

Compliance-Richtlinie der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG Standort Geesthacht

Präambel

Die ISG Intermed Service GmbH & Co. KG ist ein mittelständisches Unternehmen, das Ärzte aller Fachrichtungen, medizinische Laboratorien, Krankenhäuser, Apotheken, MVZ, Heilpraktiker sowie Einrichtungen des Gesundheitswesens und Kunden aus anderen Bereichen mit Praxis- und Sprechstundenbedarf sowie Medizinprodukten beliefert. Darüber hinaus bieten wir Serviceleistungen wie Praxisorganisation, Sterilgut-Service oder die Entsorgung von Praxisabfällen an. Wir verfügen über einen Fahrdienst und einen Außendienst, der die persönliche Beratung der Vertriebspartner vor Ort gewährleistet.

Im Vordergrund unseres Wirkens stehen das Wohl und die Gesundheit des Menschen. Unsere Leitprinzipien sind dabei:

- Vertrauen und Zuverlässigkeit
- Aufrichtigkeit und Integrität
- Fairness und Respekt
- Serviceorientiertes Verhalten unter ständiger Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit

Diese Prinzipien prägen unser Handeln im Interesse des Unternehmens, seiner Kunden und Geschäftspartner. Das Unternehmen ist darauf angewiesen, dass wir diese Prinzipien verinnerlichen und bei unserer täglichen Arbeit genau beachten. Mit der Unterstützung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen wir die ISG Intermed Service GmbH & Co. KG weiter auf Erfolgskurs halten. Hierzu müssen wir gewährleisten, dass wir auch in Zukunft als vertrauenswürdiger Partner wahrgenommen und akzeptiert werden.

Mit der Compliance-Richtlinie möchten wir zum Ausdruck bringen, dass wir alle Geschäfte ablehnen, die geltendes Recht und unsere Prinzipien verletzen. Unlautere Mittel sind für uns keine Option. Wir sind entschlossen, Korruption in sämtlichen Ausprägungen zu verhindern. Sämtliche Geschäftsbeziehungen sind geprägt von einem fairen und partnerschaftlichen Umgang. Die festgelegten Verhaltensregeln sollen uns den Rahmen unserer Geschäftstätigkeit verdeutlichen und gleichzeitig die Beachtung externer und interner Regeln sicherstellen. Der Kodex kann nicht alle Fragen beantworten, die sich uns

INTERMED

im Einzelfall stellen mögen. Er wird uns aber so sensibilisieren, dass wir Probleme schon im Ansatz erkennen und gemeinsam lösen können.

Zögern Sie nicht, sich bei Rückfragen an Ihren Vorgesetzten oder an ein Mitglied der Geschäftsführung zu wenden.

Wir danken Ihnen für Ihre Unterstützung.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Abschnitt: Allgemeine Regelungen	5
§ 1 Anwendungsbereich	5
§ 2 Inkrafttreten	5
§ 3 Voraussetzungen für gesetzeskonformes Verhalten.....	5
§ 4 Auslegung, Anwendung und Fragen.....	5
2. Abschnitt: Gesetzeskonformes Verhalten: Unsere Leitmaxime	6
§ 5 Unsere Leitmaxime	6
3. Abschnitt: Beziehungen zu unseren Kunden und Geschäftspartnern	6
§ 6 Verhalten gegenüber Kunden und Geschäftspartnern	6
§ 7 Preiskalkulation	6
§ 8 Einladungen	7
§ 9 Übernahme von Reise- und Übernachtungskosten.....	7
§ 10 Bewirtung	8
§ 11 Geschenke und sonstige Zuwendungen	8
§ 12 Annahme von Einladungen, Geschenken und sonstigen Zuwendungen	8
4. Abschnitt: Spenden und Sponsoring	9
§ 13 Spenden	9
§ 14 Sponsoring	9
5. Abschnitt: Beziehungen zu den Wettbewerbern	10
§ 15 Verhalten gegenüber Wettbewerbern	10
6. Abschnitt: Beziehung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter untereinander	10
§ 16 Grundsätze.....	10
§ 17 Effizienz und Kostenbewusstsein	10
§ 18 Vermeidung von Interessenskonflikten.....	11
7. Abschnitt: EDV- und IT-Sicherheit, Datenschutz	11
§ 19 Dienstliche Nutzung des Internets und von E-Mailprogrammen	11
8. Abschnitt: Einsatz von Werbung	11
§ 20 Umgang mit Werbung	11

9. Abschnitt: Beachtung der Compliance-Richtlinie	12
§ 21 Ausfüllung der Compliance-Richtlinie	12
§ 22 Vertrauliche Hinweise	12
§ 23 Verbesserungsvorschläge	12
§ 24 Konsequenzen von Verstößen	12
10. Abschnitt: Zugehörige Richtlinien und Regelungen	13
§ 25 Weitere zu beachtende Regelungen	13

1. Abschnitt: Allgemeine Regelungen

§ 1 Anwendungsbereich

- (1) Die Compliance-Richtlinie gilt für alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (im Folgenden: Mitarbeiter) des Unternehmens inklusive der Geschäftsführung.
- (2) Die Compliance-Richtlinie findet Anwendung auf alle – auch potenziellen – Geschäftsbeziehungen des Unternehmens und seiner Tochtergesellschaften.
- (3) Dritte können aus dieser Compliance-Richtlinie keine Rechte herleiten.

§ 2 Inkrafttreten

Die Compliance-Richtlinie gilt mit sofortiger Wirkung. Alle Mitarbeiter, die in ihren Anwendungsbereich fallen, erhalten eine Kopie und bestätigen durch ihre Unterschrift, dass sie die Compliance-Richtlinie gelesen haben und beachten werden.

§ 3 Voraussetzungen für gesetzeskonformes Verhalten

- (1) Wir müssen die gesetzlichen Bestimmungen, die unsere Arbeit betreffen, kennen und beachten. Das gilt für alle Mitarbeiter, sei es im Innendienst oder Außendienst.
- (2) Es ist insbesondere Aufgabe der Führungskräfte und der Geschäftsführung, mit gutem Beispiel voran zu gehen. Deshalb sind alle Führungskräfte aufgerufen, sich kontinuierlich über die für uns geltenden Regeln zu informieren, diese ihren Mitarbeitern zu vermitteln und die Einhaltung in angemessener Weise zu überwachen.
- (3) Damit unsere Mitarbeiter ihre Arbeit angemessen und in Übereinstimmung mit dieser Compliance-Richtlinie ausführen, legen wir auf regelmäßige Schulungen wert, auf die wir speziell hinweisen.

§ 4 Auslegung, Anwendung und Fragen

- (1) Bei der Anwendung dieser Compliance-Richtlinie achten wir nicht nur auf den Wortlaut der einzelnen Regelungen, sondern auch auf die übergeordnete Zielsetzung der Compliance-Richtlinie, die in der Präambel und in § 5 beschrieben ist.

- (2) Wichtige Grundsätze, die ebenfalls zu beachten sind, sind das
- **Trennungsprinzip:** Zuwendungen dürfen nicht in Abhängigkeit mit etwaigen Geschäftsentscheidungen der Kunden und Geschäftspartner erfolgen. Das gilt insbesondere im Rahmen von Beschaffungsentscheidungen bei Umsatzgeschäften. Es hat zwingend eine Trennung zu erfolgen.
 - **Transparenzprinzip:** Alle Geschäfte erfolgen auf der Grundlage schriftlicher Verträge und Rechnungen, aus denen sich Leistung und Gegenleistung nachvollziehbar ergeben. Intransparent sind zum Beispiel Leistungen, die nicht eindeutig aus einer Rechnung hervorgehen.
 - **Dokumentationsprinzip:** Leistung und Gegenleistung in einer Geschäftsbeziehung sind schriftlich und vollständig zu dokumentieren. Gleiches gilt für sonstige Vereinbarungen mit Kunden und Geschäftspartnern.
 - **Äquivalenzprinzip:** Leistung und Gegenleistung stehen in einem angemessenen Verhältnis zueinander.
- (3) Bei allen Fragen, die Sie sich zu dieser Compliance-Richtlinie stellen, können Sie sich an Ihren Vorgesetzten und an ein Mitglied der Geschäftsführung wenden.

2. Abschnitt: Gesetzeskonformes Verhalten: Unsere Leitmaxime

§ 5 Unsere Leitmaxime

Sämtliche Geschäftsbeziehungen sind geprägt von einem fairen und partnerschaftlichen Umgang: Unlautere Mittel sind für uns keine Option. Wir sind entschlossen, Korruption in sämtlichen Ausprägungen zu verhindern. Wir handeln stets korrekt.

3. Abschnitt: Beziehungen zu unseren Kunden und Geschäftspartnern

§ 6 Verhalten gegenüber Kunden und Geschäftspartnern

Unsere Aufträge gewinnen wir auf faire Weise, indem wir mit der Qualität und dem Preis unserer Produkte und Dienstleistungen überzeugen. Durch Einladungen, Geschenke und sonstige Zuwendungen darf nicht der Eindruck entstehen, Mitarbeiter der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG würden versuchen, Kunden und Geschäftspartner in unlauterer Weise zu beeinflussen. Deswegen berücksichtigen wir insbesondere die in diesem Abschnitt dargestellten Regelungen.

§ 7 Preise

Wir geben keine Produkte an unsere Kunden ab, die unter dem Einkaufspreis liegen. Wir führen keine Dienstleistungen aus, die unter dem Selbstkostenpreis liegen.

§ 8 Einladungen

- (1) Einladungen zu Veranstaltungen mit allgemein gesellschaftlichem Bezug sind zulässig, wenn sie geschäftsüblich und gesellschaftlich anerkannt sind, keinen unangemessen hohen Wert haben, dem sonstigen persönlichen Lebensstandard der Beteiligten entsprechen und keine unlautere Bevorzugung bezwecken.
- (2) Die Einladung von ärztlichen Kunden zu internen berufsbezogenen Fach- und Fortbildungsveranstaltungen ist zulässig, wenn der fachbezogene informative Charakter der Veranstaltung im Vordergrund steht. Es muss sich um eine Veranstaltung handeln, die im Sinne der Fortbildungsordnung der jeweiligen Ärztekammern entsprechend den Vorgaben der Ärztekammern akkreditiert ist. Die Einladung darf ausschließlich nach sachlichen Gesichtspunkten erfolgen.
- (3) Ärztliche Kunden dürfen auch zu externen berufsbezogenen Fortbildungsveranstaltungen Dritter eingeladen werden, wenn bei diesen Veranstaltungen der fachliche Charakter im Vordergrund steht und das Unternehmen an der Teilnahme des Eingeladenen ein sachliches Interesse hat. Die Kosten für die Teilnahme dürfen nur übernommen werden, wenn die Veranstaltung Bezüge zu dem Produkt-, Service- und Dienstleistungsangebot unseres Unternehmens und zum Fachgebiet des Veranstaltungsteilnehmers hat.
- (4) Im Rahmen der Fortbildungsveranstaltungen dürfen keine Unterhaltungsprogramme (wie z.B. Theater, Konzerte oder Sportveranstaltungen) für den Eingeladenen organisiert und finanziert werden.
- (5) Der Veranstaltungsablauf und -inhalt und die Teilnehmer sind nachvollziehbar zu dokumentieren.

§ 9 Übernahme von Reise- und Übernachtungskosten

- (1) Reise- und Übernachtungskosten (einschl. Frühstück) des Eingeladenen dürfen nur übernommen werden, wenn sie angemessen sind und im Rahmen der Einladung zu einer Fortbildungsveranstaltung angefallen sind.
- (2) Die Auswahl des Tagungsortes und der Tagungsstätte für Fortbildungsveranstaltungen hat ausschließlich nach sachlichen Gesichtspunkten zu erfolgen.
- (3) Bei Einladungen zu Veranstaltungen mit allgemein gesellschaftlichem Bezug übernimmt der Eingeladene die Reise- und Übernachtungskosten selbst.

§ 10 Bewirtung

- (1) Eine Bewirtung der Kunden und Geschäftspartner ist nur im Rahmen eines Arbeitsessens oder einer Fortbildungsveranstaltung zulässig. Sie darf einen angemessenen Umfang nicht überschreiten.
- (2) Eine Bewirtung von Begleitpersonen ist unzulässig.
- (3) Anlass, Umfang und äußere Umstände der Bewirtung sind nachvollziehbar zu dokumentieren.

§ 11 Geschenke und sonstige Zuwendungen

- (1) Wir gewähren unseren Kunden und Geschäftspartnern keine Geschenke und sonstige Zuwendungen. Das gilt ebenso für ihnen nahestehende Personen, Institutionen oder Einrichtungen.
- (2) Dies gilt nicht für
 1. geringwertige Geschenke, die Dritte zu Werbezwecken erhalten sollen, sofern diese sozial adäquat, d.h. geschäftsüblich und angemessen, sind.
 2. Geschenke zu besonderen und gesellschaftlich akzeptierten Anlässen (Dienstjubiläen), sofern diese sich in einem angemessenen Rahmen halten.
- (3) Bei der Beurteilung der Angemessenheit berücksichtigen wir neben der Stellung und des Lebensstandards des Beschenkten auch den Anlass des Geschenks. Es muss sich um einen Anlass handeln, bei dem üblicherweise ein Geschenk überreicht wird.

§ 12 Annahme von Einladungen, Geschenken und sonstigen Zuwendungen

- (1) Die vorgenannten Grundsätze gelten auch für den Fall, dass man Ihnen als Mitarbeiter Einladungen, Geschenke oder sonstige Zuwendungen anbietet. Das heißt, Sie dürfen allenfalls geringwertige Geschenke, insbesondere Massenartikel zu Werbezwecken, annehmen. Jeglicher Anschein von Käuflichkeit ist zu vermeiden. Die Entgegennahme höherwertiger Geschenke ist daher nur im Ausnahmefall und nach vorheriger Absprache mit der Geschäftsführung zulässig. Ein Ausnahmefall liegt zum Beispiel dann vor, wenn der Geschäftspartner durch die Zurückweisung des Geschenks nachweislich brüskiert würde. Die Geschäftsführung entscheidet über die weitere Verwendung der Geschenke.
- (2) Einladungen von Kunden und Geschäftspartnern dürfen Sie nur annehmen, wenn diese geschäftsüblich sind und der Wert nicht unangemessen hoch ist. Ein aktives Einfordern von Zuwendungen ist in jedem Fall unzulässig.

4. Abschnitt: Spenden und Sponsoring

§ 13 Spenden

- (1) Angemessene Spenden für soziale, kulturelle oder gesellschaftliche Zwecke sind zulässig. Die Entscheidung über die Gewährung von Spenden liegt grundsätzlich bei der Geschäftsführung.
- (2) Hierbei gilt:
 - Wir gewähren keine Bar-Spenden.
 - Wir gewähren keine Spenden auf Privatkonten.
 - Alle Spenden müssen transparent sein. Dies bedeutet u.a., dass die Identität des Empfängers und die geplante Verwendung der Spende bekannt sein müssen. Grund und Verwendungszweck müssen rechtlich vertretbar und dokumentiert sein.
 - Spendenähnliche Vergütungen, also Zuwendungen, die scheinbar als Vergütung einer Leistung gewährt werden, aber deutlich den Wert der Leistung übersteigen, verstoßen gegen das Transparenzgebot und sind verboten.

§ 14 Sponsoring

- (1) Bei Sponsoring-Maßnahmen verfolgen wir neben der Unterstützung des Empfängers auch das Ziel, das Image unseres Unternehmens und seinen Bekanntheitsgrad zu fördern, so dass im Unterschied zu Spenden ein Austauschverhältnis besteht.
- (2) Beim Sponsoring ist zu beachten:
 - Das Sponsoring muss Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit zum Gegenstand haben.
 - Es dürfen nur folgende Projekte gesponsert werden: Maßnahmen, Veranstaltungen, Feste und sonstige Projekte mit kulturellen, ökologischen, sozialen, sportlichen und wissenschaftlichen Bezügen, die von gemeinnützigen Organisationen oder von privaten gemeinnützigen Initiativen durchgeführt werden.
 - Alle Sponsoring-Aktivitäten müssen transparent sein.
 - Sie müssen vorher in Form eines schriftlichen Vertrages niedergelegt werden.
 - Das Sponsoring muss in angemessenem Verhältnis zu dem Gegenwert stehen, den der Veranstalter für unser Unternehmen bietet.

5. Abschnitt: Beziehungen zu den Wettbewerbern

§ 15 Verhalten gegenüber Wettbewerbern

- (1) Vereinbarungen mit Wettbewerbern, die auf eine Abstimmung des Wettbewerbsverhaltens gerichtet sind, dürfen Sie weder schriftlich noch auf andere Weise schließen, sofern dies nicht ausdrücklich gesetzlich erlaubt ist. Unzulässig sind insbesondere Vereinbarungen über Preise, Konditionen, Kundengruppen oder Verkaufsgebiete. Zudem dürfen Sie mit Wettbewerbern auch keine Informationen austauschen, die geeignet sind, den Wettbewerb zu beeinflussen.
- (2) So ist es z.B. unzulässig, über zukünftige Produktgestaltung, Preisänderungen oder geplante Werbemaßnahmen zu informieren. Berichten Sie Ihrem Vorgesetzten von möglicherweise bedenklichen Gesprächen und dokumentieren Sie diese entsprechend, damit nachträglich keine Missverständnisse entstehen.

6. Abschnitt: Beziehung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter untereinander

§ 16 Grundsätze

Behandeln Sie das Eigentum und die Vermögenswerte des Unternehmens sorgfältig und schützen Sie es vor Beschädigung, Verlust oder Diebstahl. Mit geistigem Eigentum der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG, zum Beispiel der Marke INTERMED, müssen wir ebenso verantwortungsvoll umgehen. Behandeln Sie Geschäftsgeheimnisse und andere sensible Informationen vertraulich und schützen Sie sie vor einer Kenntnisnahme durch unbefugte Personen.

§ 17 Effizienz und Kostenbewusstsein

- (1) Zu einem schonenden Umgang mit Unternehmensvermögen gehört auch, interne Vorgaben zu Bewirtungen, Dienstreisen und Spesenabrechnungen zu beachten. Halten Sie die bei der Ausübung Ihrer dienstlichen Tätigkeit entstehenden Kosten möglichst gering. Wir erwarten ein effizientes und kostenbewusstes Ausgabeverhalten aller Mitarbeiter.
- (2) Vor der Planung einer Dienstreise haben Sie diese auf ihre Notwendigkeit hin zu prüfen. Eine Dienstreise muss in ihrer Durchführung sowohl verhältnismäßig als auch auf unternehmerische Zwecke beschränkt sein, wozu auch die angemessene Repräsentation des Unternehmens in der Öffentlichkeit gehört. Die Erfüllung solcher Repräsentationsaufgaben ist grundsätzlich mit einem Mitglied der Geschäftsführung abzustimmen. Überflüssige Ausgaben sind unzulässig. Wählen Sie, soweit dies zumutbar und organisatorisch möglich ist, einen günstigen Reiseanbieter.

§ 18 Vermeidung von Interessenskonflikten

- (1) Wir treffen unsere Geschäftsentscheidungen im besten Interesse der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG und nicht auf Basis persönlicher Interessen.
- (2) Es ist unseren Mitarbeitern untersagt, ein Unternehmen zu führen oder für ein Unternehmen zu arbeiten, das mit der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG oder ihren Tochtergesellschaften ganz oder teilweise im Wettbewerb steht.
- (3) Wenn Sie oder Ihre nahen Angehörigen sich an Unternehmen beteiligen wollen, die laufende Geschäftsbeziehungen zu der ISG Intermed Service GmbH & Co. KG pflegen oder anstreben, müssen Sie vorher die Genehmigung der Geschäftsführung einholen.
- (4) Die Ausübung einer Nebentätigkeit bei einem Geschäftspartner oder Wettbewerber ist nur nach vorheriger Genehmigung gestattet. Zeigen Sie sonstige Nebentätigkeiten dem zuständigen Personalbereich an.

7. Abschnitt: EDV- und IT-Sicherheit, Datenschutz

§ 19 Dienstliche Nutzung des Internets und von E-Mailprogrammen

- (1) Um umfassende Datensicherheit zu gewährleisten, befolgen wir die hierfür geltenden Regelungen aus unserer Betriebsvereinbarung über die Nutzung des Internets und von E-Mailprogrammen.
- (2) Wir halten jederzeit die Bestimmungen des Datenschutzes ein.

8. Abschnitt: Einsatz von Werbung

§ 20 Umgang mit Werbung

- (1) Wir betreiben Werbung, die die vernünftige Inanspruchnahme unseres Produkt-, Service- und Dienstleistungsangebots objektiv darbietet und die Inhalte und ihren Nutzen nicht übertreibt.
- (2) Insbesondere verwenden wir keine
 - irreführende Werbung, d.h. missverständliche Werbeaussagen, die geeignet sind, die Kunden und Geschäftspartner zu einem Vertragsschluss zu veranlassen, den sie sonst nicht vorgenommen hätten;
 - Schleichwerbung, d.h. Werbung, bei welcher der werbliche Charakter nicht kenntlich gemacht wird;

- verfälschende vergleichende Werbung, d.h. Werbung mit unmittelbarem Bezug zu einem Wettbewerber, die nicht auf objektiv überprüfbare Eigenschaften abstellt;
- unzumutbare belästigende Werbung, d.h. Werbung, die vorgenommen wird, obwohl erkennbar ist, dass der Angesprochene dies nicht wünscht.

9. Abschnitt: Beachtung der Compliance-Richtlinie

§ 21 Ausfüllung der Compliance-Richtlinie

Unsere Compliance-Richtlinie muss mit Leben erfüllt werden. Die Beachtung seiner Regeln soll sich wie ein roter Faden durch unsere gesamte Geschäftstätigkeit ziehen.

§ 22 Vertrauliche Hinweise

(1) Wir erwarten von Ihnen, dass Sie Anhaltspunkte für Verstöße gegen die Compliance-Richtlinie an Ihren Vorgesetzten oder die Geschäftsführung weiterleiten. Gleiches gilt für Informationen über sonstige Auffälligkeiten, Unregelmäßigkeiten und Anhaltspunkte für Straftaten oder andere schwerwiegende Verstöße im Unternehmen. Ohne diese Informationen wird es uns nicht gelingen, die Compliance-Richtlinie zu verbessern und effektiv durchzusetzen.

(2) Wir sichern Ihnen zu, dass eine Meldung keine negativen Auswirkungen für den meldenden Mitarbeiter haben wird. Jeder Missbrauch der Meldemöglichkeit – einschließlich wissentlich oder leichtfertig falscher Hinweise – kann jedoch disziplinarische Maßnahmen zur Folge haben.

§ 23 Verbesserungsvorschläge

Verbesserungsvorschläge hinsichtlich der Gestaltung und Umsetzung der Compliance-Richtlinie nimmt Ihr Vorgesetzter oder die Geschäftsführung gerne entgegen.

§ 24 Konsequenzen von Verstößen

Verstöße gegen die Compliance-Richtlinie können arbeitsrechtliche, strafrechtliche und zivilrechtliche Folgen haben. Hierbei wird berücksichtigt, inwieweit ein Mitarbeiter zur Aufklärung von Verstößen beigetragen hat.

10. Abschnitt: Zugehörige Regelungen

§ 25 Weitere zu beachtende Regelungen

Wir beachten – zusätzlich zu dieser Compliance-Richtlinie – auch weitere interne Regelungen in ihrer jeweils aktuellen Fassung. Die Anwendung dieser Regelungen muss im Einklang mit dieser Compliance-Richtlinie stehen.