



# Anti- Korruptionsrichtlinie

<b>Art der Regelung</b>	Konzernrichtlinie
<b>Version</b>	3.0
<b>Gültig ab</b>	01.06.2023
<b>Letzte Aktualisierung</b>	01.06.2023
<b>Nächste Aktualisierung</b>	01.06.2025
<b>Process Owner</b>	Corporate Compliance
<b>Ansprechpartner</b>	Herr Andreas Melon +49 (211) 6886-1647 andreas.melon@metro.de
<b>Änderungshistorie/ Letzte Fassung</b>	Version 2.0 vom 30.11.2019

<b><u>INHALTSVERZEICHNIS</u></b> .....	<b>SEITE</b>
<b>1 EINLEITUNG</b> .....	<b>3</b>
1.1 Zielsetzung .....	3
1.2 Geltungsbereich und Zielgruppe.....	3
<b>2 BEGRIFFE UND REFERENZEN</b> .....	<b>3</b>
<b>3 GRUNDSÄTZE DER KORRUPTIONSPRÄVENTION</b> .....	<b>5</b>
3.1 Zuwendungen im geschäftlichen Verkehr .....	5
3.2 Grundvoraussetzungen .....	5
3.3 Zuwendungen an Amtsträger .....	6
3.4 Unzulässige Zuwendungen .....	7
<b>4 UMGANG MIT GESCHENKEN</b> .....	<b>7</b>
4.1 Zustimmungsfreie Geschenke .....	7
4.2 Zustimmungspflichtige Geschenke.....	8
<b>5 UMGANG MIT EINLADUNGEN</b> .....	<b>8</b>
5.1 Zustimmungsfreie Einladungen .....	8
5.2 Zustimmungspflichtige Einladungen.....	9
<b>6 INTERESSENKONFLIKTE</b> .....	<b>10</b>
<b>7 GESCHÄFTSPARTNERPRÜFUNG</b> .....	<b>11</b>
<b>8 ANTI-KORRUPTIONSKLAUSEL</b> .....	<b>11</b>
<b>9 HINWEISGEBERSYSTEM</b> .....	<b>11</b>
<b>10 SCHLUSSBESTIMMUNGEN</b> .....	<b>11</b>
<b>ANHÄNGE</b> .....	

## 1 Einleitung

METRO duldet keine Form von Korruption. Sie ist verboten, verzerrt den Wettbewerb und schadet dem Unternehmen. Korruption ist in allen Ländern, in denen METRO agiert, illegal und kann schwerwiegende Folgen haben. Sie kann neben dem allgemeinen Ansehensverlust sowie dem Vertrauensverlust bei unseren Kunden, auch hohe Straf- oder Bußgelder sowie den Ausschluss der METRO von Ausschreibungen zur Folge haben.

METRO ist Mitglied im United Nations Global Compact und unterstützt nationale und internationale Bestrebungen zur Bekämpfung von Korruption. METRO-Mitarbeitende sind verpflichtet, in jeder Situation bereits den bloßen Anschein von Korruption zu vermeiden.

### 1.1 Zielsetzung

Diese Richtlinie definiert konzernweite Standards zur Korruptionsbekämpfung und dem Umgang mit *Zuwendungen*, insbesondere *Geschenken* und Einladungen.

Diese Richtlinie hilft METRO-Mitarbeitenden, Korruptionsrisiken zu erkennen, angemessen auf Warnsignale zu reagieren und Korruption zu verhindern.

### 1.2 Geltungsbereich und Zielgruppe

Diese Richtlinie gilt für alle METRO-Mitarbeitenden.

Der zuständige Compliance Officer kann zusätzliche Handlungsempfehlungen geben und in Ausnahmefällen Abweichungen von dieser Richtlinie bewilligen. Diesbezügliche Anfragen müssen grundsätzlich schriftlich erfolgen (E-Mail ausreichend).

Diese Richtlinie ersetzt keine anderen Richtlinien. Daneben gelten insbesondere

- die Spenden- und Sponsoringrichtlinie,
- die Beraterrichtlinie,
- die Richtlinie zum Schutz von Hinweisgebern,
- die Richtlinie zur Geldwäscheprävention,
- die SOP for Expansion & IP Process und
- die Reisekostenrichtlinie.

Diese Richtlinie muss lokal angepasst werden, soweit lokale Gesetze und Vorschriften strenger sind.

## 2 Begriffe und Referenzen

**Amtsträger** sind Personen, die eine öffentliche Funktion ausüben, in einem öffentlich-rechtlichen Dienst- oder Amtsverhältnis stehen (u.a. Regierungsmitglieder, Beamte und Personen, die für eine öffentliche Organisation arbeiten), Aufgaben der rechtlichen Verwaltung wahrnehmen oder in einem (teil-)staatlichen Unternehmen tätig sind. Sollten Amtsträger gleichzeitig Kunden oder Geschäftspartner im Sinne dieser Richtlinie sein, gelten sie im Sinne dieser Richtlinie als Amtsträger.

**Beschleunigungszahlungen** (englisch „facilitation payments“) sind Zahlungen an Amtsträger, um routinemäßige Amtshandlungen, auf die ein rechtlicher Anspruch besteht, zu beschleunigen. Beschleunigungszahlungen sind in den meisten Ländern strafbar.

**Catering** umfasst Speisen und Getränke am Ort der Veranstaltung beziehungsweise in den Räumlichkeiten des Gastgebers. Bei Veranstaltungen, die durch METRO organisiert werden, kann dies auch Catering durch Sterneköche umfassen.

**Geschäftessen** sind Essen mit Geschäftspartnern aus geschäftlichem Anlass.

**Geschäftspartner** sind alle Personen, die nicht Amtsträger sind, mit denen METRO in einem geschäftlichen Kontakt steht. Dies umfasst auch Personen, mit denen sich erst eine Geschäftsbeziehung anbahnt, wie z.B. Teilnehmer einer Ausschreibung / eines Pitches.

**Geschenke** sind geldwerte Zuwendungen, die eine Person unentgeltlich und ohne eine rechtliche Verpflichtung an einen Empfänger gewährt oder annimmt.

Ein **Interessenkonflikt** liegt vor, wenn der Zweifel an der Fähigkeit eines METRO-Mitarbeitenden aufkommen könnte, in Bezug auf die Interessen von METRO mit uneingeschränkter Objektivität zu handeln, zu urteilen oder zu entscheiden.

**Klimapflege**, auch **Anfüttern** genannt, ist das Gewähren von Zuwendungen, um sich allgemeines Wohlwollen oder Geneigtheit zu sichern.

**Korruption** ist der Missbrauch eines öffentlichen Amtes, einer Funktion in der Wirtschaft oder eines politischen Mandats zur Erlangung eines Vorteils für sich oder einen Anderen (z.B. für das eigene Unternehmen).

**Kunden** sind Personen / Unternehmen, die dauerhaft Waren oder Dienstleistung von METRO beziehen und nicht nur beabsichtigen dies in Zukunft zu tun, insbesondere alle Inhaber einer METRO-Kundenkarte.

**Netzwerkveranstaltungen** sind Veranstaltungen zum zielorientierten Aufbau und zur Pflege beruflicher Kontakte.

**Warenmuster** sind Muster, die möglichen Käufern in geringen Mengen zur Verfügung gestellt werden, um sich von der Beschaffenheit und Qualität des Produktes überzeugen zu können.

**Zuwendungen** sind Vorteile jeder Art. Das heißt alles, auf das der Empfänger keinen Rechtsanspruch hat und was seine wirtschaftliche, rechtliche oder persönliche Lage unmittelbar oder mittelbar objektiv verbessert. Damit sind nicht nur Bargeld und Bargeldäquivalente umfasst, sondern ungeachtet von Mindestmengen oder Grenzwerten alles, was einen Wert hat, einschließlich Rabatten, Geschenken, Einladungen, Bewirtungen, Darlehen, Insiderinformationen, Dienstleistungen, Ehrungen, Karrierechancen und Sponsoring.

**Zahlungsmitteläquivalente** sind Vermögenswerte, die ohne großen Aufwand jederzeit in Bargeld umgewandelt werden können.

Definierte Begriffe sind im Folgenden kursiv gehalten.

### 3 Grundsätze der Korruptionsprävention

*Korruption* ist der Missbrauch eines öffentlichen Amtes, einer Funktion in der Wirtschaft oder eines politischen Mandats zur Erlangung eines Vorteils für sich oder einen Anderen (z.B. den Arbeitgeber). *Korruption* ist immer von einem Gegenseitigkeitsverhältnis, einem Geben und Nehmen, geprägt. Hierdurch sollen dienstliche oder geschäftliche Handlungen oder Entscheidungen beeinflusst werden. Die *Zuwendungen* können dabei materieller oder immaterieller Art sein. Sowohl die aktive (Anbieten, Versprechen oder Gewähren von *Zuwendungen*) als auch passive *Korruption* (Fordern, Sich-versprechen lassen oder Annehmen von *Zuwendungen*) sind strafbar.

#### 3.1 Zuwendungen im geschäftlichen Verkehr

Nicht jeder Austausch von *Zuwendungen* stellt einen Fall von *Korruption* dar. Vielmehr gehören gewisse *Zuwendungen*, wie *Geschenke* und Einladungen, regelmäßig zum Aufbau und zur Pflege von Geschäftsbeziehungen dazu. Erst, wenn mit dem Geschenk oder der Einladung eine unrechtmäßige Beeinflussung beabsichtigt ist, liegt ein Fall von *Korruption* vor. Aus diesem Grund kommt es immer auf den Einzelfall und die konkreten Umstände an. Schon die bloße *Klimapflege (Anfüttern)* ist ein Strafbarkeitsrisiko.

METRO-Mitarbeitende müssen bei dem Austausch von *Zuwendungen* stets METRO's interne Regelungen und die geltenden Gesetze beachten. Sollten METRO-Mitarbeitende in Erwägung ziehen, eine *Zuwendung* zu gewähren, muss diese immer einem legitimen Geschäftszweck dienen und darf ausschließlich mit dem Ziel erfolgen, eine positive Einstellung gegenüber METRO beziehungsweise den Produkten und Serviceleistungen von METRO zu fördern und niemals, um eine Person in einer amtlichen oder geschäftlichen Entscheidung unrechtmäßig zu beeinflussen.

Deshalb bestehen Korruptionsrisiken für METRO und METRO-Mitarbeitende vor allem, wenn sie etwas schenken beziehungsweise beschenkt werden (siehe 4) oder Einladungen aussprechen, beziehungsweise entgegennehmen (siehe 5).

#### 3.2 Grundvoraussetzungen

*Zuwendungen*, egal ob diese durch oder an METRO-Mitarbeitende erfolgen, sind nur zulässig, wenn sie angemessen und bargeldlos sind, in einer transparenten Art und Weise geleistet und nicht aktiv gefordert werden.

**angemessen, bargeldlos, transparent, nicht aktiv gefordert**

Sollte einer dieser Voraussetzungen fehlen, ein Reputationsrisiko oder Strafbarkeitsrisiko bestehen, ist die konkrete *Zuwendung* zwingend unzulässig und darf nicht erfolgen.

##### 3.2.1 angemessen

Ob eine *Zuwendung* angemessen ist, bestimmt sich nach den Umständen des Einzelfalls, wobei stets der Gesamtzusammenhang zu berücksichtigen ist, in dem die *Zuwendung* erfolgt. Hierbei sind insbesondere der Wert und Anzahl der *Zuwendungen*, der kulturelle und sozialübliche Rahmen (umfasst auch die Position des Empfängers) sowie der Zeitpunkt der *Zuwendung* relevant. METRO-

Mitarbeitende sind daher bei jeder Zuwendung angehalten, diese Faktoren zu prüfen und zu bewerten.

### **Wert und Anzahl:**

So sind geringwertige *Zuwendungen* eher angemessen als hochpreisige, wobei in Ländern mit geringerem Bruttoinlandsprodukt geringwertig anders zu definieren ist als in Industrienationen. Auch die Anzahl der Zuwendungen ist entscheidend. Mehrere Zuwendungen mögen einzeln betrachtet zulässig erscheinen, können aber in ihrer Gesamtheit ein konkretes Strafbarkeitsrisiko darstellen.

### **Kultureller und sozialüblicher Rahmen:**

Der kulturelle und sozialübliche Rahmen ist sowohl vom Hintergrund der involvierten Personen als auch lokalen Gepflogenheiten abhängig. Der Austausch von kleineren *Zuwendungen* zwischen *Geschäftspartnern* ist in zahlreichen Kulturkreisen üblich und gehört zur guten Sitte.

### **Zeitpunkt der Zuwendung:**

Darüber hinaus ist auch der Zeitpunkt der Zuwendung von entscheidender Bedeutung. Insbesondere sollten *Zuwendungen* im Zusammenhang mit geschäftlichen Entscheidungen (z.B. während Vertragsverhandlungen) immer vermieden werden. Je mehr Zeit zwischen einer geschäftlichen Entscheidung und dem Zeitpunkt der *Zuwendung* liegt, desto geringer ist das Korruptionsrisiko.

#### **3.2.2 bargeldlos**

*Zuwendungen* dürfen niemals in Form von Geld oder *Zahlungsmitteläquivalenten* geleistet werden. Insbesondere sind *Beschleunigungszahlungen*, auch Facilitation Payments genannt, strikt verboten.

#### **3.2.3 transparent**

*Zuwendungen* dürfen nicht heimlich, sondern immer nur öffentlich an die geschäftliche Adresse erfolgen. *Zuwendungen* müssen nachvollziehbar und nachweisbar sein sowie im Zweifelsfall der zuständigen Führungskraft oder dem zuständigen Compliance Officer gemeldet werden.

#### **3.2.4 nicht aktiv gefordert**

*Zuwendungen* dürfen niemals aktiv angefragt, gefordert oder an eine Bedingung geknüpft werden (z.B. Vertragsschluss).

### **3.3 Zuwendungen an Amtsträger**

*Zuwendungen* an *Amtsträger*, wie *Geschenke* oder Einladungen, sind grundsätzlich zu vermeiden. Im Umgang mit *Amtsträgern* gelten in den meisten Ländern sehr viel strengere Regelungen als beim Umgang mit Personen aus der Privatwirtschaft. Insbesondere ist bei *Amtsträgern* bereits die *Klimapflege* verboten. Sind in Ausnahmefällen *Zuwendungen* an *Amtsträger* beabsichtigt, sind diese nur mit ausdrücklicher vorheriger Zustimmung des zuständigen Compliance Officers im Einzelfall möglich.

### 3.4 Unzulässige Zuwendungen

Wird METRO-Mitarbeitenden eine unzulässige Zuwendung angeboten, ist die Zuwendung unter Hinweis auf diese Richtlinie höflich abzulehnen und die zuständige Führungskraft sowie der zuständige Compliance Officer unverzüglich über den Vorfall zu informieren.

## 4 Umgang mit Geschenken

Kleinere *Geschenke*, wie Werbegeschenke und Höflichkeitsgeschenke, sind gängig und in zahlreichen Kulturkreisen üblich. Bei *Geschenken* sind immer die lokalen Gepflogenheiten zu beachten.

*Warenmuster* sind keine *Geschenke* im Sinne dieser Richtlinie.

*Geschenke*, die im Rahmen von offiziellen Gewinnspielen zu Marketingzwecken an *Kunden* ausgegeben werden, unterfallen ebenfalls nicht dieser Richtlinie, wenn sie im Hinblick auf Wert und Anzahl den üblichen Rahmen nicht überschreiten. Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass eine unberechtigte Beeinflussung beabsichtigt wird.

Der Wert von *Geschenken* ist anhand des jeweiligen Verkehrswerts (Bruttopreis einschließlich Umsatzsteuer) zu ermitteln.

### 4.1 Zustimmungsfreie Geschenke

*Geschenke* sind unter bestimmten Voraussetzungen zustimmungsfrei, das heißt, sie bedürfen keiner vorherigen Absprache mit dem zuständigen Compliance Officer.

Grundvoraussetzungen aller zustimmungsfreien *Geschenke* ist, dass sie angemessen und bargeldlos sind sowie in einer transparenten Art und Weise geleistet und nicht aktiv gefordert werden (siehe 3.2).

Darüber hinaus müssen *Geschenke* geringwertig sein. Aufgrund des zu beachtenden Gesamtzusammenhangs, ist ein *Geschenk* nur zustimmungsfrei, wenn die beschenkte Person nicht bereits mehr als 2 *Geschenke* im laufenden Kalenderjahr erhalten hat.

Sollte es sich bei der beschenkten Person um einen *Amtsträger* handeln, ist ein *Geschenk* allerdings nie zustimmungsfrei. Das gleiche gilt, wenn ein *Geschenk* aus anderen Gründen zustimmungspflichtig ist (siehe 4.2).

<b>Grundvoraussetzungen:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ angemessen</li><li>▪ bargeldlos</li><li>▪ transparent</li><li>▪ nicht aktiv gefordert</li></ul>	<b>+</b>	<b>Zusätzliche Voraussetzungen:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ geringwertig</li><li>▪ nicht mehr als 2 <i>Geschenke</i> pro <i>Geschäftspartner</i> im Kalenderjahr</li><li>▪ Beschenkter ist kein <i>Amtsträger</i></li><li>▪ nicht zustimmungspflichtig</li></ul>
--	----------	--

Beispiele für zustimmungsfreie *Geschenke*:

- Werbegeschenke
- Höflichkeitsgeschenke, insbesondere zu Geburts-, Feiertagen oder Jubiläen
- Erkennbar handelsübliche Rabatte

## 4.2 Zustimmungspflichtige Geschenke

*Geschenke*, die nicht die obigen Voraussetzungen erfüllen (siehe 4.1), sind zwingend zustimmungspflichtig und dürfen erst geleistet oder entgegengenommen werden, wenn der zuständige Compliance Officer dem Vorgang zugestimmt hat.

Zustimmungspflichtige *Geschenke* sind:

- Hochpreisige *Geschenke*
- METRO-Gutscheine (ausschließlich an METRO-Kunden)
- *Geschenke* von/an *Geschäftspartner*, die bereits mehr als 2 *Geschenke* (Werbegeschenke ausgenommen) im laufenden Kalenderjahr überreicht/erhalten haben

Bei den folgenden *Geschenken* wird die Zustimmung regelmäßig versagt:

- Luxusgeschenke
- *Geschenke* an *Amtsträger*
- *Geschenke* an Ehe-, Lebenspartner oder andere Angehörige eines *Geschäftspartners*
- METRO-Gutscheine an *Geschäftspartner*, die keine *Kunden* sind

Die Zustimmung wird immer versagt, wenn Reputationsrisiken oder Strafbarkeitsrisiken für einen Beteiligten oder METRO bestehen sollten.

## 5 Umgang mit Einladungen

Einladungen werden typischerweise zu Essen oder Veranstaltungen ausgesprochen. Bei Einladungen zu Veranstaltungen ist insbesondere entscheidend, wie stark der fachliche Bezug der Veranstaltung ist.

Bei der Wertermittlung von Einladungen ist grundsätzlich darauf abzustellen, welche Leistungen der Eingeladene tatsächlich in Anspruch nimmt (Bruttopreise einschließlich Umsatzsteuer).

### 5.1 Zustimmungsfreie Einladungen

Einladungen sind unter bestimmten Voraussetzungen zustimmungsfrei, das heißt, sie bedürfen keiner vorherigen Absprache mit dem zuständigen Compliance Officer.

Grundvoraussetzung aller zustimmungsfreier Einladungen ist, dass die Einladung angemessen ist und auf eine transparente Art und Weise ausgesprochen sowie nicht aktiv gefordert wird (siehe 3.2).

Darüber hinaus darf die Einladung nicht exklusiv sein. Außerdem darf die eingeladene Person nicht mehr als 2 Einladungen im laufenden Kalenderjahr erhalten haben.



Die Einladung muss einen überwiegenden fachlichen Bezug aufweisen und darf nicht von einem gesonderten Unterhaltungselement (z.B. Sport, Kultur) besonders geprägt sein. Zusätzlich ist erforderlich, dass Reise- oder Hotelkosten (soweit der Eingeladene nicht als Referent an der Veranstaltung teilnimmt) nicht durch den Einladenden übernommen werden.

Sollte es sich bei der eingeladenen Person um einen *Amtsträger* handeln, ist die Einladung allerdings nie zustimmungsfrei. Das gleiche gilt, wenn eine Einladung aus anderen Gründen zustimmungspflichtig ist (siehe 5.2).

<p><b>Grundvoraussetzungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ angemessen</li> <li>▪ transparent</li> <li>▪ nicht aktiv gefordert</li> </ul>	+	<p><b>Zusätzliche Voraussetzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nicht exklusiv</li> <li>▪ nicht mehr als 2 Einladungen pro <i>Geschäftspartner</i> pro Jahr</li> <li>▪ überwiegender fachlicher Bezug</li> <li>▪ kein besonderer Unterhaltungsanteil</li> <li>▪ keine Übernahme der Hotel- und Reisekosten</li> <li>▪ eingeladene Person ist kein <i>Amtsträger</i></li> <li>▪ nicht aus anderen Gründen zustimmungspflichtig</li> </ul>
--	---	---

Beispiele für zustimmungsfreie Einladungen:

- *Caterings*
- Einladungen zu *Geschäftsessen* in ein Mittelklasse-Restaurant
- Einladungen zu Messen, Presseveranstaltungen, Werksbesichtigungen, Konferenzen, Seminaren, Events mit einem eindeutig geschäftlichen Fokus (z.B. Markteröffnungen)
- Essenseinladungen im Rahmen von Weihnachtsfeiern, Markteröffnungen, Messen oder einem anderen gegebenen Anlass mit fachlichem Bezug in ein Mittelklasse-Restaurant
- Einladungen zu *Netzwerkveranstaltungen*, die weder Teil einer übergeordneten (Groß-)Veranstaltung oder eines Festes (z.B. Oktoberfest, Karneval) sind, noch ein besonderes Sport- oder Kulturprogramm aufweisen
- Einladungen zu Fachveranstaltungen mitsamt der Übernahme von angemessenen Hotel- und Reisekosten bei Referententätigkeit

## 5.2 Zustimmungspflichtige Einladungen

Einladungen, die nicht die obigen Voraussetzungen erfüllen (siehe 5.1), sind zustimmungspflichtig und dürfen erst ausgesprochen oder angenommen werden, wenn der zuständige Compliance Officer dem Vorgang zugestimmt hat.

Typischerweise handelt es sich dabei entweder um Einladungen, die einen hohen Wert aufweisen (z.B. in ein Gourmetrestaurants), keinen überwiegenden fachlichen Bezug haben, sondern vorrangig von einem besonderen Unterhaltungselement (z.B.

sportliche oder kulturelle Programmfolge) geprägt sind oder in deren Rahmen die Reise- und Hotelkosten übernommen werden sollen.

Beispiele zustimmungspflichtiger Veranstaltungen:

- Einladungen in Gourmetrestaurants aus gegebenem Anlass mit fachlichem Bezug (z.B. Closing-Dinner) oder wegen des Teilnehmerkreises (*Kunden* aus dem Gourmetbereich)
- Einladungen zu Veranstaltungen mit einem überwiegenden besonderen Unterhaltungselement (z.B. Sport oder Kultur)
- Einladungen von *Geschäftspartnern*, die bereits mehr als 2 Einladungen im laufenden Kalenderjahr erhalten haben
- *Netzwerkveranstaltungen* mit einem besonderen Sport- oder Kulturprogramm bzw. solche, die Teil einer übergeordneten (Groß-)Veranstaltung oder eines Festes (z.B. Oktoberfest, Karneval) sind

Eine Zustimmung wird regelmäßig bei den folgenden Einladungen versagt:

- Einladung zu Veranstaltungen, die keinerlei fachlichen Bezug aufweisen
- Einladung erstreckt sich auf Ehe-, Lebenspartner oder andere Angehörige
- Übernahme von Hotel- und Reisekosten bei bloßer Teilnahme

Die Zustimmung wird immer versagt, wenn Reputationsrisiken oder Strafbarkeitsrisiken für einen Beteiligten oder METRO bestehen.

## 6 Interessenkonflikte

Mitarbeitende sind verpflichtet, geschäftliche Entscheidungen immer mit uneingeschränkter Objektivität und im Sinne von METRO zu treffen.

Das bloße Vorliegen eines *Interessenkonflikts* stellt noch kein Fehlverhalten dar. Es ist allerdings entscheidend, Situationen frühzeitig zu erkennen, in denen ein Konflikt zwischen persönlichen Interessen und den Interessen von METRO vorliegt, objektiv gesehen vorliegen könnte, oder wahrscheinlich entstehen könnte, und diese unverzüglich offenzulegen. Sollte ein Interessenkonflikt bestehen, darf der betroffene Mitarbeitende keinen Einfluss auf die geschäftliche Entscheidung nehmen und muss den Interessenkonflikt umgehend der zuständigen Führungskraft und/oder dem zuständigen Compliance Officer melden.

*Interessenkonflikte* können insbesondere bestehen bei:

- Nebentätigkeiten oder selbstständiger Erwerbstätigkeit, z.B. eine Nebentätigkeit bei einem *Geschäftspartner* von METRO (Kunde, Lieferant) oder einem Wettbewerber von METRO;
- Tätigkeit als Berater eines *Geschäftspartners* von METRO;
- Selbstständiger Erwerbstätigkeit, deren arbeitszeitlicher Umfang zusammengenommen mit der Arbeitszeit bei METRO durch die Überschreitung der gesetzlichen Höchstarbeitszeit einen Arbeitszeitverstoß darstellt;
- Privaten Investitionen, z.B. eine Beteiligung von mehr als 5 % oder eine andere wesentliche finanzielle Beteiligung an einem *Geschäftspartner* von METRO;

- Persönlichen Beziehungen (z.B. Ehepartner, Geschwister, Eltern, Lebensgefährte, enger Verwandter oder andere enge Beziehung) mit METRO-Mitarbeitenden, zu denen eine direkte Berichtslinie besteht;
- Persönlichen Beziehungen mit einem *Geschäftspartner* beziehungsweise Mitarbeitenden eines *Geschäftspartners* von METRO;
- Persönlichen Beziehungen zu einer Person, die ein *Amtsträger* ist und in der Lage ist, die Geschäftstätigkeit von METRO zu beeinflussen;
- Persönlichen Beziehungen zu einer Person, die eine Beteiligung von mehr als 5 % oder eine andere wesentliche finanzielle Beteiligung an einem Unternehmen hält, das ein *Geschäftspartner* von METRO ist.

## 7 Geschäftspartnerprüfung

METRO setzt häufig *Geschäftspartner* ein, die für METRO oder im Auftrag von METRO tätig werden. METRO und METRO-Mitarbeitende können für *Korruption*, die *Geschäftspartner* begehen, zivilrechtlich haften und strafrechtlich verantwortlich sein.

Aus diesem Grund sind METRO-Mitarbeitende, die für die Vertragsschließung mit einem *Geschäftspartner* zuständig sind, verpflichtet, eine Geschäftspartnerprüfung gemäß Anhang 1 durchzuführen.

## 8 Anti-Korruptionsklausel

Jedes Unternehmen der METRO sollte die Anti-Korruptionsklausel in Anhang 2 in allen Verträgen mit *Geschäftspartnern* aufnehmen. METRO-Mitarbeitende, die für die Vertragsschließung mit einem Geschäftspartner zuständig sind, sind verpflichtet, sicherzustellen, dass die Verträge die Anti-Korruptionsklausel enthalten. Ferner muss sie Bestandteil sämtlicher Standardvertragsmuster sein (z.B. Einkaufsvertrag, Spenden- und Sponsoringvereinbarungen, Vereinbarungen mit Logistikdienstleistern usw.).

## 9 Hinweisgebersystem

Sofern Anhaltspunkte für ein Korruptionsrisiko bestehen oder METRO-Mitarbeitende von einem konkreten Korruptionsvorfall erfahren, sollten sie den Sachverhalt dem zuständigen Compliance Officer oder (auch anonym) über das konzernweite [Hinweisgebersystem](#) melden.

## 10 Schlussbestimmungen

Bei dem Austausch von Zuwendungen ist auf die Versteuerung eines möglichen geldwerten Vorteils zu achten. Hierbei ist die lokale Steuerabteilung behilflich

Sollten Unsicherheiten im Zusammenhang mit den Bestimmungen dieser Richtlinie bestehen, steht der zuständige Compliance Officer als Ansprechpartner zur Verfügung.