



Leitlinien von Swiss Medtech - Schweizer Medizintechnikverband im Zusammenhang mit der Durchführung von Marktumfragen

Swiss Medtech beabsichtigt, Marktumfragen seiner Verbandsmitglieder im Rahmen dieser Leitlinien administrativ zu unterstützen und durchzuführen. Teilnehmer von Marktumfragen und Mitglieder von Fachgruppen sind dafür verantwortlich, sich vor, während und nach durchgeführten Marktumfragen mit diesen Leitlinien auseinanderzusetzen und die rechtlichen, insbesondere die kartellrechtlichen Vorgaben jederzeit einzuhalten.

1 Ziel der Umfrage

Umfragen können auf Anfrage von Verbandsmitgliedern bzw. von Fachgruppen, bestehend aus Verbandsmitgliedern durchgeführt werden. Interessierte Unternehmen, die nicht Verbandsmitglied sind, werden von der Teilnahme an der Umfrage nicht ausgeschlossen.

Das Ziel dieser Umfragen ist die Förderung bzw. Intensivierung des Wettbewerbs sowie die Möglichkeit für die Teilnehmer, ihr Marktverständnis zu verbessern und Markttrends zu erkennen. Die Umfragen werden nicht mit dem Ziel durchgeführt, den Wettbewerbern Informationen über das Wettbewerbsverhalten ihrer Mitbewerber zu beschaffen oder Angleichungen der Preise und Gebühren unter den Wettbewerbern herbeizuführen.

Jedem Verbandsmitglied steht die Teilnahme gegen Bezahlung der erforderlichen Kosten an einer Umfrage offen. Die Teilnahme an einer Umfrage ist immer freiwillig. Das Resultat einer Umfrage soll gegen Kostenentschädigung auch Marktteilnehmern, welche nicht an der Umfrage teilgenommen haben, auf deren Verlangen zur Verfügung gestellt werden.

2 Auslösen der Umfrage

Die Durchführung einer Umfrage wird in der Regel durch den Beschluss gewisser Fachgruppen, bestehend aus Verbandsmitgliedern, ausgelöst. Die Fachgruppe legt die Thematik fest, beschreibt das mit der geplanten Umfrage befolgte Ziel, verfasst einen Entwurf des Fragebogens und besorgt die zur Durchführung der Umfrage benötigten finanziellen Mittel.

3 Prüfung der Fragestellung

Die Arbeitsgruppe meldet dem General Counsel von Swiss Medtech das Umfrageprojekt und übergibt den Entwurf eines Fragebogens. Der General Counsel informiert die Fachgruppe über die Rahmenbedingungen der Umfrage und weist nochmals auf die Einhaltung der kartellrechtlichen Compliance hin.

Der General Counsel überprüft den Fragebogen. Sofern Unsicherheiten in Bezug auf den Fragebogen bzw. die darin enthaltenen Fragestellungen oder Unsicherheiten bezüglich kartellrechtlicher Anforderungen inkl. die mit der Umfrage verfolgten Ziele bestehen, lässt der

General Counsel, nach Rücksprache mit der Fachgruppe, den Fragebogen bzw. die geplante Vorgehensweise auf Kosten der Fachgruppe durch eine von den Teilnehmern der Umfrage unabhängige Anwaltskanzlei prüfen.

4 Voraussetzungen der Durchführung einer Umfrage

Die Durchführung einer Umfrage und der damit verbundenen Informationsaustausch zwischen den Teilnehmern der Umfrage kann u.a. kartellrechtliche Risiken bergen. Daher sind bei der Durchführung einer Umfrage insbesondere die folgenden Punkte zu beachten:

- **Keine identifizierenden Umfragen:** Umfragen dürfen nicht dazu führen, dass wettbewerbsrelevante Daten wie Preise, Tarife und Konditionen bestimmten Teilnehmern zugeordnet werden können.
- **Thematik der Umfrage:** Umfragen zu üblicherweise vertraulich gehaltenen firmenspezifischen Informationen wie z.B. Preise (d.h. aktuelle Preise, Preisnachlässe, -erhöhungen, -senkungen und Rabatte), Mengen, Geschäftsstrategien, detaillierte Kundenlisten, Produktionskosten, Umsätze, Verkaufszahlen, etc. sind als äusserst problematisch einzustufen und daher grundsätzlich zu unterlassen. Demgegenüber kann eine Umfrage zu weniger sensiblen Informationen wie bspw. Marktanteile, Lagerbestände, Kapazitätsauslastung, etc. jedoch u.U. zulässig sein.¹
- **Aggregationsniveau:** Die Ergebnisse der Umfragen werden einzig in anonymisierter und aggregierter Form an die Teilnehmer kommuniziert. Eine Identifizierung der Daten eines einzelnen Teilnehmers der Umfrage darf nicht möglich sein.
- Die Umfrageergebnisse dürfen daher auch keinen Rückschluss auf die Teilnehmer der Umfrage ermöglichen. Die Namen der Teilnehmer an einer Umfrage dürfen jedoch bekanntgegeben werden (bspw. mittels einer Teilnehmerliste, die keine Rückschlüsse auf die individuellen Antworten gibt).
- **Häufigkeit der Umfragen:** Umfragen werden in der Regel nicht in regelmässigen, kurzen zeitlichen Abständen durchgeführt.
- **Aktualität der Daten:** Gegenstand der Umfragen sind in jedem Fall historische (mindestens drei Monate alte) Daten. Eine Umfrage zu aktuellen Daten und Prognosen ist ausdrücklich untersagt.

¹ Die Erstellung von Marktstatistiken, durch welche sich Unternehmen darüber informieren, welche Mengen geliefert und welche Umsätze mit einem bestimmten Produkte gemacht wurden, dürfte regelmässig eher unproblematisch sein. Diese Statistiken sind für viele Anbieter für die Steuerung ihrer Produktion und für die Beurteilung der Gesamtmarktlage von Bedeutung; sollen jedoch keine Abreden begünstigen. Wichtig ist jedoch, dass die Identifizierung einzelner Kunden, Lieferanten oder Einzelgeschäften tatsächlich ausgeschlossen ist. Eine Identifizierung der einzelnen Unternehmen erscheint umso schwieriger, je höher die Teilnehmeranzahl an der Umfrage ist. Da die Marktstruktur sowie die Art eines Produktes bei der Beurteilung der kartellrechtlichen Zulässigkeit einer Umfrage eine grosse Rolle spielt, muss jedoch stets eine Einzelfallbeurteilung aufgrund der Umstände des konkreten Falles vorgenommen werden.



- **Marktkonzentration:** Die Umfragen werden nur in Märkten mit wirksamem Wettbewerb durchgeführt. Je konzentrierter ein Markt bzw. je homogener die Produkte auf einem Markt, desto heikler ist die Durchführung einer Umfrage.
- **Faustregel:** Je höher der Detaillierungsgrad der Umfrage, je kürzer die zeitlichen Abstände zwischen den Umfragen und je weniger Teilnehmer, desto heikler.

5 Durchführung der Umfrage und Kommunikation der Ergebnisse

Der General Counsel von Swiss Medtech bestimmt die von den Teilnehmern der Umfrage unabhängigen Personen, die sich mit der Abwicklung der Umfrage befassen (nachfolgend Sekretariat). Das Sekretariat kann aus Mitarbeitenden der Geschäftsstelle bestehen oder aber von Drittpersonen, die vom General Counsel hierzu beauftragt werden. Alle mit der Abwicklung der Umfrage befassten Personen sind vorgängig zu absolutem Einhalten der Compliance - Verpflichtungen schriftlich zu verpflichten. Das Sekretariat kontaktiert die Teilnehmer und stellt diesen den Fragebogen – unter Angabe einer Deadline für dessen Rücksendung – direkt zu und mahnt vor Ablauf der Deadline diejenigen Teilnehmer, welche den Fragebogen noch nicht abgegeben haben.

Jeder Teilnehmer übergibt den ausgefüllten Fragebogen inkl. seiner darin erfassten Daten direkt dem Sekretariat. Die Zustellung des ausgefüllten Fragebogens an andere Teilnehmer der Umfrage ist explizit untersagt und kann zum Ausschluss aus dem Verband führen.

Das Sekretariat wertet die Daten anschliessend aus. Die Ergebnisse werden dem General Counsel von Swiss Medtech ausschliesslich und nur in anonymisierter und aggregierter Form mitgeteilt. Der General Counsel leitet die so in anonymisierter und aggregierter Form enthaltenen Ergebnisse der Fachgruppe zur Kenntnis weiter.

Aus Datenschutzgründen vernichtet das Sekretariat die erhaltenen, ausgefüllten Fragebogen drei Monate nach Übergabe der Ergebnisse an den General Counsel.

Folgendes ist zu beachten:

- Nehmen nicht mind. 5 Teilnehmer teil, resp. liegt die Anzahl der auswertbaren Fragebogen unter 5, wird die Umfrage in der Regel nicht ausgewertet.
- Die Ergebnisse der Umfragen werden den Teilnehmern einzig in anonymisierter und aggregierter Form als Durchschnittszahlen, beste/schlechteste Werte, etc. zugestellt. Dadurch soll eine direkte und indirekte Identifizierung der Daten eines einzelnen Teilnehmers der Umfrage verunmöglicht werden.
- Jeder Teilnehmer erhält die Auswertung seiner eigenen Daten.
- Kein Verbandsmitglied hat direkte Einsicht in die erhobenen Daten; dies muss auch sichergestellt sein, sofern Vertreter der Mitglieder in Verbandsgremien sitzen. Eine Durchlässigkeit aufgrund von Doppelfunktionen ist unzulässig.



- Die Ergebnisberichte enthalten keine Verhaltensempfehlungen an die Teilnehmer und können auch nicht zu einer Verhaltensabstimmung zwischen den Teilnehmern führen.
- Den Teilnehmern einer Umfrage ist es untersagt, in gemeinsamen Treffen bzw. anderen Kommunikationsformen die Bedeutung einzelner Umfragen sowie mögliche Reaktionen des Marktes bzw. von Lieferanten, Produzenten, Kunden, etc. auf die durch die Umfrage erlangten Informationen zu diskutieren.

Genehmigt durch Swiss Medtech am 31.8.2017