness und Chancengleichheit zeigen, bauen wir Beziehungen mit gegenseitigem Respekt und Vertrauen auf. Und wenn wir Erfolge nur dann anerkennen, wenn sie auf faire Weise erzielt wurden, sorgen wir für ein geschäftliches Umfeld, das Innovationen und Kreativität belohnt und unseren Kunden dient.



## SZENARIO

Beim Vorstellungsgespräch einer Mitarbeiterin eines Mitbewerberunternehmens für eine offene Stelle hat diese Ihnen Materialien vorgelegt, die mit ihrer derzeitigen Tätigkeit im Zusammenhang stehen. Bei den Materialien scheint es sich um vertrauliche Informationen des Mitbewerbers zu handeln, die Ihrer Abteilung im Wettbewerb sehr helfen würden. Es war kein Fehler Ihrerseits, dass die Bewerberin Ihnen diese Informationen gezeigt hat. Sie fragen sich nun, ob Sie die betreffende Person bitten können, Ihnen die Materialien zu übergeben, „um ihre Fähigkeiten besser bewerten zu können“.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# VERANTWORTUNGSBEWUSSTE MARKTANALYSE

Die Kenntnis unserer Märkte ist wesentlich, damit wir unseren Kunden dienen können. Wir bewerten Mitbewerber- und andere Marktinformationen, um die Interessen und Anforderungen unserer Kunden zu ermitteln und zu erfahren, wie wir unsere Produkte und Dienstleistungen entwickeln oder verbessern können. Mit diesen Bemühungen zeigen wir unsere Integrität, indem wir die Rechte und die Regeln des fairen Wettbewerbs, durch die diese geschützt werden, respektieren. Indem wir uns an die Spielregeln halten, erhalten wir unseren Ruf für vorzügliche Leistung aufrecht.



## UNSER STANDARD



Verwenden und sammeln Sie Informationen über unsere Mitbewerber nur, wenn sie aus rechtmäßigen Quellen stammen, auf die Sie zugreifen dürfen.

## DER RICHTIGE WEG

- Ziehen Sie veröffentlichte oder allgemein verfügbare Quellen für Mitbewerberinformationen heran. Dazu zählen Forschungsberichte, Zeitungen und Marketingmaterialien, um nur einige zu nennen.
- Stellen Sie sicher, dass Dritte, die Ihnen Mitbewerberinformationen zugänglich machen, wissen, dass wir nur legal beschaffte Informationen akzeptieren.
- Sie können mit derzeitigen oder potenziellen Kunden Gespräche über deren Bedarf führen, so lange die uns von ihnen bereitgestellten Informationen nicht vertraulich sind. Sind die Informationen vertraulich, müssen wir zur Kenntnis berechtigt sein.
- Erklären Sie neuen Mitarbeitern, dass sie sich an die Bedingungen rechtmäßiger Vertraulichkeitsvereinbarungen oder ähnlicher Verpflichtungen halten müssen, die gegenüber früheren Arbeitgebern oder sonstigen Dritten bestehen.
- Wenn Sie einen Mitarbeiter einstellen, der früher für einen Mitbewerber tätig war, fordern Sie ihn nicht zur Preisgabe vertraulicher Mitbewerberinformationen auf.
- Akzeptieren Sie keine Mitbewerberinformationen, die direkt vom Mitbewerber stammen. Dieses Sammeln von Mitbewerberinformationen wäre nicht nur ungesetzlich. Der Informationsaustausch mit einem Mitbewerber könnte auch Hinweis darauf sein, dass zwischen Mitbewerbern eine unzulässige Absprache besteht. Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt „**Der Umgang mit Mitbewerbern**“ auf Seite 45.
- Lügen Sie nie, und stellen Sie Tatsachen nicht falsch dar, um Mitbewerberinformationen zu erhalten.
- Engagieren Sie keine Marktforschungsfirmen, Beratungsunternehmen oder andere Dritte zur Durchführung von Handlungen, die für Sie oder das Unternehmen unzulässig sind.
- Bitten Sie Geschäftspartner nicht um Informationen über unsere Mitbewerber, wenn Sie wissen, dass es sich um vertrauliche Informationen handelt, und akzeptieren Sie solche Informationen nicht.



## REAKTION

Unsere Wettbewerbsgrundlage sind unsere harte Arbeit, innovative Ideen und unsere Fähigkeit, die Anforderungen unserer Kunden zu verstehen. Informationen, zu deren Beschaffung wir nicht berechtigt sind, zählen nicht dazu. Sie dürfen über bestimmte Angelegenheiten mit einem neuen Mitarbeiter sprechen, beispielsweise über seine berufliche Erfahrung und allgemeine Sachkenntnisse. Sie sollten ihn jedoch nie auffordern, vertrauliche Informationen eines anderen Unternehmens offenzulegen oder seine Pflicht zur vertraulichen Behandlung bestimmter Informationen zu verletzen. Wenn Ihnen vertrauliche Informationen eines Mitbewerbers zugänglich gemacht wurden, wenden Sie sich an einen unternehmensinternen Rechtsberater des Unternehmens, damit nicht der Verdacht aufkommt, dass Sie diese vertraulichen Informationen auf unlautere Weise gewonnen haben.



## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Überdenken Sie Ihr Vorhaben, bevor Sie einen Vertreter, Einzelhändler, Vertriebshändler oder Berater, der für das Unternehmen arbeitet und früher für einen Mitbewerber tätig war, um Informationen über einen Mitbewerber bitten oder solche Informationen annehmen. Bitte Sie die unternehmensinternen Rechtsberater um Orientierungshilfe.
- Bei einem Vertreter, Einzelhändler, Vertriebshändler oder sonstigem Dritten, der nicht bereit ist zu erklären, wie er Mitbewerberinformationen einholt, ist Zurückhaltung angebracht. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass der Betreffende fragwürdige Praktiken einsetzt.
- Wenn Sie unerwartet Informationen über einen Mitbewerber aus einer anonymen Quelle erhalten, ist Vorsicht angebracht. Bevor Sie das Material überprüfen, bitten Sie die unternehmensinternen Rechtsberater um Orientierungshilfe.



## SZENARIO

Sie haben auf Ihrem Schreibtisch ein Paket mit vertraulichem Material vorgefunden, das einem Geschäftspartner gehört. Sie wissen, dass unsere Partner häufig Informationen über ihre Pläne und Produkte austauschen, um neue Geschäftsaktivitäten zwischen den Unternehmen zu fördern. Die Informationen wären sehr hilfreich, da sie eine neue Produkteinführung planen.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# KORREKTE VERWENDUNG DER INFORMATIONEN ANDERER

Integrität gegenüber unseren Geschäftspartnern bedeutet, dass wir unsere Versprechen halten und gegenüber den Rechten und Geschäftsinteressen unserer Partner Respekt zeigen. Genau wie wir von anderen erwarten, dass sie die Vertraulichkeit von Informationen unseres Unternehmens respektieren, wollen wir dasselbe im Hinblick auf Informationen tun, die unseren Kunden, Channel-Partnern, Zulieferern und anderen Geschäftspartnern gehören.



## UNSER STANDARD

Gehen Sie beim Beschaffen, Verwenden und Austauschen von Informationen, die anderen gehören, sorgfältig vor, und halten Sie sich an die entsprechenden Nutzungsrichtlinien.

## DER RICHTIGE WEG

- Bei der Entgegennahme vertraulicher Informationen eines potenziellen Mitbewerbers ist Vorsicht geboten, da dies zu einem Konflikt in der Frage der Urheberschaft einer bestimmten Idee führen könnte.
- Bitten Sie Kunden und Geschäftspartner um die Nutzungsbedingungen, wenn sie uns ihre vertraulichen Informationen zur geschäftlichen Verwendung überlassen.
- Beim Informationsaustausch mit anderen sollten Sie die betreffenden Informationen als Eigentum des jeweiligen Inhabers kennzeichnen.
- Vergessen Sie nicht, eine Vertraulichkeitsvereinbarung abzuschließen, bevor Sie vertrauliche Informationen entgegennehmen. Im Zweifelsfall wenden Sie sich an die unternehmensinternen Rechtsberater.
- Verwenden Sie keine Informationen, die als vertrauliche Informationen einer anderen Person gekennzeichnet sind, ohne die entsprechenden Nutzungsrichtlinien oder Einschränkungen zu kennen.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Machen Sie sich mit den Nutzungsbedingungen vertraut, denen das Unternehmen bei Entgegennahme der vertraulichen Informationen eines Geschäftspartners zustimmt. Stellen Sie sicher, dass das Unternehmen diese Bedingungen erfüllen kann und dass sie unseren Geschäftsaktivitäten keine unerwarteten Einschränkungen auferlegen und uns beispielsweise daran hindern, ein ähnliches Produkt oder Geschäftskonzept weiterzuverfolgen.
- Vorsicht ist angebracht bei Informationen, die nicht öffentlich zugänglich scheinen, nicht dem Unternehmen gehören oder bei denen der Eigentümer nicht offensichtlich ist. Dies könnte Hinweis darauf sein, dass sie unrechtmäßig von einem anderen Unternehmen erworben wurden. Gehen Sie nicht einfach davon aus, dass Kollegen diese Richtlinien bereits untersucht haben.



## REAKTION

Es ist sinnvoll, sich an die unternehmensinternen Rechtsberater zu wenden, wenn Sie die Informationsquelle nicht kennen oder kein Hinweis auf die Nutzungsrechte vorliegt. Wenn vertrauliche Informationen entgegengenommen werden, könnte es erforderlich sein, dass das Unternehmen besondere Verpflichtungen gegenüber dem Partner eingeht, und möglicherweise sind wir nicht gewillt, diese Bedingungen zu akzeptieren. Auch wenn die Informationen rechtmäßig beschafft wurden und wir zu ihrer Verwendung berechtigt sind, zeigen wir Integrität und Respekt gegenüber unserem Geschäftspartner, wenn wir die Bedingungen und Rechte überprüfen.



# FAIRER WETTBEWERB

Wir erkennen die Bedeutung eines wettbewerbsfähigen Marktes an, der Unternehmen zu Innovationen anregt, um unseren Kunden und den Interessen der Gesellschaft bestmöglich zu dienen. Das Festhalten an den Regeln des fairen Wettbewerbs, die einen starken und wettbewerbsfähigen Markt ermöglichen, ist wesentlich für die Aufrechterhaltung unserer Fähigkeit zur Innovation und Wertschöpfung für unsere Kunden. Durch das Befolgen dieser Gesetze verbessern wir nicht nur das gesellschaftliche Umfeld, sondern helfen unserem Unternehmen und unseren Geschäftspartnern, bessere Werte für unsere Kunden zu schaffen. Wir verpflichten uns dazu, die Gesetze des fairen Wettbewerbs in allen Ländern, in denen wir tätig sind, einzuhalten. Unsere Verpflichtung zu fairem Wettbewerb baut auf diese Weise nicht nur Vertrauen unter den Geschäftspartnern und Verbrauchern auf, sondern hilft uns, ein stärkeres und innovativeres Unternehmen zu werden.



**Führen Sie sich vor Augen, dass die Gesetze des fairen Wettbewerbs sehr komplex** und je nach Rechtssystem unterschiedlich sind. Es kann schwierig sein zu ermitteln, was eine Verletzung dieser Regeln darstellt und was nicht. Einige Länder haben Regeln in Kraft gesetzt, die den Anwendungsbereich ihrer Gesetze über die Landesgrenzen hinaus erweitern, und viele haben deren Durchsetzung und Strafen verstärkt.

Wenn Sie in den Bereichen Verkauf, Marketing, F&E, Produktionsplanung, Ausrüstungs- oder Materialbeschaffung tätig sind oder Verhandlungen mit unseren Channel-Partnern oder Zulieferern führen, wird von Ihnen **besonders** erwartet, dass Sie die Richtlinie des Unternehmens zum fairen Wettbewerb kennen und wissen, wie sie auf Ihre Tätigkeit anzuwenden ist. **Weitere Informationen finden Sie in den Richtlinien für fairen globalen Wettbewerb von LG.**

## HINTERGRUND

**Im Allgemeinen schränken die Regeln des fairen Wettbewerbs folgende Dinge ein oder verbieten sie:**

- Vereinbarungen oder Abmachungen zwischen Mitbewerbern oder zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden, Channel-Partnern oder Zulieferern, die den Wettbewerb auf unfaire Weise einschränken
- Missbrauch der Position eines Unternehmens in der Lieferkette oder auf dem Markt, um sich einen unlauteren Vorteil gegenüber anderen Unternehmen und insbesondere kleineren Unternehmen zu verschaffen
- Potenzielle Fusionen, Übernahmen, Joint Venture oder sonstige Allianzen, die den fairen Wettbewerb behindern können, ohne vorherige Überprüfung und Genehmigung durch die Regierung oder eine Behörde

**Denjenigen, die die Regeln des fairen Wettbewerbs verletzen, drohen schwere Strafen, einschließlich langer Gefängnisstrafen und sehr hoher Bußgelder. Dies gilt für alle an derartigen Handlungen Beteiligten. Die Folgen sind auch für das Unternehmen verheerend, da sie zu hohen Bußgeldern für das Unternehmen, umfangreichen Sammelklagen und Auflagen in Bezug auf unsere Geschäftstätigkeit in dem betreffenden Land führen können.** Aus diesen Gründen ist das Unternehmen im Hinblick auf Geschäftsaktivitäten, die diese Regeln verletzen könnten, äußerst vorsichtig.

**Halten Sie sich zur Vermeidung von Problemen an folgende Richtlinien:**

1. Treffen Sie unabhängige geschäftliche Entscheidungen. Ihre Entscheidungen sollten auf der objektiven Bewertung einer Situation und auf sorgfältiger Erwägung der verfügbaren Tatsachen und Optionen beruhen.
2. Informieren Sie die unternehmensinternen Rechtsberater, wenn ein Mitbewerber Vorschläge zu gesetzwidrigem Verhalten macht.
3. Bitten Sie um Hilfe, wenn Sie sich bezüglich der richtigen Handlungsweise nicht sicher sind.
4. Informieren Sie die unternehmensinternen Rechtsberater, wenn Sie eine Mitteilung von einer Vollzugsbehörde erhalten haben. Übergeben Sie keine Dokumente oder Materialien ohne Genehmigung durch die unternehmensinternen Rechtsberater.



## SZENARIO

Das Unternehmen wird von einem seiner Channel-Partner um einen sehr niedrigen Verkaufspreis gebeten. Dieser Käufer ist zu keinerlei Entgegenkommen bereit und behauptet, dass unser Mitbewerber ebenfalls zu diesem Preis verkauft und ihn sogar vorgeschlagen hat. Ihrer Meinung nach ist es höchst unwahrscheinlich, dass der Mitbewerber diesen Preis vorgeschlagen hat, es sei denn, dass es auf dem Markt zu einer wesentlichen und Besorgnis erregenden Änderung gekommen ist, die Ihnen nicht bekannt ist. Sie ziehen es in Betracht, diesen Preis durch ein Gespräch mit dem Mitbewerber zu überprüfen, um sicherzustellen, dass die Angaben des Channel-Partners zutreffen.



Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# FAIRER WETTBEWERB: DER UMGANG MIT MITBEWERBERN

Wir wollen unsere Mitbewerber respektieren und Situationen vermeiden, die unrechtmäßiges Zusammenwirken nahelegen könnten. Im Allgemeinen können Beziehungen zwischen Mitbewerbern Probleme mit dem fairen Wettbewerb verursachen. Wir sind zu allererst dazu verpflichtet, unseren Kunden zu dienen. Dies tun wir, indem wir die Regeln unterstützen, die fortwährende Innovationen und Erfolg in einem starken, wettbewerbsfähigen Markt begünstigen.



## UNSER STANDARD

Schließen Sie nie ohne Genehmigung der unternehmensinternen Rechtsberater einen Vertrag, eine Vereinbarung oder eine offizielle, inoffizielle oder stillschweigende Absprache mit einem Mitbewerber ab. Holen Sie die entsprechenden Handlungsempfehlungen ein, bevor Sie das Unternehmen darin bestärken, sich den Aktivitäten eines Mitbewerbers anzuschließen. Regulierungsbehörden könnten dies fälschlicherweise als wettbewerbsfeindlich interpretieren.

## HINTERGRUND

**Unzulässige Vereinbarungen** betreffen nicht ausschließlich den Verbraucherpreis. Solche Vereinbarungen können alles zum Inhalt haben, was den Preis oder die Wahl des Kunden beeinflussen könnte, zum Beispiel:

- Preisabsprachen – Eine Vereinbarung zur Preisgestaltung für Channel-Partner oder Kunden in jeglicher Form, beispielsweise die Verwendung von Preisformeln, Preisnachlässen oder Rabatten oder die Vereinbarung von Preisen, die Zulieferern gezahlt werden
- Angebotsmanipulation – Eine Vereinbarung darüber, wie für Geschäfte mit dem Kunden oder Channel-Partner geboten werden sollte, beispielsweise die Vereinbarung, welcher Preis oder welche anderen Bedingungen in einem Angebot aufgeführt werden sollen; in der Regel wird dies getan, damit ein Mitbewerber einen Kunden für sich gewinnt und ein anderer den nächsten Kunden
- Betriebs-, Produktions- oder Vertriebsvereinbarungen – Eine Vereinbarung von Stufen oder anderen Einschränkungen bei der Produktion oder dem Vertrieb von Produkten oder eine Vereinbarung anderer betrieblicher Aktivitäten
- Markt-, Gebiets- oder Kundenzuordnung – Eine Vereinbarung zum Aufteilen von Märkten, Gebieten oder Kunden, sodass der Wettbewerb jeweils reduziert wird
- Gruppenboykott – Eine Vereinbarung, beispielsweise mit einer bestimmten Person oder Gruppe von Kunden, Vertriebshändlern oder Zulieferern keine Geschäfte zu tätigen, bis die betreffende Gruppe einer günstigeren Preisgestaltung oder anderen Bedingungen zustimmt

**Die Rechtswidrigkeit derartiger Vereinbarungen erfordert nicht deren Erfüllung oder Abschluss.** Selbst fehlgeschlagene Versuche, eine Vereinbarung abzuschließen, deren Einhaltung von einer Partei nicht ernstlich beabsichtigt war, kann dennoch als geheime Verabredung zur Verletzung des Gesetzes des fairen Wettbewerbs betrachtet werden.

## REAKTION

Der Austausch von Preisinformationen mit einem Mitbewerber ist niemals die richtige Lösung. In vielen Ländern ist diese Praxis sogar ungesetzlich. Wir sollten auf der Grundlage unserer eigenen Entscheidungen bei der Preisgestaltung konkurrieren und, was noch wichtiger ist, auf der Grundlage des echten Wertes unserer Produkte und Dienstleistungen, die wir für unsere Kunden bereitstellen. Wir müssen die Wettbewerbsfähigkeit unserer Preise mithilfe von Daten verstehen, die wir uns rechtmäßig verschaffen.





## DER RICHTIGE WEG



- Meiden Sie Zusammenkünfte von Mitbewerbern, bei denen ein bestimmter geschäftlicher Zweck nicht ersichtlich ist oder die keine festgelegte Tagesordnung mit legitimen Diskussionspunkten haben.
- Wenn es in einer Diskussion bei einer legitimen Zusammenkunft von Mitbewerbern um Preise oder andere riskante Themen geht:
  - Erklären Sie ausdrücklich, dass diese Diskussion laut Unternehmensrichtlinie nicht zulässig ist.
  - Verlassen Sie den Raum und stellen Sie sicher, dass Ihre Erklärung und Ihr Weggang protokolliert werden.
  - Informieren Sie unverzüglich die unternehmensinternen Rechtsberater über diese Situation.
- Tauschen Sie ohne Genehmigung durch die unternehmensinternen Rechtsberater oder eine allgemeine „pauschale“ Genehmigung zum regelmäßigen Informationsaustausch keine spezifischen Informationen mit einem Mitbewerber aus. Tauschen Sie beispielsweise keine Informationen aus über:
  - Preisgestaltung
  - Produktausstoß
  - Kundenlisten
  - Verkaufsgebiete
  - Kreditbedingungen

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Vermeiden Sie Diskussionen und den Informationsaustausch mit einem Mitbewerber oder andere Mitteilungen an ihn. Selbst völlig harmlose Interaktionen können falsch interpretiert werden und setzen den Ruf unseres Unternehmens aufs Spiel.
- Bestimmte Aktivitäten zwischen Mitbewerbern, beispielsweise Joint Ventures oder Forschungsprogramme, können angemessen sein, wenn es ihr Ziel ist, einem Kunden auf eine Art und Weise zu dienen, wie es keinem der beiden Unternehmen allein möglich wäre. Holen Sie jedoch immer Handlungsempfehlungen bei den unternehmensinternen Rechtsberatern ein, bevor Sie erste Gespräche mit einem Mitbewerber über eine solche Vereinbarung führen.



## SZENARIO

Unser Unternehmen ist der einzige Kunde eines bestimmten Zulieferers. In dieser Beziehung ist es zu einigen Meinungsverschiedenheiten gekommen, die der Zulieferer möglicherweise als Ungerechtigkeiten empfunden hat. Da die Beziehung für das Unternehmen nicht positiv ist, möchten Sie diese einstellen.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# FAIRER WETTBEWERB: DER UMGANG MIT CHANNEL-PARTNERN UND ZULIEFERERN

Beim fairen Wettbewerb geht es darum, wie wir mit Mitbewerbern und unseren Zulieferern, Channel-Partnern, Auftragnehmern und anderen Geschäftspartnern zusammenwirken. Bei unseren Beziehungen sollte letztendlich im Mittelpunkt stehen, wie wir unseren Kunden dienen und effektiv mit unseren Geschäftspartnern zusammenarbeiten, statt den lautereren Wettbewerb auf unfaire Weise einzuschränken. Dazu streben wir den Aufbau gegenseitigen Vertrauens und die Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern an, indem wir Chancengleichheit für sie sicherstellen und in allen unseren geschäftlichen Transaktionen Fairness und Transparenz demonstrieren.

## UNSER STANDARD



Zeigen Sie Fairness und Integrität in allen unseren Geschäftsbeziehungen mit unseren Channel-Partnern, Zulieferern und anderen Geschäftspartnern. Gehen sie umsichtig vor, wenn Sie unseren Channel-Partnern Verkaufspreise empfehlen oder mit unseren Zulieferern Geschäftsbedingungen vereinbaren.

## HINTERGRUND

**Regelwidrige Aktivitäten im Zusammenhang mit unseren Geschäftspartnern können folgende umfassen:**

- **Handelsverweigerung** – Die Weigerung, ohne legitimen Grund mit einem potenziellen oder früheren Partner Geschäfte zu tätigen; dies könnte den Verdacht aufkommen lassen, dass zusammen mit einem Mitbewerber die Zuordnung von Kunden versucht wird
- **Unfaire Ausnutzung einer überlegenen Handelsposition** – Die Ausnutzung der überlegenen Position des Unternehmens gegenüber einem Zulieferer oder Channel-Partner, um unfaire Preise durchzusetzen, die Bezahlung zu verweigern oder hinauszuzögern, Verkaufsziele aufzuerlegen, die Geschäftsbedingungen neu festzuschreiben, sich bei der Unternehmensführung einzumischen sowie andere unfaire Aktivitäten
- **Ungleichbehandlung bei Preisen oder Zuschüssen** – Die Preisfestsetzung für bestimmte Channel-Partner außerhalb einer regelmäßig angewendeten Preisstruktur ohne angemessenen Grund; dies kann auch für die Bereitstellung nicht finanzieller Unterstützung gelten
- **Ausschließlicher Handel mit bestimmten Partnern oder Absatzgebieten** – Das Festlegen von Bedingungen, die die freie Geschäftstätigkeit unserer Partner in unangemessener Weise einschränken; dazu zählen der Handel nur unter der Bedingung, dass unser Partner keine geschäftlichen Beziehungen zu einem Mitbewerber hat, sowie das Festlegen exklusiver Absatzgebiete
- **Beibehaltung des Wiederverkaufspreises** – Die Forderung, dass ein Channel-Partner die Produkte des Unternehmens zu einem bestimmten Preis verkauft, die Einstellung von Verkäufen an diesen Partner aufgrund seiner Preisentscheidung oder die Bestrafung eines Channel-Partners für die Änderung der Wiederverkaufspreise aufgrund der Beschwerde eines anderen Partners
- **Vertriebsbindung und Bündelungsabmachungen** – Die Bedingung, dass ein Partner beim Unternehmen einkauft oder an das Unternehmen verkauft, damit das Unternehmen gegenüber dem Partner dasselbe tut, und zwar entweder als Großhandelsvereinbarung oder bei bestimmten Produkten, die keinerlei Bezug zueinander haben
- **Verdrängungspreise** – Das Festlegen ungerecht niedriger Preise gegenüber Channel-Partnern oder Kunden, beispielsweise unter dem Selbstkostenpreis, oder der Einkauf zu ungerecht hohen Preisen bei Zulieferern, um Mitbewerber vom Markt zu verdrängen

**Um mehr über unsere Grundsätze und Standards im Umgang mit unseren Geschäftspartnern zu erfahren, machen Sie sich mit der LG Electronics Procurement Policy vertraut**

## REAKTION

Das Unternehmen hat das Recht, seine eigenen Geschäftspartner auszuwählen. Gleichzeitig wollen wir uns angemessen darum bemühen, unseren Geschäftspartnern zum Erfolg zu verhelfen. So lange wir diese Entscheidungen auf der Grundlage von Sachdaten und Augenmaß treffen, werden wir die Regeln des fairen Wettbewerbs wahrscheinlich nicht verletzen. Bemühen Sie sich aufrichtig, den Zulieferer davon zu überzeugen, dass diese Entscheidung auf Fairness und Vernunftgründen basiert. Stellen Sie außerdem sicher, dass Sie Ihre Entscheidung auf der Grundlage der Zuliefererleistung dokumentieren können. Es ist angebracht, diese Situation mit den unternehmensinternen Rechtsberatern zu erörtern, bevor Sie die Beziehung zu dem Zulieferer abbrechen.





## DER RICHTIGE WEG

- Bevor Sie neue Preise für die Beschaffung festlegen und andere Entscheidungen dazu treffen, wie das Unternehmen mit Geschäftspartnern umgeht, sollten Sie das „Goodbook“ mit Richtlinien für die globale Beschaffung von LG durchlesen. So wird sichergestellt, dass die vorgeschlagenen Pläne nicht zu unfairen Vereinbarungen mit unseren Geschäftspartnern führen.
- Überprüfen Sie zusammen mit den unternehmensinternen Rechtsberatern neue Marketing-, Werbe- oder Preisstrategien, die zu einer Ungleichbehandlung von Geschäftspartnern des Unternehmens führen können.
- Vermitteln Sie unsere Gründe, Standards oder Kriterien bei der Entscheidungsfindung eindeutig, wenn es aufgrund dieser Entscheidungen zu wesentlichen Änderungen bei der Preisgestaltung, dem Volumen oder anderen Bedingungen unserer Geschäftsbeziehungen kommt. Unsere Partner sollten verstehen, dass das Unternehmen diese Entscheidungen auf fairer und objektiver Grundlage trifft.
- Üben Sie niemals Druck auf unsere Channel-Partner aus, bestimmte Verkaufspreise festzulegen. Empfohlene Verkaufspreise können vorgeschlagen werden, jedweder Druck oder die Androhung, die Geschäftsbeziehungen oder eventuelle Incentives zu beenden oder Sanktionen zu verhängen, können dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen zuwiderlaufen.
- Setzen Sie faire und objektive Kriterien bei Entscheidungen ein, die im Wettbewerb stehende Geschäftspartner betreffen, oder in Fällen, in denen eine vorhandene Geschäftsbeziehung eingestellt wird. Sie sollten mit Dokumenten nachweisen können, dass eine solche Entscheidung in angemessener und legitimer Weise erfolgt ist.
- Treffen Sie sich nicht mit zwei oder mehr Channel-Partnern gleichzeitig, um Themen zu erörtern, die den Wettbewerb beeinträchtigen könnten, wie beispielsweise die Auswahl von Channel-Partnern oder die Aufteilung von Absatzgebieten.
- Treffen Sie keine Vereinbarung oder Abmachung, die den Geist des fairen Wettbewerbs verletzen könnte, ohne die Angelegenheit zuerst zusammen mit den unternehmensinternen Rechtsberatern zu überprüfen.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Alle Verträge, Vereinbarungen und Abmachungen, die das Unternehmen mit seinen Partnern eingeht, können Bedingungen enthalten, aufgrund derer das Unternehmen seine Standards oder andere Rechtsauflagen verletzen könnte.
- Bisweilen können die Geschäftspartner des Unternehmens gleichzeitig Mitbewerber sein. In solchen Situationen wird es noch schwieriger, die Standards des fairen Wettbewerbs anzuwenden. Wenden Sie sich an die unternehmensinternen Rechtsberater.
- Beachten Sie insbesondere Fälle, in denen ein kleinerer Partner wesentlich von der Geschäftsbeziehung zu uns abhängig ist. In solchen Fällen ist es viel wahrscheinlicher, dass gegen den Partner gerichtete Aktionen als Missbrauch unserer Position in der Lieferkette angesehen werden.
- Wenn Sie ohne guten Grund die potenzielle Geschäftsbeziehung mit einem bestimmten Geschäftspartner verweigern, könnten die für fairen Wettbewerb zuständigen Behörden und das abgelehnte Unternehmen den Verdacht hegen, dass das Unternehmen mit einem Mitbewerber bei der Zuordnung von Kunden zusammenwirkt oder missbräuchlich versucht, seine dominante Position zu stärken.



## SZENARIO

Nach dem Gespräch mit einem Channel-Partner sind Sie davon überzeugt, dass ein Mitbewerber bald seine Preise erhöhen wird. Ihrer Meinung nach ist dies ein gutes Zeichen, dass das Unternehmen ebenfalls seine Preise erhöhen kann. Sie ziehen es in Betracht, in einer Empfehlung an Ihren Vorgesetzten zu schreiben, dass „das Unternehmen seine Preise erhöhen sollte, da die Konkurrenz Ihrer Auffassung nach ebenfalls die Preise erhöht“.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# FAIRER WETTBEWERB: UMSICHTIGE KOMMUNIKATION

Das Unternehmen demonstriert seine Verpflichtung zum fairen Wettbewerb in seinen internen und nach außen gerichteten Mitteilungen. Was wir sagen und schreiben liefert Hinweise darauf, wie wir mit anderen im Wettbewerb stehen. Darin spiegeln sich unsere Anstrengungen wider, die wir unternehmen, damit unsere Aktionen nicht die Regeln des fairen Wettbewerbs verletzen. Wir sind verpflichtet, selbst den Anschein einer Verletzung des fairen Wettbewerbs zu vermeiden. Denken Sie bei der Art Ihrer Kommunikation über Aktivitäten des Unternehmens stets an fairen Wettbewerb.



## UNSER STANDARD

Lassen Sie bei der mündlichen und schriftlichen Unternehmenskommunikation im Zusammenhang mit den Themen des fairen Wettbewerbs immer Sorgfalt walten, und deuten Sie nie an, dass das Unternehmen Interesse an Vereinbarungen hat, die sich gegen den fairen Wettbewerb richten.

## HINTERGRUND

**Die Unternehmenskommunikation** hat vielerlei Formen. Sie kann uns bei der Unterstützung unseres guten Rufs unterstützen oder ihn schädigen. Solche Kommunikationsinhalte umfassen beispielsweise folgende:

- Innerbetriebliche Mitteilungen, E-Mails, Aufzeichnungen auf Notizblöcken und Sofortmitteilungen
- Offizielle Präsentationen für Partner, Kunden, Zulieferer, die Unternehmensführung und Kollegen
- Erklärungen während eines Meetings mit einem Partner, einer Zusammenkunft mit Branchenpartnern oder während eines Presseinterviews oder auch in einem zwanglosen Gespräch



## REAKTION

Es ist rechtmäßig und angebracht, dass Mitarbeiter im Verkauf und andere Mitarbeiter Kunden danach fragen, welche Preise ein Mitbewerber verlangt, und Marktinformationen über Dritte, beispielsweise eine Marktforschungsfirma, einholen. Es ist jedoch regelwidrig, sich diese Informationen direkt bei einem Mitbewerber zu verschaffen. Wenn solche sensiblen Informationen vermittelt werden, sollten Sie die Informationsquelle nennen, sodass offensichtlich ist, wie Sie diese Informationen erhalten haben. In diesem Fall haben Sie die Informationen auf geeignete Weise erhalten, doch Ihre Mitteilung an Ihren Vorgesetzten legt nahe, dass dies nicht der Fall war und Sie die Informationen direkt vom Mitbewerber erhalten haben. Sie sollten diese Mitteilung richtig umformulieren.



## DER RICHTIGE WEG

- Berücksichtigen Sie bei mündlichen oder schriftlichen Mitteilungen über das Unternehmen und seine Aktivitäten die Standards des fairen Wettbewerbs.
- Gehen Sie dabei davon aus, dass alle Kommunikationsinhalte des Unternehmens von Justizbehörden überprüft werden könnten.
- Vermeiden Sie irreführende Formulierungen, die einen falschen Eindruck in Bezug auf die Wettbewerbsaktivitäten des Unternehmens vermitteln könnten.
- Meiden Sie Bemerkungen über Branchentrends, beispielsweise die Preisgestaltung, die nahelegen könnten, dass das Unternehmen eine Absprache mit seinen Mitbewerbern getroffen hat.
- Nennen Sie die Quelle von Mitbewerberinformationen in schriftlichen Mitteilungen, um darzulegen, dass Sie diese Informationen rechtmäßig erhalten haben. Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt **„Verantwortungsbewusste Marktanalyse“** auf Seite 38.
- Äußern Sie sich nie abfällig über Mitbewerber oder ihre Produkte und Dienstleistungen. Alle Vergleiche von Produkten oder Dienstleistungen müssen sachlich sein und mit Nachweisen belegt werden. Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt **„Verantwortungsbewusstes Marketing“** auf Seite 12.
- Verwenden Sie keine Begriffe, die einen falschen Eindruck bezüglich unserer Vorgehensweise beim Umgang mit Mitbewerbern vermitteln könnten. Begriffe, die möglichst vermieden werden sollten, sind unter anderem folgende:
  - „Mitbewerber verdrängen“
  - „Der Konkurrenz schaden“
  - „Wir werden den Markt beherrschen“
  - „Zusammenarbeit mit Mitbewerbern“
  - „Wir haben ein gemeinsames Grundverständnis mit unseren Mitbewerbern“

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Halten Sie sich an die Rechtsordnung oder andere Anforderungen an die Aufbewahrung der Unternehmenskommunikation im Zusammenhang mit einem Rechtsprozess, einer behördlichen Anforderung oder einer anderen Rechtshandlung, selbst wenn das Material aufgrund der im Unternehmen geltenden Aufbewahrungsverfahren für die Vernichtung gekennzeichnet wurde. Die unsachgemäße Vernichtung derartiger Kommunikation kann dem Unternehmen sehr schaden.

Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt **„Konforme Dokumentenaufbewahrung und -archivierung“** auf Seite 75.





## SZENARIO

Ein Produkt des Unternehmens hat sich im Ausland aufgrund einer hervorragenden Werbekampagne mit einer bekannten Persönlichkeit außerordentlich gut verkauft. Da dieser Star auch in unserem Land bekannt ist, sind Sie sich sicher, dass die Wiederverwendung dieser Anzeigen dort, wo Sie arbeiten, eine preisgünstige und wirksame Möglichkeit zur Umsatzsteigerung ist. Sie wissen, dass das Unternehmen die Publizitätsrechte der betreffenden Persönlichkeit lizenziert hat, und die Anzeigen müssten nur im Hinblick auf die Sprache und den Stil Ihres Landes überarbeitet werden.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# RESPEKT FÜR DAS GEISTIGE EIGENTUM ANDERER

Fairer Wettbewerb bedeutet auch Respekt für die Rechte anderer an ihrem geistigen Eigentum. So wie wir von anderen Respekt für unser geistiges Eigentum erwarten, zeigen wir Fairness, wenn wir das geistige Eigentum anderer respektieren und beim Entwickeln unserer eigenen Ideen umsichtig vorgehen. In einem Unternehmen der Spitzentechnologie, in dem gute Ideen schnell entwickelt werden müssen, damit das Unternehmen wettbewerbsfähig bleibt, zeigt unsere Achtung der Rechte anderer an geistigem Eigentum unser wahres Bekenntnis zu diesen Grundsätzen.



## UNSER STANDARD



Respektieren Sie die Rechte anderer an geistigem Eigentum. Verwenden Sie diese Informationen und Materialien nur, wenn wir beispielsweise aufgrund einer Genehmigung durch den Besitzer zur Verwendung berechtigt sind.

## DER RICHTIGE WEG

- Recherchieren Sie, ob andere Beteiligte Eigentumsrechte an den Materialien, Informationen, Medien (beispielsweise Bilder, Audio und Video) oder anderen Konzepten, die wir verwenden wollen, haben. In diesem Fall finden Sie heraus, wie die Anforderungen zur Verwendung dieser Informationen aussehen.
- Vergewissern Sie sich, dass Sie die Lizenzbedingungen für dieses geistige Eigentum, denen das Unternehmen unterliegt, kennen.
- Verwenden Sie nie ein Design, Technologien, Medien oder Informationen, die im Eigentum eines anderen Unternehmens oder einer Person sind, ohne vorher eine Genehmigung zur Verwendung einzuholen.
- Verwenden Sie nie die Betriebsgeheimnisse eines anderen, die Sie oder das Unternehmen nicht rechtmäßig erworben haben, und geben Sie solche Informationen nicht weiter.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Achten Sie darauf, ob von unseren Zulieferern bereitgestellte Komponenten zur Verwendung in unseren Endprodukten Technologien beinhalten, die das geistige Eigentum einer anderen Partei sein könnten.
- Seien Sie vorsichtig bei Bildern, Audio-, Videodateien und anderen Medien im Internet, die auf den ersten Blick frei verwendbar scheinen. Gehen Sie nicht davon aus, dass solche Materialien lizenzfrei zur Nutzung zur Verfügung stehen.
- Gehen Sie auch beim Verwenden von Open-Source-Code vorsichtig vor. Obwohl Open-Source-Code grundsätzlich kopiert bzw. in unsere Software-Produkte integriert werden kann, unterliegt dessen Verwendung trotzdem spezifischen Lizenzbestimmungen (beispielsweise das Öffnen unseres eigenen Quellcodes).
- Führen Sie sich vor Augen, dass Materialien, die von Kollegen per E-Mail in Umlauf gebracht werden, das geistige Eigentum anderer sein könnten, sodass Einschränkungen bei ihrer Verwendung und Weiterleitung bestehen. Im Allgemeinen sollten Artikel, Forschungsberichte und andere veröffentlichte Dokumente als geistiges Eigentum eines anderen betrachtet werden.

Weitere Informationen finden Sie in unseren **Patent Operations Management Principles** und unserer **Software Compliance Policy**

Weitere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt „**Schutz des unternehmenseigenen geistigen Eigentums**“ auf Seite 69.

## REAKTION

Wir wollen die Rechte anderer an geistigem Eigentum respektieren und anerkennen. Dabei geht es nicht nur um die Rechte unserer Mitbewerber, sondern auch um die Rechte unserer Geschäftspartner. Dazu muss recherchiert werden, was wir gemäß Vereinbarung mit unseren Geschäftspartnern tun dürfen und was nicht. In diesem Fall sollten Sie wissen, dass fast alle Werbelizenzen auf ein geografisches Gebiet beschränkt sind. Wir bauen bei unseren Partnern Vertrauen auf, indem wir bei der Verwendung ihrer Rechte an geistigem Eigentum gewissenhaft und vorsichtig vorgehen.





## SZENARIO

Eine Lieferung wichtiger Rohstoffe wurde mehrere Wochen im Zoll festgehalten.

Die Zollbehörde hat für diese Verzögerung keinerlei Erklärung abgegeben. Und trotz großer Anstrengungen gestaltet es sich für Sie sehr schwer, mit dem verantwortlichen Beamten in Kontakt zu treten, um das Problem zu lösen. Irgendwann tritt ein „Zollbeamter“ an Sie heran und lässt Sie im Vertrauen wissen, dass Ihre Lieferung morgen schon freigemacht werden kann, wenn Sie alles Weitere ihm überlassen.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# KEINE BESTECHUNG ODER UNSACHGEMÄSSEN ZAH- LUNGEN

Unsere Verpflichtung zum Jeong-Do Management (Unternehmensführung nach Grundsätzen) und unser Motto „nach den Regeln spielen und gewinnen“ erfordern die Einhaltung der höchsten Standards für Integrität und Transparenz bei unseren Geschäftstransaktionen, mit unseren Kunden und in unserer Gemeinschaft. Dabei müssen wir uns bei allen unseren geschäftlichen Aktivitäten fair und transparent verhalten und dürfen niemals mit Bestechung oder anderen unsachgemäßen Mitteln versuchen, unsere Geschäftsziele zu erreichen.

## UNSER STANDARD



Egal wo auf der Welt unsere Geschäftstätigkeit stattfindet, wir dürfen niemals versuchen, unsere Ziele mithilfe von Bestechung oder durch unzulässiger Gewährung von Vorteilen zu erreichen.

## HINTERGRUND

Bestechung ist das Angebot, das Versprechen oder das Übergeben von Geld oder anderen Wertzuwendungen an einen Regierungsbeamten, mit der Absicht, diesen zu korrumpieren und so die Geschäftszulassung zu erhalten, die Tätigkeit weiterführen zu dürfen oder anderweitige unsachgemäße Wettbewerbsvorteile zu erhalten.

- **Regierungsbeamter** bezieht sich nicht nur auf die Repräsentanten einer Regierungsbehörde, es gehören auch Mitarbeiter und Vertreter staatlicher Einrichtungen, Mitglieder politischer Parteien, Kandidaten für ein politisches Amt und Beamte von öffentlichen/wohltätigen Einrichtungen, die als staatliche Institutionen gelten, dazu (Hinweis: Auch bei einem Empfänger, der kein Regierungsbeamter ist, gilt das Übergeben von Geld oder eine andere Wertzuwendung oftmals als illegal, wenn dadurch die Person ihre Dienstpflicht verletzt)
- **Wertzuwendungen** sind nicht nur Geldzahlungen, Geschenke, Geschäftsessen und Unterhaltungsveranstaltungen. Dazu gehören auch jedwede Art von Spesenerstattung, Rabatt beim Erwerb unserer Produkte oder Dienstleistungen, Versprechen eines Arbeitsplatzes oder sonstige persönliche Vorteile
- **Wettbewerbsvorteile** sind unter anderem Privilegien/Erleichterungen bei Zollformalitäten, Steuern, Einreisevisa, behördlichen Genehmigungen und die Erschließung neuer Geschäftsmöglichkeiten über behördliche Ausschreibungen usw.

Bestechung erfüllt in jedem Land, in dem wir tätig sind, den Tatbestand einer schweren Straftat und die Strafen dafür können sowohl für den Einzelnen als auch für das Unternehmen erheblich sein. In den Ländern wird nicht nur inländische Korruption bestraft, sondern auch Bestechung im Ausland über extraterritoriale Gerichtsbarkeit. Länder wie die USA beispielsweise haben aufgrund einer einzelnen Geldüberweisung, die über eine in den USA ansässige Bank getätigt wurde oder aufgrund einer E-Mail, die über einen Server in den USA gesendet wurde, gegen ausländische Unternehmen schwere Strafen wegen Korruption verhängt. Auch wenn in dem Land, in dem Sie tätig sind, Bestechung an der Tagesordnung ist, dürfen Sie niemals davon ausgehen, dass dies erlaubt ist und dass deswegen keine Gefahr droht.

Selbst wenn nur unser Vertreter oder ein Mitarbeiter eines Joint Venture in Bestechung verwickelt ist, kann unser Unternehmen auch zur Verantwortung gezogen werden, wenn wir davon wussten oder es hätten wissen müssen.

## REAKTION

Wenn Sie Makler, Berater oder andere Dritte zur Lösung eines Rechtsstreits oder von kaufmännischen Problemen mit den lokalen Behörden hinzuziehen möchten, sollten Sie prüfen, ob diese Bestechung oder andere unsachgemäße Mittel einsetzen könnten. Es ist sehr wichtig, daran zu denken, dass wir nicht nur für unsere eigenen Maßnahmen zur Verantwortung gezogen werden, sondern auch für die Dritter, die in unserem Namen handeln.





## DER RICHTIGE WEG

- Wenn Sie einen Dritten als Vertreter, Berater oder Makler hinzuziehen, um behördliche Angelegenheiten zu regeln, wie beispielsweise Zollformalitäten, Steuern, Einreisevisa und Genehmigungen, sollten Sie wie folgt vorgehen:
  - Prüfen Sie, ob der fremde Makler eine familiäre oder andere wichtige Beziehung zu dem entsprechenden Regierungsbeamten hat
  - Prüfen Sie, ob die Gebühr des Maklers im Rahmen ist, und überwachen Sie die jeweils angefallenen Kosten und ob diese für die Ausführung des Auftrags notwendig sind
- Preiswerte Werbemittel und moderat gehaltene, gelegentliche Geschäftsessen und Unterhaltungsveranstaltungen sind aus Gründen der Höflichkeit und Partnerschaft möglich. Allerdings müssen diese Geschäftsessen, Geschenke oder Unterhaltungsveranstaltungen
  - zweifelsfrei im Rahmen sein, sodass diese nicht als verschwenderisch erachtet werden oder dem Empfänger das Gefühl geben, die Geste erwidern zu müssen und
  - in einer offenen und transparenten Weise angeboten werden, um jedwede Möglichkeit, dieses als unsachgemäße Bezahlung zu missverstehen, auszuschließen.
- Erstaten Sie nur tatsächlich angefallene Reisekosten oder andere Aufwendungen eines Regierungsbeamten, die für behördlich legitime Vorgänge, wie beispielsweise die Durchführung einer Werbeveranstaltung für ein Produkt usw., erforderlich waren

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Wenn Sie einen lokalen, unabhängigen Experten beauftragt haben, um Probleme mit rechtlichen, steuerlichen, zollrechtlichen oder behördlichen Genehmigungen zu lösen, müssen Sie den Experten dahingehend überwachen, dass dieser sich nicht auf Bestechung oder andere unsachgemäße Maßnahmen zugunsten des Unternehmens einlässt. Vorsicht bei:
  - Experten, die vom zuständigen Beamten empfohlen wurden oder bei denen familiäre Beziehungen zu diesem bestehen; Experten, die über keine Qualifikation verfügen, außer derjenigen, dass sie den entsprechenden verantwortlichen Beamten vorab bereits gekannt haben
  - Experten, die ihr Dienstleistungsabkommen geheim halten möchten oder es ablehnen, Anti-Korruptionsbestimmungen zuzustimmen.
  - unverhältnismäßig hohen Provisionen oder Spesenabrechnungen; undurchsichtigen oder verdächtigen Rechnungen; dürftig dokumentierten Spesenabrechnungen
  - Experten (oder zuständigen Beamten), die verlangen, dass Spesen ohne besonderen Grund an ein nicht zugehöriges Drittland, an einen Dritten, in bar oder an andere nicht nachvollziehbare Empfänger auszuzahlen sind.
  - Geschäften, bei denen die Regierung in hohem Maß beteiligt ist (wie beispielsweise Immobilien- oder Sicherungstransaktionen), und bei denen der zuständige Beamte verlangt, dass ausschließlich mit dem Experten verhandelt wird
- Selbst eine Spende an eine private Organisation, deren Vorsitzender ein Regierungsbeamter (oder Ähnliches) ist, oder eine Spende aufgrund einer Anfrage eines Regierungsbeamten kann in bestimmten Situationen als Bestechung ausgelegt werden



# GESELLSCHAFT- LICHE VERANT- WORTUNG

weltweit

- 62 Verpflichtung zum Umweltschutz
- 65 Verantwortungsbewusster internationaler Handel

Ein wichtiger Teil des Erfolgs unseres Unternehmens beruht auf guter Nachbarschaft. Das Umfeld, in dem wir leben und arbeiten, versorgt uns mit Mitarbeitern, der Unterstützung und dem Respekt, die für unseren Erfolg von zentraler Bedeutung sind. Im Gegenzug verhalten wir uns als verantwortungsvolles Unternehmen. Wir verpflichten uns weiterhin dazu, auf die Erwartungen unseres Umfelds einzugehen und aktiv Ziele und Standards festzulegen und zu erreichen, um das Leben unserer Nachbarn zu verbessern.



## SZENARIO

Eine seit langem für das Unternehmen tätige Firma für die Abfallverarbeitung ist mit einem Vorschlag zur Erweiterung der Geschäftsverbindung an Sie herangetreten. Obwohl umfassendere Dienstleistungen angeboten werden, scheint der geforderte Preis fast zu schön, um wahr zu sein. Sie wissen jedoch, dass es dadurch zu enormen Kosteneinsparungen kommt, und selbst wenn das Ganze etwas fragwürdig scheint, wäre es die andere Firma und nicht das Unternehmen, das sich etwas zu Schulden kommen lassen würde. Daher ziehen Sie das Geschäft in Betracht.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# VERPFLICHTUNG ZUM UMWELTSCHUTZ

Das Unternehmen setzt sich konsequent für den Umweltschutz ein. Wir wissen, dass ein gegenwärtig bestehendes einzelnes Problem in der Zukunft langfristige und weitreichende Auswirkungen auf die lokalen Gemeinschaften haben kann. Unsere Fürsorge für unsere Gemeinschaften und die Natur verpflichten uns, sorgfältig über den Umweltschutz nachzudenken. Das Unternehmen verpflichtet sich, im Hinblick auf die Auswirkungen unserer Betriebsvorgänge auf die Umwelt verantwortungsbewusst zu handeln und sicherzustellen, dass unsere Lieferkette dies ebenfalls tut.



## UNSER STANDARD



Führen Sie alle Betriebsvorgänge des Unternehmens im Hinblick auf unser Engagement beim Umweltschutz durch. Dies gilt insbesondere für die Produkte und den Fertigungsbetrieb unserer Zulieferer.

## HINTERGRUND

**Das Unternehmen ist** dem Umweltschutz stark verpflichtet. Beispiele dafür sind die Initiativen für umweltfreundliche Produktdesigns und -kennzeichnungen, eine hervorragende Ökobilanz sowie Beiträge zum Umweltschutz. Das Unternehmen stellt in seinem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht die Fortschritte der Umweltinitiativen den Zielen gegenüber.

**Unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt** sollte sich nach den globalen Unternehmensstandards richten, selbst wenn lokale Bestimmungen nicht unserem starken Engagement entsprechen. Die Umweltbestimmungen werden ständig weiterentwickelt, und Umweltschäden können sehr lange zurückbleiben. Selbst wenn die Umwelteinflüsse unseres Unternehmens nach den heute geltenden Rechtsmaßstäben zulässig sind, werden sie letztendlich nach den viel strengeren Standards von morgen beurteilt werden.

Weitere Informationen zu unserem konsequenten Einsatz für die Umwelt finden Sie hier :

- **Corporate Principles On Eco-Friendly Products**
- **Standards of Hazardous Substance Management for LGE Products**
- **Global EESH Codes**
- **Business Partner Eco-Friendliness Certification Standards**



## REAKTION

Beim Umgang mit Kosten geht es um mehr als nur die kurzfristigen Vorteile. Unsere Umweltverantwortung erstreckt sich über die gesamte Lieferkette und auf unsere örtlichen Gemeinschaften, um sicherzustellen, dass sich unser Geschäft als Ganzes nicht negativ auf sie auswirkt. Aus diesem Grund sollten wir uns bezüglich fragwürdiger Übereinkünfte und Aktivitäten unserer Partner, die unserem Unternehmen und allen Unternehmensbeteiligten langfristig schaden könnten, Gedanken machen.



## DER RICHTIGE WEG

- Äußern Sie Umweltbedenken im Hinblick auf Aspekte der Produktentwicklung, an der Sie beteiligt sind, gegenüber Ihrem Vorgesetzten.
- Wenn Sie als Leiter für Betriebsvorgänge verantwortlich sind, die sich auf die Umwelt auswirken, befolgen Sie die Programme und Verfahrensweisen des Unternehmens, um:
  - messbare Ziele zur Reduzierung der betrieblichen Auswirkungen auf die Umwelt festzulegen
  - den Fortschritt beim Erreichen dieser Vorgaben zu überwachen und zu überprüfen, beispielsweise durch das Bewerten von Daten zur Umweltleistung
- Überwachen Sie Änderungen der lokalen Umweltbestimmungen. Stellen Sie sicher, dass diese Änderungen unverzüglich den für die Umweltsicherheit und Gesundheit zuständigen Mitarbeitern mitgeteilt werden, damit das Unternehmen ausreichend Zeit zur Anpassung unserer Produkte und Betriebsvorgänge hat.
- Lassen Sie nicht zu, dass neue Betriebsvorgänge des Unternehmens oder Änderungen bestehender Vorgänge von den Unternehmenszielen zum Umweltschutz abweichen.
- Lassen Sie fragwürdige Aktivitäten eines Zulieferers, Auftragnehmers oder Channel-Partners nicht außer Acht, nur weil der Betreffende nicht Teil des Unternehmens ist. Benachrichtigen Sie Ihren Vorgesetzten oder die für die Umweltsicherheit und Gesundheit zuständigen Mitarbeiter, wenn die Betriebsvorgänge, die für das Unternehmen durchgeführt werden, rechtliche oder behördliche Umweltauflagen verletzen.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Alle Aspekte der Produktentwicklung, der Beschaffung von Rohmaterialien, der Produktion, des Marketings, des Vertriebs und der Entsorgung im Unternehmen wirken sich auf den Umweltschutz aus. Selbst wenn Sie bei Ihrer Tätigkeit nicht direkt mit diesen Aktivitäten zu tun haben, sollten Sie überlegen, wie sich Ihre Arbeit darauf und auf die Verantwortung des Unternehmens gegenüber der Umwelt auswirkt.
- Achten Sie stets auf umweltkonformes Verhalten unserer Geschäftspartner. Auch wenn ein Partner als umweltfreundlich zertifiziert wurde, sollte das Unternehmen dessen Geschäftsvorgänge oder die an uns gelieferten Produkte dennoch überwachen, um sicherzustellen, dass sie der Zertifizierung entsprechen.



## SZENARIO

Ihre Abteilung importiert eine Vielzahl an hochtechnologischen Produkten, die sich nicht genau in traditionelle Klassifizierungskategorien einordnen lassen. Sie legen der örtlichen Zollbehörde regelmäßig Ideen vor, wie diese Artikel klassifiziert werden könnten. Doch in der Regel müssen Sie immer mehrere Wochen lang auf eine Antwort warten. Dadurch wird der Eingang der Einfuhren Ihrer Arbeitsgruppe verlangsamt. Da die Zollbehörde Ihren Ideen oftmals sowieso zustimmt, überlegen Sie, ob es sich überhaupt lohnt, mehrere Wochen lang auf eine Genehmigung zu warten, bevor Sie die Einfuhrdokumente eines Produkts endgültig fertig stellen.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# VERANTWORTUNGSBEWUSSTER INTERNATIONALER HANDEL

Als global tätiges Unternehmen wirken sich unsere internationalen Handelsaktivitäten nicht nur auf unsere Kunden, sondern weltweit auf die Gemeinschaften, in denen wir Handel treiben, aus. Die Kenntnis und Einhaltung der lokalen Bestimmungen, die die Sicherheit und internationalen Rechte der einzelnen Länder schützen, ist eine Möglichkeit, unsere Fürsorge für die Gemeinschaften zu zeigen, die unser Geschäft überall dort, wo wir tätig sind, unterstützen.



## UNSER STANDARD

Wenn Sie für den Transport von Materialien oder Produkten in verschiedene Länder zuständig sind, sollten Sie die Anforderungen in Bezug auf Ein- und Ausfuhr, Embargos oder Boykotte der Länder kennen, mit denen Sie zu tun haben. Machen Sie sich auch mit spezifischen Einschränkungen bei der Ausfuhr sensibler Ausrüstung aus einem Land oder bei der Übermittlung sensibler Informationen an Personen vertraut, die nicht Staatsangehöriger des betreffenden Landes sind.

## HINTERGRUND

**Mitarbeiter, die viel mit der Ein- und Ausfuhr von Produkten zu tun haben,** müssen die Handelsbestimmungen und anderen Richtlinien sowie die Verfahrensweisen des Unternehmens besonders gut kennen und verstehen, damit internationale Handelsgesetze eingehalten werden.

### **Bei den Handelskontrollbestimmungen geht es um folgende Dinge:**

- Einfuhren umfassen die Genauigkeit von Dokumenten, die Kennzeichnung des Ursprungslands, Produktklassifizierungen und Wertangaben (selbst bei Artikeln ohne Barwert, beispielsweise bei unverkäuflichen Produktkomponenten oder Technologien).
- Für Ausfuhren ist in der Regel die Genehmigung zum Versand in ein anderes Land erforderlich. Ausfuhrkontrollen können auch den Transport technischer Daten oder von Computersoftware aus einem Land beispielsweise auf einem Laptop oder auch die Weiterleitung gewisser sensibler Informationen und Technologien an einen Mitarbeiter betreffen, der nicht Staatsangehöriger des betreffenden Landes ist. Das Unternehmen verfügt über mehrere strategische Technologien, die Ausfuhrbeschränkungen unterliegen.
- Bei Embargos oder Boykotten geht es um Handelsbeschränkungen mit bestimmten Ländern, Unternehmen oder Einzelpersonen.



## REAKTION

Die Verwendung nicht genehmigter Zollklassifizierungen dürfte behördliche Anforderungen verletzen. In diesem Fall ist bei der Einfuhr mit einem Verbot und nicht nur mit einer Verzögerung zu rechnen. Zudem führen solche Vorfälle dazu, dass Zollbeamte das Unternehmen stärker überwachen, sodass die Zollabfertigung zukünftig noch schwieriger wird. Die Berücksichtigung von Verzögerungen aufgrund behördlicher Unsicherheit ist ein Beispiel für unser Engagement bei der Fürsorge für unsere Gemeinschaften. Die Entwicklung eines Betriebsverfahrens für Einfuhren, das von einigen Wochen Vorlaufzeit ausgeht, wäre die beste Möglichkeit zur Demonstration dieses Engagements.

## DER RICHTIGE WEG



- Wenden Sie sich an Ihren Vorgesetzten oder einen für den internationalen Handel zuständigen Support-Mitarbeiter, wenn Sie sich im Hinblick auf die richtige Dokumentation oder auf Einträge in Einfuhrdokumenten nicht sicher sind.
- Sie sollten den beabsichtigten und endgültigen Zielort aller zur Ausfuhr identifizierten Materialien kennen.
- Verlassen Sie sich nicht einfach auf das Wort des Kunden, was die Richtigkeit ausgefüllter Ausfuhr- oder Einfuhrdokumente betrifft. Das Unternehmen könnte für falsche Angaben haftbar sein.
- Geben Sie sensible technische oder unternehmenseigene Daten nicht an eine Person weiter, die kein Staatsangehöriger Ihres Landes ist, es sei denn, Sie sind sich sicher, dass diese Person zum Empfang dieser Informationen berechtigt ist.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Bei veralteten, unvollständigen, falsch oder schlecht ausgefüllten Ausfuhr- oder Einfuhrdokumenten ist Vorsicht angebracht. Sanktionen wie Verbote oder Einschränkungen bei der Aus- und Einfuhr könnten die Folge sein. Dies könnte den Handelsaktivitäten des Unternehmens sehr schaden. Daher sollten Sie eine Überprüfung durchführen, statt das Risiko von Strafen oder Auflagen einzugehen, die für das Unternehmen zu beträchtlichem Schaden führen könnten.
- Achten Sie auf Versuche von Personen in anderen Ländern, unsere Unternehmensprodukte über Vertriebswege zu erwerben, die dort ungesetzlich sind.
- Seien Sie vorsichtig bei Personen, die nicht gewillt sind, genaue, vollständige und rechtzeitige Informationen im Blick auf Aus- und Einfuhren bereitzustellen. Dies könnte völlig harmlos oder aber der Versuch sein, das Unternehmen oder die Regulierungsbehörden irrezuleiten.

# AUSGEZEICHNE- TE RENDITEN

für unsere Aktieninhaber

70	Sicherheit vertraulicher Informationen
73	Schutz des unternehmenseigenen geistigen Eigentums
76	Korrekte Nutzung elektronischer Kommunikationswege
79	Konforme Dokumentenaufbewahrung und -archivierung
82	Verantwortungsbewusster Umgang mit Unternehmensinterna
85	Umsicht bei der Kommunikation mit Außenstehenden

Es kommt zur Wertschöpfung für alle Unternehmensbeteiligten, wenn wir unseren Kunden und unseren Aktieninhabern erfolgreich dienen und ihr Vertrauen gewinnen. Wir können unseren Aktieninhabern höhere Erträge bieten, wenn wir unseren Kunden weiterhin zur Verbesserung des langfristigen Erfolgs dienen. Dabei haben wir die Aufgabe, das uns von den Aktieninhabern zum sorgfältigen Umgang anvertraute Unternehmensvermögen zu achten und zu schützen. Zudem müssen wir unseren Aktieninhabern die erforderlichen Informationen an die Hand geben, sodass sie sachkundige Investitionsentscheidungen treffen können. Durch Respekt, Integrität und Dienst an unseren Kunden bietet unser Unternehmen eine Investitionsmöglichkeit, auf die unsere Aktieninhaber stolz sind.



## SZENARIO

Das Unternehmen hat eine externe IT-Firma engagiert, die eine Forschungsdatenbank für unsere Laboratorien erstellen soll. Es wäre sowohl für das Unternehmen als auch die Entwickler viel wirtschaftlicher, wenn sie während des Projekts von ihren eigenen Büros aus vollständigen Zugriff auf unsere vorhandenen Forschungsdaten erhalten. An dem Projekt arbeiten nur ein paar externe Mitarbeiter, und Sie sind der Meinung, dass eine Vertraulichkeitsvereinbarung mit jedem einzelnen das Unternehmen ausreichend schützen wird.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# SICHERHEIT VERTRAULICHER INFORMATIONEN

Vertrauliche Unternehmensinformationen spielen eine zentrale Rolle dabei, wie wir unseren Kunden wirkungsvoll dienen und mit unseren Geschäftspartnern zusammenarbeiten. Wir bewahren unseren Wettbewerbsvorteil, indem wir bestimmte Informationen als vertraulich oder eigentumsrechtlich geschützt behandeln und diese Informationen vor Sicherheitsbedrohungen bewahren. Eine effektive Nutzung dieser Informationen ist nur möglich, wenn sie nicht unerwünschterweise offengelegt werden. Wenn Sie Zugriff auf vertrauliche oder andere sensible Informationen des Unternehmens haben, sollten Sie Schritte zu ihrer richtigen Verwendung und zu ihrem Schutz ergreifen. Diese Aktionen tragen zum Schutz dieses wertvollen Unternehmenseigentums bei und helfen dem Unternehmen, wettbewerbsfähig zu bleiben.



## UNSER STANDARD



Machen Sie sich mit den Unternehmensrichtlinien für die Verwendung, Weitergabe und Sicherung der vertraulichen und eigentumsrechtlich geschützten Informationen des Unternehmens vertraut, und halten Sie diese Richtlinien ein. Übernehmen Sie persönliche Verantwortung für die Aufrechterhaltung der Informationssicherheit, und verhindern Sie die unbefugte Offenlegung von vertraulichen Informationen, die sich in Ihrem Besitz befinden.

## HINTERGRUND

**Es ist wichtig**, die Richtlinien für Informationsschutz von LG zu verstehen und einzuhalten. Sie dienen dem Schutz unserer vertraulichen und sonstigen wertvollen Informationsbestände vor unbefugter Offenlegung und Bedrohungen von außen. Dazu zählen:

- Sicherheits- und rechtliche Maßnahmen im Hinblick auf unser Personal, um unsere vertraulichen Informationen vor unbefugter Offenlegung durch derzeitige oder frühere Mitarbeiter und unsere Geschäftspartner zu schützen
- Die Sicherheit und Vertraulichkeit von Dokumenten
- Physische Sicherheit zur Kontrolle unbefugten Zugriffs auf unsere Einrichtungen und die Verwendung elektronischer Speichermedien
- Computer- und Netzwerksicherheit zum Schutz des Unternehmens vor externen Sicherheitsbedrohungen

**Vertrauliche Informationen des Unternehmens** sind nicht nur auf als „vertraulich“ gekennzeichnetes Material beschränkt. Sie umfassen alle Unternehmensinformationen, die zum Schutz unserer Managementinteressen überwacht werden müssen. Unser Unternehmen klassifiziert Unternehmensinformationen wie folgt:

- Geheim – Entscheidende Technologien oder Informationen für die Unternehmensführung, deren Offenlegung dem Unternehmen großen Schaden zufügen würde. Als „geheim“ klassifizierte Informationen dürfen nur unter Anwendung strenger Genehmigungsverfahren an Mitarbeiter oder Außenstehende weitergeleitet werden, bei denen es sich nicht um die ursprünglichen Inhaber handelt.
- Nur zur internen Verwendung – **Alle Arbeitsprodukte, die wir in unserem Tagesgeschäft erstellen, werden vorwiegend auf diese Weise gekennzeichnet.** Dies bedeutet, dass die von uns bei unserer Tätigkeit erstellten Informationen und Materialien bei zwingender Erfordernis an Kollegen weitergegeben werden können. Sie dürfen jedoch nicht ohne Genehmigung und rechtliche Schutzmaßnahmen an andere außerhalb des Unternehmens weitergeleitet werden.

## REAKTION

Damit das andere Unternehmen leicht auf unsere Unternehmensinformationen zugreifen kann, ist eine Vertraulichkeitsvereinbarung ein erster guter Schritt. Sie sollten jedoch auch die Sensibilität der Informationen berücksichtigen, auf die das andere Unternehmen Zugriff haben wird. Einige Unternehmensdaten sind so sensibel, dass wir in keiner Weise den Schaden einer unzulässigen Offenlegung wiedergutmachen könnten, selbst bei Ergriffung rechtlicher Schritte zur Aufklärung dieser Vorfälle. Dies ist ein Grund, warum die Kenntnis der Regeln im Hinblick auf die Sicherheit vertraulicher Unternehmensinformationen so wichtig ist. Bei Fragen zu diesen wichtigen Themen wenden Sie sich an Ihren Vorgesetzten.





## DER RICHTIGE WEG

- Halten Sie bei der Weitergabe von Unternehmensdaten an andere die dafür vorgesehenen Sicherheitsverfahren ein. Dazu zählen das Einholen der entsprechenden Genehmigung und die Unterzeichnung einer Vertraulichkeitsvereinbarung mit dem Empfänger.
- Beim Versenden vertraulicher Informationen per E-Mail an eine externe Partei senden Sie eine E-Mail-Kopie an die Person, die diese Weiterleitung genehmigt hat. Dabei könnte es sich beispielsweise um Ihren Vorgesetzten oder Projektleiter handeln.
- Sorgen Sie für die physische Sicherheit der Unternehmenseinrichtungen, insbesondere dann, wenn Gäste an Ihrem Arbeitsplatz im Unternehmen zugegen sind. Befolgen Sie außerdem die Unternehmensregeln für die Verwendung von Speichermedien und Aufnahme geräten in den Geschäftsräumen des Unternehmens.
- Schützen Sie Ihren Arbeitscomputer vor Eingriffen. Pflegen Sie stets die Ihnen zugewiesene Systemsicherheitssoftware und die entsprechenden Einstellungen, und führen Sie die erforderlichen Aktualisierungen durch.
- Lassen Sie vertrauliche Unternehmensinformationen nicht unbeaufsichtigt oder an Orten herumliegen, die für andere leicht zugänglich sind, beispielsweise auf Ihrem Schreibtisch oder in einem nicht gesicherten Aktenschrank.
- Nehmen Sie keine Arbeitsmaterialien mit nach Hause, und senden Sie sie nicht an eine nicht unternehmenseigene E-Mail-Adresse oder ein Internet-Speicherkonto, ohne die entsprechenden Unternehmensverfahren einzuhalten.
- Sprechen Sie mit Freunden oder Bekannten nicht über vertrauliche oder sensible Unternehmensinformationen.
- Sprechen Sie nicht über vertrauliche Einzelheiten Ihrer Tätigkeit, wenn Sie sich in einem anderen Unternehmen um eine Position bewerben. Dies gilt sowohl während Ihrer Beschäftigungszeit als auch nach Ende Ihrer Anstellung.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Lassen Sie bei Unternehmensinformationen, die Sie an einen Geschäftspartner weitergeben, Vorsicht walten. Selbst wenn eine Vertraulichkeitsvereinbarung besteht, sollten Sie die möglichen Folgen der Offenlegung in Betracht ziehen und bezüglich der Sensibilität der weitergegebenen Informationen vorsichtig sein.
- Führen Sie sich die Sensibilität aller Unternehmensinformationen, mit denen Sie arbeiten, vor Augen, und behandeln und speichern Sie diese in angemessener Weise. Halten Sie alle nicht öffentlichen Informationen unter Verschluss.
- Selbst bei Verkaufs- und Werbeaktivitäten besteht das Risiko, dass das Unternehmen seinen wertvollen Wettbewerbsvorteil verliert, wenn dieses Wissen vorzeitig kundgetan wird. Halten Sie sich an die Marketingrichtlinien, und überlegen Sie, was Sie bei Werbeaktivitäten sagen dürfen.

Weitere Informationen dazu finden Sie in folgenden Abschnitten:

- **„Datenschutz“** auf Seite 21
- **„Korrekte Verwendung der Informationen anderer“** auf Seite 41
- **„Schutz des unternehmenseigenen geistigen Eigentums“** auf Seite 69



## SZENARIO

Nach jahrelanger Forschung steht das Unternehmen endlich kurz davor, die Branche mit einem wahrhaft innovativen Produktdesign zu revolutionieren. Das Unternehmen hat bereits in einigen wichtigen Ländern die Anmeldung eines Geschmacksmusters beantragt. Ein Mitbewerber wird sehr bald ein ähnliches Produkt auf dem Markt einführen. Um dieser Bedrohung zu begegnen, überlegen Sie, ob das Unternehmen das neue Produkt in anderen Ländern einführen sollte, bevor die Anmeldung eines Geschmacksmusters dort abgeschlossen ist.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# SCHUTZ DES UNTERNEHMENSEIGENEN GEISTIGEN EIGENTUMS

Das in den Produktentwürfen, Technologien und Informationen enthaltene geistige Eigentum des Unternehmens ist wichtig für unseren Erfolg. Wir können unseren Kunden langfristig nur dann dienen, wenn wir die Rechte des Unternehmens an geistigem Eigentum, die uns mit innovativen Produkten einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, schützen. In gleicher Weise, wie wir die Entwürfe und urheberrechtlich geschützten Arbeiten anderer mit Sorgfalt verwenden, ist es von höchster Bedeutung, dass wir das geistige Eigentum des Unternehmens gewissenhaft schützen und verwenden.



## UNSER STANDARD

Schützen Sie das geistige Eigentum des Unternehmens vor falscher Verwendung und insbesondere Betriebsgeheimnisse vor regelwidriger Offenlegung jeglicher Art.

## HINTERGRUND

### Geistiges Eigentum umfasst:

- Entwürfe, Technologien, Erfindungen und andere Materialien und Informationen, die durch Patente, Geschmacksmuster, Schutzmarken und Urheberrechte geschützt sind.
- Betriebsgeheimnisse, beispielsweise Produktentwürfe und Technologien; sie bieten dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil, sofern sie geheim bleiben. Ein Betriebsgeheimnis darf niemals intern oder extern ohne entsprechende Genehmigung offengelegt werden.

## DER RICHTIGE WEG

- Sie sollten wissen, was als geistiges Eigentum des Unternehmens betrachtet wird. Helfen Sie bei seinem Schutz durch die Verwendung von Patenten, Schutzmarken und Urheberrechten. (siehe **Patent Operations Management Principles**)
- Lassen Sie sich von Ihrem Vorgesetzten oder einem für geistiges Eigentum zuständigen Mitarbeiter beraten, wenn Sie im Unternehmen an der Entwicklung neuer Konzepte, Entwürfe oder Technologien mitarbeiten, die als geistiges Eigentum geschützt werden sollten.
- Geben Sie **niemals** vertrauliche Information, bei denen es sich um ein Betriebsgeheimnis handeln könnte, ohne die entsprechende Genehmigung durch das Unternehmen und ausreichende Vertragsmaßnahmen zur Absicherung gegen andere preis, die diese Informationen ausnutzen könnten.



## REAKTION

Sie sollten davon ausgehen, dass unser Design in Ländern, in denen wir es nicht als Patent bzw. Geschmacksmuster angemeldet haben, kopiert **wird**. Obwohl wir innovative Produkte schnell auf dem Markt einführen wollen, müssen wir unsere Entwürfe und anderes geistiges Eigentum vor widerrechtlicher Verwendung schützen. Dabei handelt es sich um eine wichtige Geschäftsentscheidung, und Sie sollten derartige Situationen gegenüber der Geschäftsführung ansprechen.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN



- Zulieferer und andere Geschäftspartner könnten dem Unternehmen Entwürfe, Technologien, Forschungsergebnisse und andere Informationen bereitstellen, die möglicherweise als geistiges Eigentum geschützt sind. Stellen Sie Fragen zu diesen Materialien, und stellen Sie vorher fest, wer Eigentumsrechte an diesen Materialien hat oder haben wird. In bestimmten Fällen möchten wir derartige Informationen möglicherweise nicht annehmen, z. B., wenn wir an ähnlichem geistigem Eigentum arbeiten und eine Entgegennahme unseren eigenen Bemühungen zuwiderlaufen könnte.
- Achten Sie auf Fälle, in denen eine Person oder ein anderes Unternehmen das geistige Eigentum unseres Unternehmens ohne Genehmigung oder entsprechende Kennzeichnung verwendet.



## SZENARIO

Eine Kollegin und Freundin von Ihnen wurde kürzlich in ein anderes Team versetzt. Sie kommunizieren weiterhin oft per E-Mail und zwar sowohl im Hinblick auf geschäftliche als auch persönliche Angelegenheiten. Sie ist eine gute Zuhörerin, wenn Sie über Ihre Arbeit mit einem bestimmten Channel-Partner klagen, für den sie zuständig war.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# KORREKTE NUTZUNG ELEKTRONISCHER KOMMUNIKATIONSWEGE

Bestimmte Technologieressourcen beschleunigen Kommunikations- und Geschäftsprozesse, sodass wir schneller vorankommen und besser auf die Anforderungen von Kunden und anderen reagieren können. Computer, Kommunikationssysteme und andere elektronische Ressourcen können unsere Betriebsvorgänge weltweit und über viele Zeitzonen hinweg besser verknüpfen und verbessern die Zusammenarbeit mit Zulieferern und Channel-Partnern. Bei unsachgemäßer Nutzung können dieselben Ressourcen unsere Betriebsvorgänge in Gefahr bringen und unserem Ruf schaden. Da diese Technologien fortwährend schnell verbessert werden, müssen wir ihre Vorteile besser nutzen und gleichzeitig ihre Risiken handhaben. Zudem müssen wir gegenüber anderen bei der Nutzung dieser Ressourcen respektvoll bleiben.

## UNSER STANDARD



Verwenden Sie die elektronischen Kommunikationssysteme des Unternehmens immer verantwortungsbewusst. Im Allgemeinen sollte die Verwendung dieser Systeme auf geschäftliche Zwecke beschränkt werden. Zudem sind diese Ressourcen vor unzulässigem Zugriff oder regelwidriger Verwendung zu schützen.

## HINTERGRUND

**Elektronische Kommunikation beinhaltet** unter anderem:

- Die Kommunikation auf Mobil- und Festnetztelefonen, die vom Unternehmen bereitgestellt werden
- Das Versenden von E-Mails über Ihr Unternehmens-E-Mail-Konto
- Vom Unternehmen unterstützte Instant Messaging-, SMS- oder MMS-Dienste
- Die Verwendung von unternehmenseigenen Informationssystemen wie Computerhardware und Peripheriegeräten, Software und Netzwerkausrüstung

Das Unternehmen hat das Recht zur Prüfung seiner elektronischen Ausrüstung, beispielsweise der darüber erfolgten Kommunikation und auf ihr gespeicherten Daten, und nimmt dieses Recht auch wahr. Dazu zählen auch nicht-geschäftliche Daten. Das Unternehmen kann Daten auf diesen Systemen zudem nach eigenem Ermessen verwenden und sie auch gegenüber anderen offenlegen oder diese Daten löschen. **Sie dürfen bei der Verwendung dieser Unternehmensressourcen auch bei persönlichen Mitteilungen keinen Datenschutz erwarten.**



## REAKTION

Viele Mitarbeiter sind sowohl Kollegen als auch Freunde. Obwohl die elektronischen Ressourcen des Unternehmens hauptsächlich geschäftlichen Zwecken vorbehalten sind, ist eine minimale persönliche Nutzung zulässig. Bedenken Sie jedoch die Gefahren bei der Verwendung dieser Ressourcen. Mitteilungen an Kollegen können leicht unbeabsichtigt an die falsche Person gesendet werden und können nach dem Senden dann nicht gelöscht werden. Die persönliche Nutzung der elektronischen Ressourcen des Unternehmens sollte minimal sein und darf das Unternehmensgeschäft nie stören. Zudem dürfen solche Mitteilungen keine unangemessenen Inhalte enthalten.



## DER RICHTIGE WEG

- Schränken Sie die Nutzung elektronischer Ressourcen des Unternehmens auf geschäftliche Zwecke ein. Die gelegentliche persönliche Nutzung sollte minimal sein und Ihre beruflichen Aktivitäten nicht stören.
- Die gesamte Kommunikation über Unternehmensressourcen sollte auch bei Mitteilungen an Freunde im Unternehmen professionell und respektvoll sein. Bedenken Sie immer, dass sich elektronische Mitteilungen leicht wiederherstellen lassen und an Dritte, die in keinerlei Bezug dazu stehen, weitergeleitet werden können.
- Wenn Sie E-Mails oder andere textbasierte Mitteilungen versenden, sollten diese vor dem Versenden noch einmal gründlich gelesen werden. Bringen Sie sich und das Unternehmen nicht aufgrund eines einfachen Fehlers oder einer Redewendung, die falsch interpretiert werden könnte, in eine schwierige Position.
- Verwenden Sie keine Unternehmensressourcen zum Zugriff auf oder das Herunterladen von Daten:
  - die im Besitz anderer sind, wenn Sie nicht zur Beschaffung dieser Daten berechtigt sind,
  - die als diskriminierend, belästigend, anstößig oder gehässig betrachtet werden könnten,
  - die böswilligen Inhalt, beispielsweise einen Virus, enthalten könnten, der unseren Informationssystemen schaden könnte.
- Verwenden Sie Unternehmensressourcen niemals zum Versenden anstößiger Mitteilungen, die eindeutig sexueller Art oder diskriminierend sind oder andere gehässige Inhalte umfassen.
- Verwenden Sie die Funktion zum Versenden von E-Mail-Kopien nicht wahllos. Vergewissern Sie sich, dass es wichtig ist, andere bei einer Mitteilung einzubeziehen, bevor Sie ihnen die Kopie einer E-Mail zukommen lassen. Stellen Sie sich selbst die Frage, ob die Kenntnis der in Ihrer E-Mail enthaltenen Informationen auch wirklich für die zusätzlichen Empfänger zwingend erforderlich ist.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Alle Mitteilungen über elektronische Ressourcen des Unternehmens sind Unternehmenseigentum und müssen wie vertrauliche Unternehmensinformationen behandelt werden, es sei denn, dass der Besitzer der Informationen eindeutig angegeben wird (beispielsweise bei einem Produktentwurf eines Zulieferers).





## SZENARIO

Sie erhalten von den unternehmensinternen Rechtsberatern eine Mitteilung zur Bestandserhaltung eines Rechtsstreits in den USA, von dem Sie nichts wussten. Die Aufbewahrungsfrist für das angegebene Dokument ist im letzten Monat abgelaufen, und das Original wurde vernichtet. Sie verfügen jedoch noch über eine Kopie. Sie fragen sich, ob Sie die Kopie gemäß der Unternehmensrichtlinie zur Aufbewahrung von Dokumenten vernichten oder die Mitteilung zur Bestandserhaltung befolgen sollen.

Wie schätzen Sie den richtigen Wert?



# KONFORME DOKUMENTEN- AUFBEWAHRUNG UND -ARCHIVIERUNG

Die Aufzeichnungen des Unternehmens enthalten wichtige Informationen über unsere Betriebsvorgänge. Sie ermöglichen uns die Überprüfung von Vorgaben und Strategien sowie das Festlegen von Ressourcen und das Messen von Ergebnissen. Diese Dinge helfen uns dabei, die Art und Weise zu verbessern, wie wir allen Unternehmensbeteiligten dienen und mit ihnen zusammenarbeiten. Wir sind auf die Genauigkeit unserer Aufzeichnungen und auf ihre Integrität bei der Entscheidungsfindung stark angewiesen. Daher ist es unbedingt erforderlich, dass wir mit diesen wichtigen Unternehmensressourcen sorgfältig umgehen und sie pflegen.



## UNSER STANDARD

Befolgen Sie die Unternehmensrichtlinien und -verfahren zur Entwicklung, Verwaltung und Vernichtung von Unternehmensunterlagen.

## HINTERGRUND

**Unternehmensunterlagen** bezeichnen in der Regel Informationen oder Medien, die einen Aspekt der Geschäftsvorgänge des Unternehmens belegen. Dazu zählen beispielsweise:

- Dokumente, die wir zum Treffen von geschäftlichen Entscheidungen und zu deren Mitteilung verwenden, z. B. Berichte, Genehmigungen und Korrespondenz
- Materialien, die sich auf Transaktionen mit anderen Parteien beziehen, z. B. Belege, Rechnungen und Verträge
- Aufzeichnungen von Fakten oder Ereignissen, z. B. Protokolle, Testergebnisse und Stellungnahmen
- Andere Medien, die wir zum Aufbewahren von Informationen über die Geschäftsvorgänge des Unternehmens verwenden

**In vielen Fällen erfordern Gesetze und Vorschriften, dass das Unternehmen** bestimmte Dokumente sorgfältig für eine bestimmte Zeitdauer aufbewahrt.



## REAKTION

In diesem Fall hat die Mitteilung zur Bestandserhaltung Vorrang. Niemand darf Unternehmensunterlagen, die gemäß einer Rechtsanordnung aufzubewahren sind, vernichten, und das Unternehmen sollte alle Verfahren zur Vernichtung zugehöriger Unterlagen einstellen. Dieser Schritt ist von größter Bedeutung, um den Justizbehörden zu demonstrieren, dass sich das Unternehmen zur Zusammenarbeit mit ihnen verpflichtet. Aufgrund des Risikos rechtlicher Sanktionen bei Nichtbefolgung dieser Anordnung schützt dieser Schritt den Ruf und die Finanzanlagen des Unternehmens.



## DER RICHTIGE WEG

- Halten Sie alle Gesetze, Vorschriften und Unternehmensrichtlinien im Hinblick auf die Dokumentenaufbewahrung und Verwaltung von Aufzeichnungen ein. So wird beispielsweise von den Umweltbehörden in einigen Ländern verlangt, dass wir Transaktionsbelege und Lieferprotokolle unserer ausgelagerten Abfallbeseitigung für eine bestimmte Anzahl von Jahren aufbewahren.
- Wenn die Aufbewahrungsfrist für einen Beleg abgelaufen ist, müssen Sie alle in Ihrem Besitz befindlichen physischen Kopien vernichten und sämtliche auf Ihrem Computer befindlichen elektronischen Kopien löschen.
- Wenn die Verfahren zur Dokumentenvernichtung aufgrund einer Rechtsverordnung oder behördlichen Anforderung aufgeschoben wurden, dürfen die betreffenden Aufzeichnungen nicht verändert, gelöscht oder vernichtet werden. Bei Unsicherheiten wenden Sie sich an die unternehmensinternen Rechtsberater.
- Vergessen Sie nicht, Ihre Arbeitsaufzeichnungen an Ihren Nachfolger zu übergeben, wenn Sie ein anderes Aufgabengebiet erhalten.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Beachten Sie Mitteilungen zur Bestandserhaltung, die von Zeit zu Zeit von den unternehmensinternen Rechtsberatern erstellt werden. In vielen Fällen sind Gerichtsverfahren von der Existenz von Aufzeichnungen abhängig. Der Beachtung dieser Mitteilungen kommt daher große Bedeutung zu, um mögliche Verluste aufgrund von Gerichtsprozessen zu vermeiden.

## WISSENSWERTES ZUR FREMDVERGABE

Die Art und Weise der Auftragsvergabe an Channel-Partner, Vertreter, Zulieferer und andere Geschäftspartner ist wichtig für das Entwickeln starker Beziehungen, die wiederum Nutzen für unsere Kunden bringen. Die Beachtung der Unternehmensverfahren bei der Fremdvergabe ist wichtig, damit faire Beziehungen zu unseren Partnern hergestellt und unsere Rechte und Pflichten genau dokumentiert sind. Wenn Sie für Vereinbarungen mit einem Geschäftspartner verantwortlich sind:

- Stellen Sie sicher, dass die Bedingungen der Geschäftsbeziehung in einem schriftlichen Vertrag festgelegt werden.
- Stellen Sie sicher, dass unternehmensinterne Rechtsberater den Vertrag überprüfen und genehmigen.
- Registrieren Sie den endgültigen, unterzeichneten Vertrag gemäß den Unternehmensverfahren zur Fremdvergabe, und archivieren Sie ihn.



## SZENARIO

Eine Kollegin teilt Ihnen mit, sie habe gehört, dass der Unternehmensvorstand am Vortag über eine wichtige Initiative informiert wurde, die sich wahrscheinlich stark auf die zukünftigen Gewinne des Unternehmens auswirken wird. Da Sie diese Neuigkeit nicht vom Vorstand selbst gehört haben, wissen Sie nicht, ob die Geschichte wahr ist. Sie überlegen, ob Sie diese Mitteilung gegenüber einem anderen Kollegen erwähnen sollen, um ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?

# VERANTWORTUNGSBEWUSSTER UMGANG MIT UNTERNEHMENSINTERNA

Bestimmte sensible Informationen spielen für unseren Erfolg eine wesentliche Rolle. Die Unternehmensbeteiligten vertrauen darauf, dass wir solche sensiblen Unternehmensinformationen ausreichend schützen. Der Missbrauch von Insiderinformationen für persönlichen Gewinn oder die Offenlegung solcher Informationen gegenüber anderen kann dieses Vertrauen stark schädigen und dem Ruf des Unternehmens oder der betreffenden Person sehr schaden. Zudem gefährdet der Missbrauch von Unternehmensinterna anderer Unternehmen uns und das Unternehmen.

## UNSER STANDARD



Schützen Sie Unternehmensinterna, die dem Unternehmen, einem Kunden oder einem Geschäftspartner gehören, sorgfältig. Nutzen Sie diese Informationen nicht als Grundlage zum Handel mit den Wertpapieren des Unternehmens, und vermitteln Sie anderen solche Informationen nicht ohne die entsprechende Genehmigung.

## HINTERGRUND

**Insiderinformationen** sind vertrauliche Informationen, die so bedeutsam sind, dass sich ihre Veröffentlichung auf den Kurs der Wertpapiere des Unternehmens auswirken kann. Dazu gehören beispielsweise:

- Finanzzahlen oder Geschäftsergebnisse sowie Trends bei diesen Ergebnissen
- Wichtige Geschäftsentscheidungen und Ereignisse, beispielsweise eine umfangreiche Geschäftsvereinbarung mit einem neuen Partner oder der Verlust eines wichtigen Käufers
- Anstehende Fusionen, Firmenübernahmen, Joint Ventures oder andere geschäftliche Allianzen
- Kapitalerhöhungen, -minderungen und andere wichtige Änderungen der Finanzstruktur des Unternehmens



## REAKTION

Sie sollten mit niemandem über dieses Thema sprechen, da es sich bei so wichtigen Informationen wahrscheinlich um sensible und vertrauliche Informationen (Insiderinformationen) handelt. Außerdem sollten Sie Ihrer Kollegin, die diese Mitteilung gemacht hat, im Hinblick auf die Weitergabe dieser Informationen zur Vorsicht raten, da alle Mitarbeiter zum Schutz solcher Informationen verpflichtet sind und diese nicht offenlegen dürfen. Wenn Insiderinformationen an andere weitergegeben werden, die sie unsachgemäß verwenden, kann dies zur Rufschädigung des Unternehmens und zu hohen Strafen für die Mitarbeiter führen, die die Informationen weitergegeben haben.



## DER RICHTIGE WEG

- Schützen Sie Unternehmensinterna, die dem Unternehmen oder einem Geschäftspartner gehören, vor nicht genehmigter Offenlegung. Melden Sie eine nicht genehmigte Offenlegung dieser Informationen den Rechtsberatern.
- Kaufen und verkaufen Sie keine Wertpapiere des Unternehmens, wenn Sie über Insiderinformationen zu diesem Unternehmen verfügen.
- Geben Sie solche Informationen nicht an andere weiter, die sie als Grundlage zum Handel mit den Wertpapieren des betreffenden Unternehmens verwenden könnten.

## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN

- Bisweilen ist es notwendig, dass das Unternehmen Betriebsergebnisse und andere wichtige Unternehmensinformationen an Mitarbeiter weitergibt. Überlegen Sie, ob es sich dabei um Insiderinformationen handelt. Ist das der Fall, geben Sie diese Informationen nur dann an Außenstehende weiter, wenn Sie sich sicher sind, dass das Unternehmen diese Informationen veröffentlicht hat.



## SZENARIO

Ein als Journalist tätiger Freund hat Sie gebeten, ihm „im Vertrauen“ ein Gerücht über die Finanzlage des Unternehmens zu bestätigen. Sie sind nicht im Finanzbereich tätig und wissen nicht, wie die tatsächliche Finanzlage des Unternehmens aussieht. Es macht Ihnen nichts aus zu sagen, dass Ihnen das Gerücht ebenfalls zu Ohren gekommen ist, Sie erwähnen aber, dass es sich nur um ein Gerücht handelt.

Wie schaffen Sie den richtigen Wert?



# UMSICHT BEI DER KOMMUNIKATION MIT AUßENSTEHENDEN

Die richtige Offenlegung von Unternehmensinformationen kann unseren Geschäftsinteressen dienen und die Bedeutsamkeit unseres Unternehmens richtig vermitteln. Aufgrund dieser Bekanntmachungen wissen Kunden und die Öffentlichkeit zu schätzen, was wir für sie und alle Unternehmensbeteiligten tun. Die richtige Offenlegung in der Öffentlichkeit hilft dem Unternehmen außerdem, weitere Investitionen von Aktieninhabern zu fördern. Des Weiteren ist das Unternehmen rechtlich verpflichtet, Informationen zu veröffentlichen und dem Markt Informationen zu wichtigen Ereignissen bereitzustellen, die sich auf den Aktienkurs des Unternehmens auswirken können.



## UNSER STANDARD

Führen Sie sich vor Augen, dass bestimmte wichtige Informationen im Hinblick auf unsere Geschäftsvorgänge und den Finanzstatus gegenüber allen Außenstehenden vertraulich behandelt werden müssen, bis sie öffentlich bekannt gegeben werden.

## DER RICHTIGE WEG

- Machen Sie sich mit den Unternehmensstandards zur Informationssicherheit vertraut, und halten Sie diese ein. Behandeln Sie wichtige Informationen, die in Besprechungen mit der Unternehmensführung und in anderen Diskussionen auf hoher Ebene erörtert wurden, vertraulich, es sei denn, dass das Unternehmen diese Informationen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht hat.
- Sprechen Sie nicht mit Journalisten, egal, ob diese die Informationsquelle angeben wollen oder nicht, ohne vorher die PR-Abteilung um Orientierungshilfe zu bitten.
- Geben Sie sich nicht als Vertreter des Unternehmens aus, wenn Sie eine persönliche Meinung beispielsweise während eines geschäftlichen Treffens oder in einem Internet-Forum kundtun.
- Teilen Sie bei Anfragen von Regierungsbehörden, Journalisten oder externen Rechtsanwälte nach Daten zur Tätigkeit des Unternehmens mit, dass wir gern helfen möchten und dafür den richtigen Ansprechpartner kontaktieren werden.



## REAKTION

Allzu häufig werden unbegründete Gerüchte im Kopf der Mitarbeiter und sogar in der Presse zu „akzeptierten Tatsachen“. Das Unternehmen bemüht sich, angemessene und genaue Informationen zu seinen Geschäftsvorgängen zu vermitteln, um bestimmte rechtliche Anforderungen zu erfüllen und das Vertrauen seiner Aktieninhaber und anderer Unternehmensbeteiligter aufrechtzuerhalten. Daher muss dem Unternehmen die Möglichkeit gegeben werden, diese Informationen in festgelegten Verfahren bekannt zu geben, statt dass Mitarbeiter Gerüchte in Umlauf bringen, die möglicherweise nicht wahr sind.



## WAS SIE BEACHTEN MÜSSEN



Lassen Sie in den folgenden Situationen oder Situationen, die sich bei Offenlegung wesentlich auf das Unternehmensgeschäft oder den Aktienkurs auswirken könnten, Zurückhaltung walten. Wenn eine der folgenden Situationen eintritt, informieren Sie Ihren Vorgesetzten, sodass das Unternehmen entscheiden kann, ob es mit einer Bekanntmachung an die Öffentlichkeit gehen soll:

- Eine Fusion, Firmenübernahme oder Veräußerung
- Eine große Kapitalinvestition, beispielsweise Erweiterung der Produktionsanlagen
- Eine beträchtliche Kapitaleinlage in einem anderen Unternehmen oder die Veräußerung seines Anteilsrechts
- Ein großer, begründeter Rechtsstreit, eine Gemeinschaftsklage im Zusammenhang mit Wertpapieren oder Streitigkeiten um Managementrechte
- Ein als Sanktion verhängtes hohes Bußgeld oder eine Strafe
- Ein umfangreicher Produktrückruf oder eine Produktrücknahme
- Eine umfangreiche Firmenübernahme oder die Veräußerung von Sachanlagen wie Betriebsanlagen oder Ausrüstung.

Weitere Informationen zu Ereignissen und Situationen, die offengelegt werden müssen, finden Sie in unseren **Public Disclosure Operations Principles**.

