



# GfK Code of Conduct

Mai 2007

## A. Präambel

Wie in den Unternehmensleitwerten der GfK beschrieben, sind die Beschäftigten der GfK die wichtigste Ressource und die Basis für den Erfolg der GfK. Sie verfügen über ein einzigartiges und wertvolles Potenzial an Talent, Wissen und Kreativität. Die Beschäftigten erhalten den Freiraum, Begabungen zu entwickeln sowie die Entscheidungskompetenz, um die gemeinsamen Ziele zu erreichen. Eigeninitiative und Engagement werden gefördert. Ein fairer Umgang, offene Kommunikation und gute Arbeitsbedingungen auf allen Ebenen und in allen Bereichen und Betrieben sind der Schlüssel zum Erfolg.

Weitere Grundlage ist die gute Beziehung zu den Geschäftspartnern - eine Beziehung, die von Diskretion, Vertrauen und Fairness geprägt ist. Die Beschäftigten der GfK erbringen Dienstleistungen kompetent, effizient, korrekt und zuverlässig für Kunden, die im Mittelpunkt aller geschäftlichen Aktivitäten stehen.

Die Einhaltung des vorliegenden Kodex ist nicht nur Managementaufgabe, sondern ein von allen Beschäftigten in der GfK zu tragendes Selbstverständnis, das als ein integraler Bestandteil der GfK-Unternehmensleitwerte

[[http://www.gfk.com/group/company/mission\\_and\\_strategy/corporate\\_values/index.de.html](http://www.gfk.com/group/company/mission_and_strategy/corporate_values/index.de.html)]

und des Risikomanagement-Systems der GfK uneingeschränkt zu beachten ist.

## B. Allgemeine Grundsätze

### Interessenkonflikte

Das Verhalten der Beschäftigten nach innen und nach außen dient dem dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg der GfK. Es ist in angemessenem Verhältnis nach dem Grundsatz "Gesamtinteresse GfK vor partikularen Interessen" auszurichten.

Persönliche und private Interessen dürfen bei Geschäftsbeziehungen bzw. -entscheidungen keine Rolle spielen. Es müssen allein wirtschaftliche und ethische Gesichtspunkte den Ausschlag geben. Für mögliche potentielle Interessenkonflikte gilt eine offene Kommunikation, welche die GfK, Dritte, Geschäftspartner und Beschäftigte schützt und geeignet ist, bei allen Beteiligten den Verdacht oder den Anschein möglicher Unredlichkeit und Inkorrektheit zu vermeiden.

Sollte ein Interessenkonflikt vorliegen, dürfen Beschäftigte die Entscheidung nicht allein treffen. Sie sind verpflichtet, ihre Vorgesetzten zu informieren und deren Zustimmung einzuholen.

### Gesetze/Standesrecht

Die GfK und ihre Beschäftigten verpflichten sich zur Einhaltung dieses Kodex und der jeweils geltenden lokalen Gesetze und Regeln sowie der angemessenen Normen des Geschäftsgebarens. Dies gilt z. B. auch für die EU-Sanktionsliste:

[[http://ec.europa.eu/comm/external\\_relations/cfsp/sanctions/list/version4/global/e\\_ctlview.html](http://ec.europa.eu/comm/external_relations/cfsp/sanctions/list/version4/global/e_ctlview.html)].

Ausnahmen, die zu einem Gesetzesverstoß führen würden, sind nicht zulässig, auch nicht aufgrund branchenüblicher oder regionaler Gebräuche.



Die Regelungen dieses Kodex sind in Übereinstimmung mit den jeweils anzuwendenden Gesetzen und Vorschriften umzusetzen.

Die GfK und ihre Beschäftigten beachten insbesondere auch die standesrechtlichen Regelungen der Marktforschung, ob international oder national:

Esomar Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung  
[[http://www.esomar.org/uploads/pdf/ps\\_cg\\_icccode.pdf](http://www.esomar.org/uploads/pdf/ps_cg_icccode.pdf)]

CASRO Standards and Ethics for Survey Research  
[<http://www.casro.org/codeofstandards.cfm>]

Die Beschäftigten sind verpflichtet, in ihrem Verhalten und ihren beruflichen Aktivitäten darauf Rücksicht zu nehmen.

### **Datenschutz und Datensicherheit**

Über geschäftliche Vorgänge ist in jedem Fall Stillschweigen zu wahren. Die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen und Verschwiegenheitsverpflichtungen gegenüber Kunden und anderen Personen ist untrennbarer Teil der Marktforschung und muss daher im persönlichen Verhalten wie auch im technischen Umfeld beachtet werden.

Die Beschäftigten sind verpflichtet, IT-Standards der GfK als wirksame Vorsorge zum Schutz personenbezogener Daten und zur Sicherheit von Daten anzuwenden.

### **Intellectual Property**

Vorhandenes geistiges Eigentum wie z.B. Patente, Marken, Know-how, aber auch die Ergebnisse und Erkenntnisse der von GfK für Kunden erbrachten Dienstleistungen sind vor unberechtigter Nutzung und Weitergabe zu schützen.

Die Beschäftigten der GfK sind verpflichtet, alles Notwendige zu unternehmen, um dieses Vermögen der GfK ausreichend zu sichern.

### **Umweltschutz**

Belange des Umweltschutzes und des effizienten Umgangs mit natürlichen Ressourcen werden in der GfK umgesetzt. GfK und Beschäftigte werden in der Nutzung der betrieblichen Arbeitsmittel in jeder Situation darauf Rücksicht nehmen und den Verbrauch in den notwendigen Grenzen halten.

## **C. Verhaltensregeln**

### **Persönliches Verhalten**

Gegenüber Kunden, Lieferanten, Kolleginnen und Kollegen sowie anderen Personen treten GfK und Beschäftigte redlich und respektvoll auf. Persönliche Würde und Privatsphäre werden nicht angetastet.

Alle Beschäftigten sind angehalten, miteinander in offener, fairer und respektvoller Weise umzugehen und bei auftretenden Problemen gemeinsam an Lösungen mitzuwirken.

Beschäftigte und Dritte werden in der GfK ungeachtet ihres Geschlechts, ihres Alters, ihrer Religion oder Weltanschauung, ihrer sexuellen Identität, ihrer Behinderung oder ethnischen Herkunft gleich behandelt. Belästigungen oder Diskriminierungen dürfen nicht ausgeübt oder geduldet werden. Etwaige Versuche, Beschäftigte oder Dritte zu diskriminieren und sie oder ihren Ruf in indirekter oder direkter Weise zu beeinträchtigen, werden geahndet.

Im internationalen Umgang ist auf die Gepflogenheiten anderer Nationen Rücksicht zu nehmen.

Beschäftigte und Management sind verpflichtet, Diskriminierungen aktiv entgegenzuwirken.

### **Geschenke und sonstige geldwerte Vorteile**

Im Rahmen von Geschäftsbeziehungen ist es möglich, dass Beschäftigte und deren Familienangehörige, GfK oder auch Dritte, je nach Stellung der Beteiligten, geldwerte Vorteile empfangen oder gewähren. Unter geldwertem Vorteil ist jede direkte oder verdeckte Leistung zu verstehen, auf die kein Anspruch besteht, die in eine verpflichtende Abhängigkeit drängt, und die die Entscheidungsfreiheit in der Durchführung dienstlicher Aufgaben beeinflussen kann.

Daher verpflichten sich die Beschäftigten der GfK, weder in eigenem Namen noch für Dritte Vergünstigungen in Form von Geld- oder Sachzuwendungen und Dienstleistungen von Personen oder Unternehmen, mit denen die GfK geschäftliche Beziehungen unterhält oder die an der Aufnahme einer Geschäftsbeziehung interessiert sind, anzunehmen noch eine solche anzubieten.

Ausgenommen sind geringwertige Aufmerksamkeiten in Form von gelegentlichen Anstands- und Werbegeschenken, sowie gelegentliche Einladungen, die im Rahmen der gesellschaftlichen Gepflogenheiten und der normalen Geschäftspraxis liegen. Zuwendungen dürfen nur dann gewährt bzw. angenommen werden, wenn Anlass und Umfang entsprechend der Kunden- oder GfK-Interessen angemessen sind.

Grundsätzlich angemessen sind sie, wenn sie im Einzelfall 1 Prozent der durchschnittlichen monatlichen Bruttobezüge nicht übersteigen. Der Einzelfall bezieht sich auf die Annahme bzw. Gewährung einer Vergünstigung je Geschäftspartner pro Jahr. Andere Fälle sind vorher mit den Vorgesetzten abzustimmen und nach Möglichkeit schriftlich festzuhalten. Im Zweifelsfalle gehen gewährte Vorteile in das Eigentum der GfK über. Eventuelle Einkommensteuerverpflichtungen aus gewährten Vergünstigungen obliegen den Beschäftigten.

### **Unabhängigkeit und Objektivität von Entscheidungen und Erklärungen**

Im Rahmen der erteilten Kompetenzen und Handlungsvollmachten treffen die Beschäftigten Entscheidungen auf der Basis ausreichend vorliegender Informationen unabhängig vom eigenen Vorteil im Interesse der GfK.

Alle von GfK-Beschäftigten im Namen des Unternehmens abgegebenen Erklärungen müssen wahr, vollständig und zutreffend sein.

Die Vergabe von geschäftlichen Aufträgen an Lieferanten, die in persönlicher Beziehung zu Beschäftigten der GfK stehen, kann zu einem Interessenkonflikt führen und ist zu vermeiden. Sie muss immer nach objektiven Grundsätzen erfolgen. Gleiches gilt für die Auswahl und Beurteilung von Beschäftigten.

Bei möglichen Interessenkonflikten ist eine Abstimmung mit den Vorgesetzten unerlässlich und nach Möglichkeit schriftlich festzuhalten.

## **Nebentätigkeiten und Kapitalbeteiligungen**

Nebentätigkeit ist jede Tätigkeit, in der außerhalb des Arbeitsverhältnisses mit GfK Arbeitskraft entgeltlich und unentgeltlich zur Verfügung gestellt wird. Nebentätigkeiten sind nur dann erlaubt, wenn dadurch nicht die Arbeitskraft eingeschränkt bzw. die Leistungsfähigkeit gemindert wird oder kein Interessenkonflikt damit verbunden ist.

Die Aufnahme entgeltlicher Nebentätigkeiten ist vorab mit den Vorgesetzten abzustimmen.

Ein Interessenkonflikt liegt auf jeden Fall vor, wenn Beschäftigte mit Geschäftspartnern der GfK wirtschaftlich verbunden sind oder in den Geschäftsfeldern tätig werden, die zu den Aktivitäten der GfK gehören. Dazu können auch bereits entsprechende Kapitalbeteiligungen zählen.

## **Insiderkenntnisse**

Informationen, die Beschäftigte im Rahmen ihrer dienstlichen Tätigkeit erhalten, dürfen weder für eigene Zwecke noch im Interesse Dritter genutzt werden.

Soweit Beschäftigte Informationen über interne Angelegenheiten der Kunden oder der GfK erhalten, die Einfluss auf Börsennotierungen haben können, sind diese vertraulich zu behandeln und dürfen nicht weitergegeben werden. Eine Nutzung dieser Informationen für eigenes oder fremdes Interesse ist streng untersagt.

## **Trennung von privaten und geschäftlichen Aufwendungen**

Private und geschäftliche Aufwendungen sind stets getrennt zu behandeln. Private Aufwendungen dürfen nicht über Konten der GfK abgerechnet werden. Für Bewirtungen und Dienstreisen gilt, dass Anlass, Umfang und Zeitpunkt grundsätzlich dienstlich bedingt sein müssen. Für den Fall, dass eine genaue Trennung von Geschäftlichem und Privatem schwierig ist, ist eine Abstimmung mit den Vorgesetzten notwendig.

Die Beauftragung von Geschäftspartnern für private Zwecke ist ausgeschlossen, wenn dadurch Interessenkonflikte bei Beschäftigten entstehen.

Einrichtungen sowie Sach- und Geldmittel der GfK oder von GfK-Kunden dürfen, soweit nicht anders geregelt, nicht für private Zwecke genutzt werden.

## **D. Kommunikation**

Der Vorstand der GfK AG sowie die Geschäftsführung und Leitungsorgane aller in die GfK Gruppe eingebundenen Tochterunternehmen und Geschäftsfelder fördern aktiv die Kommunikation dieser Verhaltensregeln und sorgen für ihre nachhaltige Implementierung.

Führungskräfte der GfK tragen eine besondere Verantwortung und anerkennen daher im Rahmen ihrer Vorbildfunktion diesen Kodex als verpflichtende Regelung. Sie bestätigen, dass sie den Kodex verstanden haben und ihn einhalten.

Darüber hinaus ist der Kodex nicht formaler Bestandteil der Arbeitsverträge von GfK-Beschäftigten, aber er ist eine Weisung im Rahmen der GfK-Richtlinien. Die in diesem Kodex

niedergelegten Werte sind für die GfK dennoch von großer Bedeutung. Verstöße gegen den Kodex werden geahndet und können zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen führen.

## **E. Vertrauliche Meldungen, Beschwerden oder Hinweise (Whistleblowing)**

Die GfK möchte alle Beschäftigten ermutigen, denen in der GfK Verstöße gegen gesetzliche oder interne Regelungen bekannt sind, oder die solches begründet vermuten, unter Nutzung der dienstlich vorgegebenen Wege Bericht zu erstatten. Zu den Ansprechpartnern gehören die jeweiligen Vorgesetzten, die Geschäftsführung, die Abteilung Interne Revision und die zuständige Personalabteilung.

Sollten Beschäftigte diese Wege nicht nutzen wollen, steht ihnen – auch für eine anonyme Meldung – Herr Dr. Arno Mahler, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates der GfK AG, als Ansprechpartner zur Verfügung. Dr. Mahler ist verpflichtet, jedem Hinweis nachzugehen und angemessene Maßnahmen - auch mit externer Unterstützung - einzuleiten.

Die Identität der anzeigenden Person wird durch Dr. Mahler absolut vertraulich behandelt. Datenschutzrechtliche Bestimmungen werden bei der Bearbeitung der Meldung beachtet. Gleichzeitig wird zugesichert, dass eine solche Meldung nicht als Vertrauensbruch gewertet wird und nicht zu benachteiligenden Maßnahmen gegenüber der anzeigenden Person führt, wenn diese sich in gutem Glauben über die Richtigkeit ihrer Meldung befand.

Die GfK geht davon aus, dass die Beschäftigten dieses Instrument verantwortungsvoll und integer nutzen.

Dr. Arno Mahler ist unter folgenden Kontaktdaten erreichbar:

Adresse: Tchibo Holding AG, Überseeweg 18, 22297 Hamburg  
Tel. +49(0)40-63-872-100  
Fax +49(0)40-63-872-833  
aufsichtsrat.mahler@gfk.com

Diese Kontaktdaten sind auch im gfk4u zu finden unter *Arbeit -> Whistleblowing*

## **F. Rückfragen**

Für etwaige Rückfragen zu diesem Code of Conduct steht Ihnen Frau Sabine Gerbeth, GfK AG, Legal Services & Transactions, Nürnberg, Deutschland, Tel. +49(0)911 395-2246, Fax. +49(0)911 395-4027, sabine.gerbeth@gfk.com, zur Verfügung.

Nürnberg, Mai 2007



Professor Dr. Klaus L. Wübbenhorst  
Chief Executive Officer  
GfK AG