

## **Verhaltenskodex der Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend eG**

**Gemeinsam in die Zukunft, mit dem Blick nach vorn, aus Verantwortung für die Vergangenheit.**

### **Präambel**

#### **Unsere Geschichte**

Unsere Geschichte ist geprägt von der wirtschaftlichen und politischen Entwicklung in Deutschland seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mit Auf- und Abschwungphasen, Bedrohungen der Existenz und dem Willen der Verantwortlichen Entscheidungsträger hieraus jeweils das Bestmögliche für den Konsum Berlin und seine Mitglieder zu machen.

#### **Der Beginn**

Am Beginn steht 1899 die Gründung des Konsumvereins Berlin-Nord: Einkaufen im Großen, Verkaufen im Kleinen und eine gerechte Verteilung des Überschusses. Die Skalierungsvorteile beim Handeln in Verbund führten für die Konsummitglieder zu besseren Konditionen als jeder von ihnen allein hätte erzielen können. Es schlossen sich weitere Berliner Konsumvereine an und gemeinsam gab man sich den Namen „Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend“, unter dem Konsum Berlin nach wie vor firmiert (mit dem Zusatz „eG“). Schon 1913 eröffnete die 100. Verkaufsstelle der Genossenschaft.

#### **Die Geschichte**

Bereits Anfang der 30er Jahre waren Konsumgenossenschaften und Warenhäuser als „Reste marxistischer Wirtschaftsformen“ durch die Nationalsozialisten unerwünscht, unterlagen besonderen Beschränkungen und wurden schließlich liquidiert. Gleich nach Kriegsende begannen Konsumgenossenschaften im sowjetischen Sektor Berlins wieder zu arbeiten. Bis 1989 hatte sich die Genossenschaft wegen ihrer Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung beim privaten Konsum innerhalb des planwirtschaftlichen Systems der DDR zum zweitgrößten Handelsunternehmen in Berlin und zu einer der größten Konsumgenossenschaften der Welt entwickelt mit mehr als 284.800 Mitgliedern und über 13.000 Mitarbeitern.

## **Die Konfrontation mit der Marktwirtschaft**

### **Folgelasten und Krise**

Mit dem Ende der staatlichen Planwirtschaft in der DDR und dem Eintritt in die Wirtschafts- und Währungsunion brach 1990 der Umsatz der Genossenschaft um die Hälfte ein und erschwerten fehlende Logistik sowie die zunehmende Konkurrenz von Handelsketten aus der BRD die Marktposition. Die hohe Effizienz kommerziell ausgerichteter Handelsketten aus der BRD und die Preisvorteile, die sie im Einkauf aufgrund ihrer Einkaufsstärke erzielen konnten, entzogen damals den Konsumgenossenschaften praktisch über Nacht die tatsächlichen Voraussetzungen für eine weitere sinnvolle direkte Wahrnehmung ihres traditionellen Förderzwecks. Hinzu kamen aufgrund des Sachenrechtsbereinigungsgesetzes erhebliche Zahlungsverpflichtungen an die Bundesrepublik Deutschland in Höhe der Hälfte des Wertes der Grundstücke, auf denen die Verkaufsstellen des Konsum Berlin errichtet waren.

Hierauf reagierte die Genossenschaft mit einschneidenden Maßnahmen, wie der Aufgabe der eigenen Handelstätigkeit, dem massiven Abbau von Mitarbeitern und dem Versuch, die künftige Geschäftstätigkeit auf die Entwicklung insbesondere handelsnaher Immobilien sowie Beteiligungen an Gesellschaften zu konzentrieren, die für Mitglieder Dienstleistungen, wie z. B. Reisen, anboten. Diese in den 90er Jahren eingeschlagene Richtung war insgesamt jedoch nicht von dauerhaftem Erfolg gekrönt und Konsum Berlin musste im Jahr 2003 Insolvenz anmelden. Insbesondere für die Mitglieder war dies ein harter Schlag: Im Zuge der Insolvenz mussten ihre Geschäftsguthaben vollständig mit Verbindlichkeiten der Genossenschaft verrechnet und auf null Euro abgeschrieben werden.

### **Der Neuanfang**

Anfang 2007 wurden für Konsum Berlin unter neuen Geschäftsführungs- und Aufsichtsorganen die Weichen auf Neuanfang gestellt. Ziel ist die wirtschaftliche Konsolidierung mit Abbau der Schuldenlast, Stabilisierung und Verbesserung der Profitabilität, die die schrittweise Wiederauffüllung der ursprünglichen Genossenschaftsanteile erlaubt und es ermöglicht, die Anpassung des Förderzwecks an veränderte Markt- und Umfeldbedingungen auszuloten.

Am Beginn stand 2007 eine Umfinanzierung, durch die die Insolvenz der Genossenschaft beendet werden konnte. Seitdem konnte die wirtschaftliche Situation des Konsum Berlin nach anfänglichen Schwierigkeiten nicht zuletzt wegen der günstigen Entwicklung am Immobilienmarkt Berlin und einer geringeren Zinsbelastung weiterhin stetig verbessert werden.

Derzeit hat Konsum Berlin mehr als 50.000 Mitglieder. Im Rahmen der Umfinanzierung und Beendigung des Insolvenzverfahrens konnte erreicht werden, dass ab dem Geschäftsjahr 2012 unter bestimmten Voraussetzungen Jahresüberschüsse für die schrittweise Wiederauffüllung der abgeschriebenen Geschäftsguthaben der Mitglieder verwendet werden dürfen. Weiterhin gelang es, durch Teilnahme an Bonusprogrammen oder Sonderkonditionen anderer Anbieter für den Einkauf von Waren oder Dienstleistungen Größenvorteile aus dem Handeln im Verbund in indirekter Weise für Preisvorteile zugunsten der Mitglieder zu nutzen und mit Kulturveranstaltungen und – heute noch – Reisen Dienstleistungen für Mitglieder anzubieten, die dem Gemeinschaftsgefühl unter den Mitgliedern Rechnung tragen. Mit der Bereitstellung attraktiver Verkaufsstellen an den traditionellen Standorten für Lebensmittelfilialisten als Teil des eigenen Immobilienmanagements wird zudem dem regionalen Versorgungsgedanken der ursprünglichen Konsumaktivitäten in veränderter Weise Rechnung getragen.

### **Die Voraussetzungen für die erfolgreiche Fortsetzung des Neuen Wegs**

#### **Wirtschaftlicher Erfolg und Vertrauen auf der Basis von Redlichkeit und Rechtskonformität**

Voraussetzung für die weiterhin erfolgreiche Fortsetzung dieses Weges ist das uneingeschränkte Vertrauen von Mitgliedern, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit in die Rechtskonformität und Redlichkeit unseres Handelns.

## Verhaltenskodex

Der nachstehende Verhaltenskodex verdeutlicht diese Grundsätze. Ziel ist es Situationen vorzubeugen, die die Redlichkeit unseres Verhaltens und das Vertrauen in unsere Leistungen und die damit verbundenen Anstrengungen in Frage stellen könnte.

### 1 Vertrauen durch redliche und regeltreue Führung der Geschäfte – eine persönliche Herausforderung und das Ergebnis gemeinsamer Anstrengungen

- ⇒ Diese Ziele können wir auch weiterhin nur erreichen, wenn alle Beteiligten hieran mitwirken. Daher formuliert der Verhaltenskodex für alle Mitarbeiter und Organe verbindliche Anforderungen.
- ⇒ Mitarbeiter müssen alle in ihrem Arbeitsumfeld einschlägigen Gesetze und behördlichen Vorschriften beachten wie auch die internen Anweisungen und Richtlinien.
- ⇒ Mitarbeiter sind gehalten, sich in ihrem Arbeitsumfeld redlich und fair zu verhalten und jeden Konflikt zwischen privaten und den geschäftlichen Interessen des Konsum Berlin, den Interessen ihrer Kunden oder Mitglieder zu vermeiden.
- ⇒ Alle Mitarbeiter werden ausdrücklich ermutigt den Vorstand anzusprechen, wenn sie feststellen, dass sich jemand nicht regelkonform verhält. Das kann verhindern, dass aus kleinen Problemen große werden. Kein Mitarbeiter, der in redlicher Absicht Mitteilung macht, muss Nachteile befürchten – auch dann nicht, wenn sich die Mitteilung als unbegründet herausstellen sollte. Mitteilungen können auch anonym erfolgen.
- ⇒ Führungskräfte haben eine Vorbildfunktion. Sie tragen Verantwortung für das eigene Verhalten und das Verhalten der Mitarbeiter in ihrem Zuständigkeitsbereich ebenso wie für die ordnungsgemäße Einhaltung aller dort zur Vermeidung von Reputations- und Rechtsrisiken vorgesehenen Verfahren.

### 2 Verwirklichung des Genossenschaftsgedankens und Grundsätze unternehmerischen Handelns

- ⇒ Alle Mitarbeiter und Organe des Konsum Berlin beachten bei ihrem unternehmerischen Handeln den Förderauftrag nach Gesetz und Satzung und sind den Interessen der Mitglieder verpflichtet.
- ⇒ Sie streben danach, hierzu Aktivitäten zu entwickeln, die der veränderten Interessenlage der Mitglieder in einem veränderten gesellschaftlichen, demographischen und wirtschaftlichen Umfeld Rechnung tragen.

### 3 Respektvoller Umgang miteinander – Diskriminierungsverbot – Entwicklung nach Leistung und Potenzial

- ⇒ Unser Erfolg beruht wesentlich auch auf dem respektvollen Umgang miteinander. Wir sind bereit aus Fehlern zu lernen und schätzen das offene Wort. Die wesentlichen Kriterien für die Entwicklung von Mitarbeitern sind Leistung und Potenzial.
- ⇒ Konsum Berlin duldet keinerlei Diskriminierung oder Belästigung im Arbeitsumfeld, sei es aufgrund von Alter, Behinderungen, Herkunft, Geschlecht, politischer Haltung oder gewerkschaftlicher Betätigung, Rasse, Religion oder sexueller Orientierung.

#### **4 Schutz personenbezogener Daten und vertraulicher Informationen – Auskunftersuchen von Behörden**

- ⇒ Vertrauliche Informationen und Unterlagen über Mitglieder, Kunden, des Konsum Berlin oder seiner Mitarbeiter müssen vor dem Einblick Dritter wie auch nicht beteiligter Kollegen in geeigneter Weise geschützt werden.
- ⇒ Personenbezogene Daten dürfen nur erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, soweit dies für festgelegte, eindeutige und rechtmäßige Zwecke erforderlich ist. Die Verwendung von Daten muss für die Betroffenen transparent sein. Ihre Rechte auf Auskunft und Berichtigung sowie gegebenenfalls auf Widerspruch, Sperrung und Löschung sind zu wahren.
- ⇒ Konsum Berlin kooperiert mit allen zuständigen öffentlichen Stellen und Aufsichtsbehörden. Jede diesbezügliche Kommunikation darf nur über den Vorstand oder hierzu ausdrücklich beauftragte Mitarbeiter geführt werden.

#### **5 Kommunikation innerhalb der Gruppe und gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit**

- ⇒ Alle Verlautbarungen und Berichte des Konsum Berlin müssen vollständig, redlich, genau, fristgerecht und verständlich sein, sei es innerhalb des Konsum Berlin oder gegenüber Geschäftspartnern und Kunden, Mitgliedern oder der Öffentlichkeit.
- ⇒ Informationen an Geschäftspartner, Kunden, Mitglieder oder die Öffentlichkeit über Konsum Berlin oder gruppenangehörige Unternehmen, unsere Transaktionen und Geschäftsvorhaben oder unsere Kunden oder Geschäftspartner dürfen nur über hierzu autorisierte Mitarbeiter erfolgen.

#### **6 Soziale Netzwerke, Auftreten in der Öffentlichkeit**

- ⇒ Wer sich in einer öffentlichen Diskussion oder in sozialen Netzwerken zu Themen äußert, die Konsum Berlin, gruppenangehörige Unternehmen, Mitarbeiter, Organe oder Geschäftspartner des Konsum Berlin oder deren Mitglieder berühren, sollte deutlich machen, dass er als Privatperson handelt und die Interessen unserer Gruppe und Geschäftspartner im Auge haben.
- ⇒ Bitte berücksichtigen Sie, dass Äußerungen in Emails oder sozialen Netzwerken formlos und spontan erfolgen können, aber dann gleichwohl beim Empfänger bzw. in der Internet- Öffentlichkeit für lange Zeit festgehalten und einsehbar sind.

#### **7 Keine Interessenkonflikte mit Kunden und Geschäftspartnern**

- ⇒ Konsum Berlin strebt mit seinen Kunden und Geschäftspartnern nachhaltige Geschäftsbeziehungen zum beiderseitigen Vorteil an.
- ⇒ Jeder Mitarbeiter hat daher dafür zu sorgen, dass die Interessen unserer Kunden in fairer Weise berücksichtigt werden. Interessen von Kunden oder Geschäftspartnern dürfen nicht zum Nachteil anderer Kunden in den Vordergrund gestellt werden.

#### **8 Kundenbeschwerden**

- ⇒ Kundenbeschwerden liefern wertvolle Informationen über Verbesserungsmöglichkeiten in unserem Geschäft und bieten – bei richtiger Handhabung – eine Gelegenheit zur Festigung bzw. Wiedergewinnung von Kundenbeziehungen.
- ⇒ Konsum Berlin achtet darauf, dass alle erheblichen Kundenbeschwerden in prompter, fairer und nachvollziehbarer Weise behandelt werden.

## 9 Persönliche Interessenkonflikte

- ⇒ Wenn Mitarbeiter in Konflikte zwischen ihren persönlichen Interessen und den beruflichen Aufgaben bzw. den Interessen des Konsum Berlin oder dessen Kunden oder Geschäftspartnern geraten, kann dies das Ansehen dieser Mitarbeiter und des Konsum Berlin insgesamt schädigen.
- ⇒ Mitarbeiter sollen daher solche Situationen im Interesse des Konsum Berlin wie auch im eigenen Interesse vermeiden. Im Einzelnen gilt:
  - Keine Nebentätigkeiten, die den zeitlichen Umfang der arbeitsvertraglichen Pflichten oder die Wettbewerbsinteressen des Konsum Berlin beeinträchtigen. Nebentätigkeiten sind im Vorhinein dem Vorstand zu melden. Ehrenämter im zeitlich beschränkten Umfang müssen nicht gemeldet werden.
  - Keine finanzielle Beteiligungen an Unternehmen, die von beruflichen Entscheidungen des Mitarbeiters oder des Konsum Berlin betroffen sein können (Ausnahme börsennotierte Aktiengesellschaften).
  - Auftragsvergaben an und Finanzierungen für Angehörige/Lebenspartner oder andere nahestehende Personen von Mitarbeitern sind - sofern bekannt – dem Vorstand im Vorhinein anzuzeigen. Das gilt auch für Geschäfte mit Unternehmen, an denen Angehörige direkt oder mittelbar beteiligt sind.
  - Nach Möglichkeit keine direkten Berichtslinien zwischen Kindern, Eltern, Ehegatten oder Lebenspartnern.
  - Keine Übernahme unternehmerisch verantwortlicher Positionen (z.B. Organmitglied, Geschäftsführer, Vorstand, Aufsichtsrat, Beirat) bei Kunden, Geschäftspartnern oder Wettbewerbern ohne die vorherige Zustimmung des Vorstands.
- ⇒ In Zweifelsfällen bitte den Vorstand einschalten. Entscheidend ist die Wahrnehmung Dritter. Schon der Anschein eines persönlichen Interessenkonfliktes schadet.

## 10 Geschenke, Geschäftsessen und Veranstaltungen

- ⇒ Geschenke, Geschäftsessen und Veranstaltungen zu Informations-, Repräsentations- oder Unterhaltungszwecken können ein legitimes Mittel zum Aufbau und zur Unterstützung von Geschäftsverbindungen sein. Sie dürfen allerdings nie dazu dienen, unlautere geschäftliche Vorteile zu erlangen und in einem Umfang oder Art und Weise erfolgen, die geeignet ist, die berufliche Unabhängigkeit und Urteilskraft der Beteiligten in Frage zu stellen.
- ⇒ Mit der Beachtung folgender Spielregeln können sich Mitarbeiter vor Missverständnissen schützen:
  - Keine Bedenken gegen unmittelbar geschäftlich veranlasste Bewirtungen und Essenseinladungen in angemessenen Umfang.
  - Keine Bedenken gegen Streuwerbeartikel (Give Aways).
  - Grundsätzlich keine Bedenken gegen Geschenke mit Marktwert bis zu 40 EURO (Orientierungsgröße), es sei denn
    - zeitnah vor Vertragsabschlüssen oder Verhandlungen,
    - an die Privatadresse oder in sonstiger nicht transparenter Weise .
  - Niemals Bargeld oder Geldersatz, wie z.B. Schecks, Geschenkgutscheine.
  - Einladungen zu Repräsentationszwecken oder mit überwiegendem oder teilweise Unterhaltungsteil nur,
    - nach besonderer Prüfung der Geschäftsüblichkeit und Angemessenheit,
    - wenn Vertreter des Gastgebers anwesend,
    - die Teilnahme nicht häufig wiederholt wird und
    - die Reise- und Übernachtungsaufwände nicht vom einladendem Geschäftspartner übernommen werden.
  - Im Zweifel ist der Vorstand zu Rate zu ziehen.
- ⇒ Besondere Vorsicht ist bei den Amtsträgern geboten. Hierbei sind die Regeln für Geschenke und Einladungen des Dienstherrn zu beachten.

## **11 Spenden und Sponsoring**

- ⇒ Über Spenden und Sponsoring entscheidet der Vorstand. Sie dürfen nicht dazu dienen, bei Geschäftspartnern mittelbar unlautere Vorteile zu erwirken.

## **12 Keine Tolerierung von Korruption, besondere Vorsicht bei Amtsträgern**

- ⇒ Unser Erfolg am Markt beruht auf Leistungskraft, Flexibilität und Servicebereitschaft und darf nicht durch unlautere Zuwendungen erschlichen werden. Unsere Geschäftspartner vertrauen auf die professionelle Urteilsfähigkeit unserer Mitarbeiter.
- ⇒ Der Konsum Berlin toleriert daher keinerlei Form von Bestechung oder Bestechlichkeit, Vorteilsannahme oder Vorteilsgewährung.
- ⇒ Wer die Regeln für Geschenke und Einladungen in Ziffer 10 und 11 nicht beachtet, läuft das Risiko, sich wegen Korruptionsdelikten strafbar zu machen. Bereits das Versprechen oder Fordern unlauterer Vorteile kann strafbar sein.
- ⇒ Bei Einladungen und Zuwendungen an Amtsträger sind in jedem Fall deren interne Regeln für Geschenke und Einladungen zu beachten. Die Zuwendung von Vorteilen an Amtsträger kann als Vorteilsannahme oder Vorteilsgewährung schon allein deshalb strafbar sein, weil sie im Hinblick auf die Amtsstellung erfolgt. Es ist nicht erforderlich, dass die Amtsausübung in unlauterer Weise beeinflusst werden soll. Jeder mit der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben Beauftragte kann Amtsträger sein, nicht nur Beamte und Angestellte des öffentlichen Dienstes.

## **13 Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung**

- ⇒ Konsum Berlin praktiziert zur Verhinderung von Geldwäsche und der Finanzierung des internationalen Terrorismus risikoo angemessene Vorsichtsmaßnahmen in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Bestimmungen und aufsichtlichen Vorgaben.

## **14 Schutz des Wettbewerbs**

- ⇒ Konsum Berlin beteiligt sich nicht an illegalen wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen und Verhaltensweisen, insbesondere Absprachen über Preise, Konditionen und Marktaufteilung mit Wettbewerbern. Bevor Mitarbeiter von Standardverträgen oder den in den Kooperationsverträgen vorgesehenen Verfahren abweichen, klären sie mit der Rechtsabteilung, ab, dass hiermit keine unzulässigen wettbewerbsrechtlichen Auswirkungen verbunden sind.
- ⇒ Bei Kontakten zu Wettbewerbern und Geschäftspartnern sprechen Mitarbeiter des Konsum Berlin ohne vorherige Abklärung mit Compliance nicht über interne Angelegenheiten, wie z.B. über Preise und Verkaufs- oder Finanzierungsbedingungen, Kosten, Marktübersichten, organisatorische Abläufe oder andere vertrauliche Informationen, aus denen Wettbewerber oder Geschäftspartner Wettbewerbsvorteile ziehen könnten.

## **15 Schutz des Gruppenvermögens, Schutz natürlicher Ressourcen**

- ⇒ Das Vermögen und die Betriebseinrichtungen, die Geschäftsunterlagen und die Arbeitsmittel des Konsum Berlin dürfen weder zu privaten Zwecken missbraucht noch Dritten überlassen werden, wenn dies die Interessen des Konsum Berlin beeinträchtigen könnte.
- ⇒ Zum Schutze des Gruppenvermögens zählt auch der Schutz von Betriebsgeheimnissen vor Zugriffen Dritter durch die strikte Einhaltung der Bestimmungen zur Informationssicherheit, etwa über Passwörter und Zugriffsberechtigungen für IT-Anwendungen.

- ⇒ Mitarbeiter sollen bei ihrer Arbeit bemüht sein, die natürlichen Ressourcen zu schützen und sicherzustellen, dass die Aktivitäten des Konsum Berlin durch Materialeinsparung, energiesparende Planung sowie der Reduzierung und dem Recycling von Abfällen die Umwelt in möglichst geringem Umfang belasten. Jeder Mitarbeiter soll bei der Auswahl von Zulieferern, Werbematerialien oder anderen externen Dienstleistungen neben den wirtschaftlichen Gesichtspunkten auch die ökologischen und sozialen Kriterien beachten.

## **16 Konsequenzen bei Verstößen**

- ⇒ Verstöße gegen diese Regeln können erhebliche Reputationsschäden und rechtliche Nachteile für die betreffenden Mitarbeiter, deren Kollegen und Konsum Berlin zur Folge haben, bis hin zu Bußgeldern, Strafverfahren oder Einschränkungen behördlicher Erlaubnisse. Darüber hinaus können Verstöße, die eine Verletzung der arbeitsvertraglichen Pflichten darstellen, zu arbeitsrechtlichen Maßnahmen durch die Konsum Berlin führen.