

Anti-Korruptions- Richtlinie der Capgemini-Gruppe

Version 3



Inhaltsverzeichnis

UNSER ENGAGEMENT	3
A. WAS IST KORRUPTION?	6
1. KORRUPTION IM ALLGEMEINEN	7
2. BESTECHUNG VON AMTSTRÄGERN (Beamtenbestechung).....	8
3. WIRTSCHAFTSKORRUPTION	8
4. MANIPULATIVE EINFLUSSNAHME-BESTECHUNG	9
5. ERPRESSUNG	10
6. SCHMIERGELDZAHLUNGEN	11
7. ORDNUNGSGEMÄSSE BUCHFÜHRUNG	12
B. PRAXIS-LEITFADEN	13
1. WIE VERHALTE ICH MICH RICHTIG INNERHALB BESTEHENDER GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN?	14
1.1 Grundlegende Prinzipien	14
1.2 Einladungen	16
1.3 Essen	17
1.4 Geschenke	18
1.5. Reisen und Beherbergung	19
1.6. Sponsorentätigkeit	21
2. POLITISCHES ENGAGEMENT UND SPENDEN FÜR WOHLTÄTIGE ZWECKE.....	23
2.1 Politisches Engagement	23
2.2. Spenden für wohltätige Zwecke	24
3. INTERESSENKONFLIKTE	26
4. LOBBYING.....	27
5. DUE-DILIGENCE-PRÜFUNG IN BEZUG AUF DRITTE.....	28
6. JOINT-VENTURES, KONSORTIEN UND FUSIONEN & ÜBERNAHMEN.....	30
7. SpeakUp – VERSTÖßE UND BEDENKEN MELDEN	30



Korruption und Bestechung stehen in absolutem Widerspruch zu den Werten der Capgemini-Gruppe.

Capgemini wurde vor mehr als 50 Jahren von Serge Kampf auf einem soliden Fundament von strikten Prinzipien und verbindlichen Werten gegründet und ist seitdem stets unerbittlich im Kampf gegen unlauteres Geschäftsgebaren und Korruption gewesen.

Um unseren Prinzipien treu zu bleiben, muss jeder¹ von uns in der Lage sein, riskante Situationen zu erkennen, und wissen, wie er oder sie damit umgeht. Sinn und Zweck dieser Richtlinie ist es Mitarbeitern der Gruppe weltweit zu helfen, Situationen zu erkennen und zu vermeiden in denen Anti-Korruptionsgesetze verletzt werden könnten. Diese Richtlinie ist deshalb einfach und praxisorientiert geschrieben und informiert Mitarbeiter der Unternehmensgruppe darüber, was sie tun und nicht tun dürfen und an wen sie sich im Zweifelsfalle wenden können.

Als Chief Executive Officer von Capgemini ist es mir ein Anliegen und habe ich die Pflicht, Verhaltensweisen, die gegen die Werte und die Geschäftsethik der Gruppe verstoßen, zu verhindern, zu verbieten und zu sanktionieren. Ich zähle dabei auf Deine Unterstützung.

Mit freundlichen Grüßen

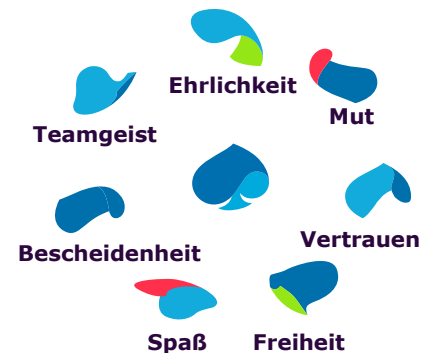
Aiman Ezzat, Chief Executive Officer

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.



Was ist der Zweck einer Richtlinie zum Thema Vorbeugung gegen Korruption und Bestechung?

Wir von Capgemini sind stolz auf unseren Erfolg, der auf unseren gemeinsamen sieben Unternehmens-Werten basiert. „Ehrlichkeit“ und „Vertrauen“ sind die grundlegendsten Werte der Capgemini-Gruppe. Wir haben bereits 2010 – also lange, bevor dies gesetzlich vorgeschrieben war – einen Code of Business Ethics und eine Anti-Korruptions-Richtlinie etabliert. Seit 2016 müssen die Capgemini-Gruppe und ihre konsolidierten Tochtergesellschaften zudem die Anforderungen des französischen Gesetzes Nr. 2016-1691 zur Transparenz, zum Kampf gegen die Korruption und zur Modernisierung der Wirtschaft (sog. Loi Sapin II) erfüllen, das insbesondere eine Anti-Korruptions-Richtlinie und die Umsetzung eines entsprechenden Anti-Korruptions-Programms vorschreibt. Die Capgemini-Gruppe verpflichtet sich außerdem dazu, alle anderen geltenden Antikorruptions-Gesetze rund um den Globus einzuhalten, einschließlich des US-Gesetzes zur Bekämpfung internationaler Bestechung (US Foreign Corrupt Practices Act, FCPA) und des britischen Antikorruptions-Gesetzes (UK Bribery Act 2010). Es ist wichtig zu beachten, dass nicht nur das Sapin-II-Gesetz, welches für alle konsolidierten Tochtergesellschaften der Gruppe weltweit gilt, sondern auch der FCPA und der UK Bribery Act 2010 eine extraterritoriale Geltung haben.



Was sind die Ziele unserer Anti-Korruptions-Richtlinie?

In Übereinstimmung mit unseren „Sieben Werten“ bezeugt unsere Anti-Korruptions-Richtlinie die Selbstverpflichtung unseres Top-Managements zur Verhütung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung: In der Capgemini-Gruppe gilt ein „Null-Toleranz“-Prinzip gegenüber jedweder Form von Korruption und Bestechung.

Das erste Ziel dieser Richtlinie besteht darin aufzuzeigen, wie Korruption und Bestechung in der Praxis aussehen können und genau zu erklären, warum sie gesetzwidrig und unerwünscht sind. Wir stehen in der Verantwortung sicherzustellen, dass jeder der für ein Unternehmen der Capgemini-Gruppe arbeitet – ungeachtet seines Herkunftslandes, Arbeitsplatzes, Wohnortes, seiner Bildung, seines kulturellen Hintergrundes oder seiner Verantwortlichkeit im Unternehmen –, genau weiß, was Korruption und Bestechung sind und welche Risiken und rechtlichen Konsequenzen sie nach sich ziehen können.

Das zweite praktische Ziel der Anti-Korruptions-Richtlinie ist, die Standards und Regeln für Werbemaßnahmen, wie Geschenke, Geschäftsessen oder Einladungen und für Sponsorentätigkeiten durch unsere Unternehmen zu definieren, da diese Bereiche besonders sensibel sind und hier leicht der Verdacht auf Korruption oder Bestechung aufkommen kann. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass wir die ethischen Werte unserer Unternehmensgruppe gemeinsam verteidigen und schützen, indem wir diese Standards in unserer Anti-Korruptions-Richtlinie definieren, umsetzen und strikt einhalten.

Das dritte Ziel der Anti-Korruptions-Richtlinie der Capgemini-Gruppe besteht darin, unserer Überzeugung Ausdruck zu verleihen, dass Ehrlichkeit die Wettbewerbsfähigkeit stärkt und für sozial verantwortliches Verhalten unverzichtbar ist. Indem wir unsere tägliche Arbeit unter der Maxime von Anstand und Rechtschaffenheit leisten – sei es in der Forschung oder im Marketing, bei täglichen Routineaufgaben oder in der strategischen Beratung –, schützen und sichern wir die langfristige Nachhaltigkeit des Wachstums der gesamten Unternehmensgruppe für unsere Kunden, Allianz-Partner, Mitarbeiter und der Gesellschaft als Ganzem.

Durch die Veröffentlichung und Verbreitung dieser Anti-Korruptions-Richtlinie bekräftigen wir ausdrücklich die Selbstverpflichtung der Capgemini-Gruppe, unseren Kunden höchste Qualität in Service und Leistung zu garantieren, nachhaltige Werte für unsere Aktionäre zu schaffen, und unseren Mitarbeitern und Allianz-Partnern ein Arbeitsumfeld zu bieten und zu erhalten, auf das sie stolz sein und in dem sie vertrauensvoll arbeiten können.



Einhaltung der Anti-Korruptions-Richtlinie und Sanktionen

Diese Version unserer Anti-Korruptions-Richtlinie ersetzt alle vorherigen Versionen in allen Ländern, in denen die Gruppe tätig ist. Sie ist wirksam, sobald erforderlichenfalls eine Übersetzung in die jeweilige Sprache angefertigt wurde und sie nach Maßgabe nationaler arbeitsrechtlicher Bestimmungen in unsere internen Richtlinien – z. B. das „*réglement intérieur*“ in Frankreich – integriert wurde.

Die Anti-Korruptions-Richtlinie der Capgemini-Gruppe wird über das gruppenweite Intranet an alle Mitarbeiter verteilt und ist auf den externen Websites von Capgemini öffentlich einsehbar. Alle Mitarbeiter haben die Pflicht, sie zu lesen und einzuhalten. Die Verpflichtung zur Einhaltung der Richtlinie ist eine Voraussetzung für die Beschäftigung unserer Mitarbeiter bei Capgemini. Verstöße, unabhängig vom Unternehmen der Gruppe, in dem sie stattfinden, oder dem Ort der Tätigkeit, können zu Disziplinarmaßnahmen bis hin zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses führen, nach Maßgabe nationaler Vorschriften, einschließlich geltender Tarifverträge. Verstöße gegen Antikorruptions-Gesetze können für Einzelpersonen auch zivilrechtliche Schadenersatzforderungen, strafrechtliche Folgen und sonstige Strafen einschließlich Freiheitsstrafen zur Folge haben.

Unsere Anti-Korruptions-Richtlinie wird bei Bedarf (aber mindestens alle drei Jahre) überprüft und aktualisiert, um Änderungen in Bezug auf geltende Rechtsvorschriften widerzuspiegeln.



A.

WAS IST KORRUPTION?

Dieser Abschnitt stellt die wichtigsten möglichen Korruptionsvergehen vor.

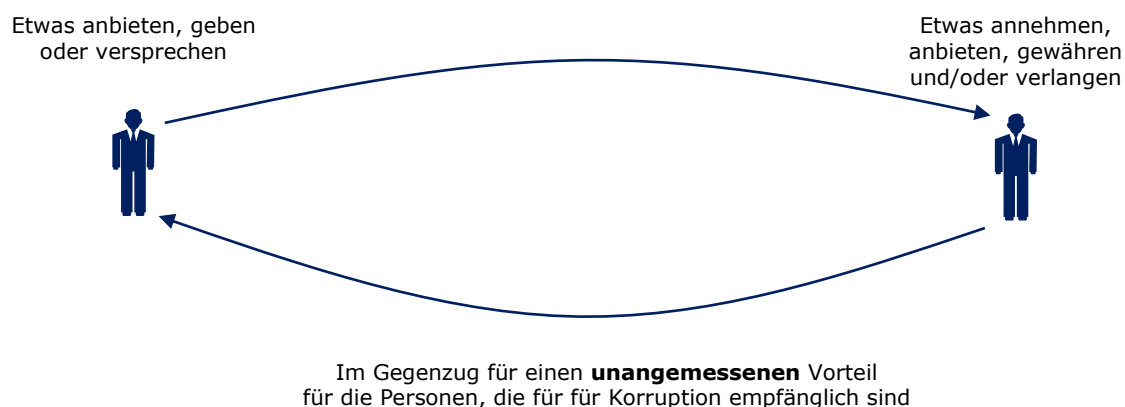
Die Anforderungen aus dieser Richtlinie gelten für alle Geschäftsführer, andere Führungskräfte und allen Mitarbeitern auf sämtlichen Ebenen der Capgemini-Gruppe. Auch von Dritten, die mit einem Capgemini-Unternehmen zusammenarbeiten – Berater, Subunternehmer, Lieferanten, Kunden und andere –, wird erwartet, dass sie diese allgemeinen Grundsätze zur Vermeidung von Korruption und Bestechung einhalten.



1. KORRUPTION IM ALLGEMEINEN

Juristisch kann Bestechung und damit der Sachverhalt der Korruption wie folgt definiert werden: **„Etwas anbieten oder geben, um einen unangemessenen Vorteil zu gewähren oder zu erhalten.“** Korruption ist für jeden Beteiligten strafbar, da für jede Partei Vorteile entstehen. Sowohl in der Rolle des **„Annehmenden“** wie auch in der Rolle des **„Gebenden“** machen sich Täter strafbar, wenn sie Vorteile annehmen, anbieten, gewähren und/oder verlangen. **„Etwas anbieten“** kann vielerlei bedeuten, Geld (in Form von Bargeld, einer Überweisung oder in sonstiger Form), Sachleistungen (wie Einladungen, Reisen, Upgrade auf erste Klasse bei Flügen, Kurzreisen in Ferienanlagen), Übernahme von Sponsorings oder Patenschaften, Leisten von wohltätigen Spenden und Beschäftigung von Verwandten oder Freunden.

Der **„unangemessene Vorteil“** kann ebenfalls vielerlei bedeuten, so zum Beispiel eine bevorzugte Behandlung, einen Vertragsabschluss, die Offenlegung vertraulicher Informationen, eine Zollbefreiung oder den Verzicht auf Strafverfolgung im Rahmen einer Steuerfahndung.



Es ist wichtig zu verstehen, dass sowohl das Anbieten oder Geben von etwas auf der einen Seite, als auch das Verlangen, Akzeptieren oder Empfangen von irgendetwas auf der anderen Seite, um einen unangemessenen Vorteil zu gewähren oder zu erhalten, Bestechung und damit Korruption darstellt, die gesetzlich verboten ist. Auch die Billigung oder das Tolerieren einer solchen Handlung stellt bereits Korruption dar. Darüber hinaus **spielt es keine Rolle, zu welchem Zeitpunkt** das Anbieten oder Gewähren des Vorteils erfolgt.

Die Gesetzgebung der meisten Länder sieht den Tatbestand der Korruption bereits erfüllt, wenn ein unangemessener Vorteil auch nur **versprochen wird**; es muss also gar nicht erst zu einer tatsächlichen Gewährung oder Inanspruchnahme kommen. Der Tatbestand gilt auch dann als erfüllt, wenn das Versprechen oder die Gewährung eines Vorteils bzw. die Absicht oder die tatsächliche Inanspruchnahme **nicht direkt oder unmittelbar, sondern indirekt oder mittelbar**, d. h. über einen Dritten erfolgt.

In der gesamten Capgemini-Gruppe gilt ein „Null-Toleranz“-Prinzip gegenüber jedweder Form von Korruption und Bestechung.



2. BESTECHUNG VON AMTSTRÄGERN (Beamtenbestechung)

Bestechung von **Amtsträgern** kann definiert werden als „Das unmittelbare oder mittelbare Versprechen, Anbieten oder Gewähren eines ungerechtfertigten Vorteils an einen Amtsträger für diesen selbst oder für eine andere Person oder Stelle als Gegenleistung dafür, dass er in Ausübung seiner Dienstpflichten eine Handlung vornimmt oder unterlässt.“

Der Begriff des „Amtsträgers“ ist dabei sehr weit gefasst zu verstehen. Er umfasst jede Person, die:

- eine öffentliche Stelle innehat – ob in der Legislative, der Exekutive, der Administration oder der Jurisdiktion oder einer Körperschaft des öffentlichen Rechts,
- eine öffentliche Aufgabe oder Funktion wahrnimmt – ob für eine öffentliche Organisation oder ein staatliches Unternehmen;
- von einem staatlichen oder staatlich kontrollierten Unternehmen beschäftigt wird oder im Auftrag eines Privatunternehmens tätig wird, das aber von der Öffentlichen Hand oder öffentlichen Institutionen legitimierte Aufgaben wahrnimmt oder Verträge erfüllt (sog. „Beliehene“); oder
- Mitglied einer königlichen Familie ist,
- Beamter einer internationalen Regierungsorganisation ist, oder
- für ein politisches Amt kandidiert oder eine bedeutsame Stellung mit Entscheidungsbefugnis in einer politischen Partei innehat.

Im Sinne der Anti-Korruptions-Richtlinie der Capgemini-Gruppe sind nahe Verwandte von Amtsträgern so zu behandeln, als seien sie selbst auch Amtsträger. Das Versprechen, das Anbieten oder die Gewährung eines ungerechtfertigten Vorteils an einen nahen Verwandten eines Amtsträgers zieht die gleichen Sanktionen nach sich wie die unmittelbare Gewährung beziehungsweise Inanspruchnahme eines ungerechtfertigten Vorteils an den Amtsträger selbst.

3. WIRTSCHAFTSKORRUPTION

Wird ein ungerechtfertigter Vorteil einer **Person in der Privatwirtschaft** versprochen oder gewährt, bezeichnet man dies als ein Vergehen der Wirtschaftskorruption, im Gegensatz zur „Beamtenbestechung“.

Wenn zum Beispiel ein Lieferant im Rahmen eines Ausschreibungsverfahrens durch das Versprechen oder die Gewährung ungerechtfertigter Vorteile an vertrauliche Informationen gelangt, ist dies ein Akt der Wirtschaftskorruption und unterliegt der Strafverfolgung.

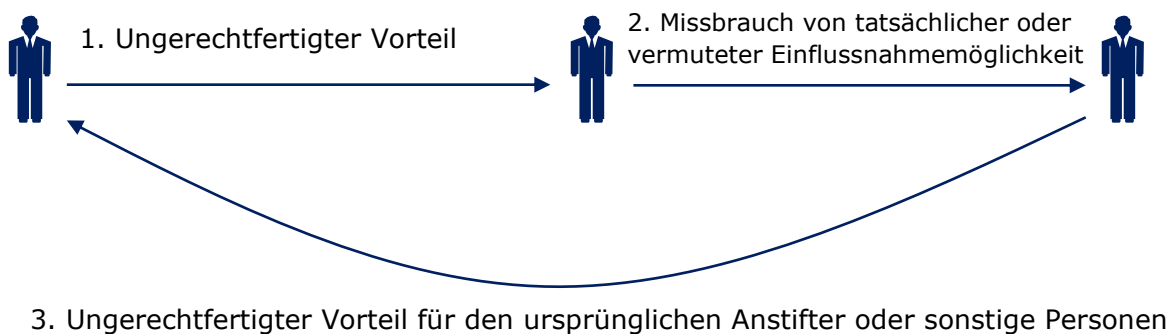
Wichtig ist es in diesem Zusammenhang, sich klar darüber zu sein, dass sowohl das Versprechen oder Gewähren von Vorteilen, als auch das Einfordern und das Annehmen derartiger Versprechen und die tatsächliche Vorteilsnahme illegal und strafverfolgungsrechtlich relevant sind.



4. MANIPULATIVE EINFLUSSNAHME- BESTECHUNG

Manipulative Einflussnahme kann definiert werden als „das Versprechen, Anbieten oder Gewähren eines ungebührlichen Vorteils für eine Person, sei es unmittelbar oder mittelbar, um ihren tatsächlichen oder vermuteten Einfluss zu missbrauchen, um so einen ungebührlichen Vorteil von einer Behörde für den ursprünglichen Anstifter oder eine andere Person zu erhalten.“

Manipulative Einflussnahme liegt auch dann vor, wenn jemand für sich selbst oder einen Dritten einen ungebührlichen Vorteil einfordert oder annimmt, damit dieser Dritte seinen tatsächlichen oder vermuteten Einfluss missbraucht, um einen ungebührlichen Vorteil von einer Verwaltung oder Behörde zu erlangen.



Manipulative Einflussnahme unterfällt auch der Korruption.

Dieses Verhalten ist in den meisten anderen Ländern ein Tatbestand der Korruption oder Bestechung. Einige Länder, wie Frankreich, Brasilien und Spanien, unterscheiden den Straftatbestand der Korruption rechtlich von dem der manipulativen Einflussnahme. Andere, wie die USA, machen diese rechtliche Unterscheidung nicht.

Bei Capgemini gilt ein „Null-Toleranz“-Prinzip gegenüber jeder Form von manipulativer Einflussnahme, unabhängig davon, welches Land oder welche Tätigkeit davon betroffen ist.

Beispiel aus der Praxis

Capgemini beabsichtigt, im Rahmen einer Ausschreibung vom Verteidigungsministerium eines Landes, das nach Lösungen auf Basis künstlicher Intelligenz sucht, ein Angebot einzureichen. Während des Bieterverfahrens triffst Du jemanden, der behauptet, dass er den für die Bewertung der Gebote zuständigen Beamten sehr gut kennt. Er schlägt vor, gegenüber diesem Beamten die Vorteile des Capgemini-Gebots hervorzuheben und so die letzte Entscheidung zugunsten von Capgemini zu beeinflussen, wenn Du ihm zwei Tickets für den lokalen Formel-1-Grand-Prix schenkst. Was solltest Du tun?

Auch wenn Du diese Tickets leicht erhalten kannst, musst Du das Angebot ablehnen. Die bloße Bitte um solche Tickets als Gegenleistung für die Ausübung von Einfluss ist rechtswidrig, und Du läufst Gefahr, Dich in eine Situation zu begeben, die strafrechtlich relevant ist: Das Angebot eines



ungerechtfertigten Vorteils – die Formel-1-Tickets –, damit Dein Kontakt seinen tatsächlichen oder angenommenen Einfluss auf einen öffentlichen Beamten nutzt, um eine Vorzugsbehandlung für Capgemini zu erreichen, die einen ungerechtfertigten Vorteil darstellen würde. Es spielt keine Rolle, ob Dein Kontakt sein Wort hält oder nicht: Bestechung und damit Korruption kann angenommen werden, sobald Du einen ungerechtfertigten Vorteil gewährst.

5. ERPRESSUNG

Erpressung kann juristisch wie folgt definiert werden: Der Versuch sich selbst oder Dritte rechtswidrig durch Gewalt oder durch Androhung eines empfindlichen Übels oder Nötigung zulasten eines anderen bereichern. Häufig wird sie durch Erpresserbriefe eingeleitet.

Bestimmte Beamte missbrauchen ihre Macht, um ungerechtfertigte Vorteile zu erlangen, indem sie beispielsweise die Gewährung eines Vorteils als Gegenleistung für den Verzicht auf Geldbußen – z.B. im Falle von Steuerfahndungen – fordern. Dies ist u.a. eine Erpressung.

Erpressung kann auch eine Form der Korruption sein. In den meisten Ländern stellt es zudem ein Korruptionsdelikt dar, solchen Erpressungsversuchen nachzugeben, siehe auch zum Thema „Bestechung von Amtsträgern“ und „Manipulative Einflussnahme“.

Die Gruppe verbietet jede Form der Erpressung, unabhängig vom Land oder von der betreffenden Tätigkeit, es sei denn, das Leben oder die körperliche Unversehrtheit einer Person ist in Gefahr.

Beispiel aus der Praxis

Du arbeitest im Bereich Corporate Real Estate Services und bist verantwortlich dafür, eine Immobilie für Capgemini anzumieten. Für die Nutzung der neuen Büroflächen, bedarf es noch einer Nutzungserlaubnis/Betriebsgenehmigung durch die Baubehörde, die Du auch beantragen musst. Zwei Monate vor Ende der Genehmigungsfrist stellst Du fest, dass die Betriebsgenehmigung absichtlich vom Sachbearbeiter der Baubehörde zurückgehalten wird, um so eine Schmiergeldzahlung zu erreichen. Eine Verzögerung würde das Unternehmen Hunderttausende, möglicherweise sogar Millionen Euro kosten. Was solltest Du tun?

Eine solche Forderung ist gesetzwidrig und darf nicht erfüllt werden. Selbst wenn ein Capgemini Mitarbeiter unter dem Druck steht, dass er erpresst wird und für ihn selbst gar kein persönlicher Vorteil auf dem Spiel steht, drohen ihm strafrechtliche Konsequenzen, wie zum Beispiel Geldstrafe oder Gefängnisstrafe, wenn er sich bereit erklärt aufgrund der gesetzwidrigen Forderung Geld zu zahlen. Darüber hinaus können gegen die Capgemini-Gruppe Geldbußen verhängt werden, die höher sind als die Kosten der Verzögerung und es kann zu andere schädlichen Folgen kommen, wie etwa ein Eintrag ins Gewerbezentralregister und dadurch der Ausschluss von Ausschreibungen für öffentliche Aufträge. Ganz zu schweigen vom Reputationsschaden, der Capgemini und dem Mitarbeiter entstehen könnte. Darüber hinaus würde ein solches Verhalten gegen unsere Werte verstoßen. **Du solltest einen solchen Vorfall gemäß dem SpeakUp-Verfahren melden, das in Abschnitt 7 beschrieben wird.**



WIE KANN MAN BEI ERPRESSUNG WIDERSTAND LEISTEN?

Als Erstes solltest Du Dich an Deine Führungskraft und Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden, solltest Du Fragen haben oder Unterstützung benötigen.

Für diejenigen, die tiefer in das Thema eintauchen möchten, bietet das kostenlose Tool „[Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions \(RESIST\)](#)“ anhand von Beispielen aus der Praxis Handlungsempfehlungen. Das Projekt wurde gemeinsam von der Internationalen Handelskammer (IHK), Transparency International, dem Global Compact der Vereinten Nationen und der World Economic Forum Partnership Against Corruption Initiative entwickelt.

6. SCHMIERGELDZAHLUNGEN

Schmiergeldzahlungen können definiert werden als Zahlungen geringfügiger Beträge an einen Beamten, um die Durchführung einer routinemäßigen Verwaltungsmaßnahme zu beschleunigen, auf die der Zahler Anspruch hat. Diese Zahlungen sollen Beamte ermuntern, ihre Aufgaben zu erfüllen, z.B. die Erteilung einer Genehmigung oder Bewilligung. Sie werden oft in bar bezahlt.

Schmiergeldzahlungen sind in den meisten Ländern illegal.

Eine Schmiergeldzahlung stellt einen Verstoß gegen unsere Anti-Korruptions-Richtlinie dar, auch wenn eine solche Zahlung in einigen anderen Ländern nach nationalem Recht zulässig wäre.

Beispiel aus der Praxis

Du benötigst ein Visum für Deine nächste Geschäftsreise nach Indien. Leider wurde die Sitzung erst in letzter Minute organisiert, und Du bist mit Deinem Visumantrag spät dran. Der Beamte in der Botschaft schlägt vor, dass er für eine kleine Zahlung von 50 US-Dollar in bar an ihn das Visum für den darauf folgenden Tag besorgen kann. Ist eine solche Zahlung eine verbotene „Schmiergeldzahlung“?

Ja. Die Zahlung eines Betrages an eine natürliche Person, damit diese eine Dienstleistung erbringt, in deren Folge Dein Antrag gegenüber denen von anderen, die ebenfalls Anspruch auf eine solche Dienstleistung haben, bevorzugt behandelt wird, stellt für diese Person als Gegenleistung für die bevorzugte Behandlung, die sie Dir angedeihen lässt, einen ungerechtfertigten Vorteil dar. Es handelt sich also um eine verbotene Schmiergeldzahlung.



Beispiel aus der Praxis

Du benötigst ein Visum für Deine nächste Geschäftsreise nach Indien. Leider wurde die Sitzung erst in letzter Minute organisiert, und Du bist mit Deinem Visumantrag spät dran. Diese Botschaft bietet auch einen Eilservice an, mit dem das Visum zu einem höheren, ausgewiesenen Preis eingeholt werden kann. Ist eine solche Zahlung eine verbotene „Schmiergeldzahlung“?

Nein. Da die Zahlung für einen beschleunigten Eilservice geleistet wird, der zu einem offiziellen und transparenten Preis für alle Personen zugänglich ist, wäre dies keine verbotene Schmiergeldzahlung.

7. ORDNUNGSGEMÄSSE BUCHFÜHRUNG

Es wird keine Manipulation oder Fälschung von buchhalterisch relevanten Unterlagen (Handelsbüchern) toleriert, die irgendeine Form von Korruption, Bestechung, Zahlung von Schmiergeldern oder anderer manipulativer Einflussnahme verschleiert, unabhängig vom Land, in dem dies stattfindet, und unabhängig von der betreffenden Tätigkeit.

Die Capgemini-Gruppe hat hierzu eingehende Regelungen in den Buchführungs-Standards der Capgemini-Gruppe erlassen, welche in der internen Unternehmensrichtlinie „TransFORM“ erläutert sind und welche strikt eingehalten werden müssen.

Beispiel aus der Praxis

Du arbeitest in der Buchhaltungsabteilung. Joe, ein Freund von Dir, der im Vertrieb arbeitet, verhandelt einen Deal. Joe weiß, dass sich sein Kunde für Wein begeistert, und er möchte eine seltene Flasche Wein im Wert von 1.500 € kaufen, um ihn zu beeindrucken und den Deal abschließen zu können. Joe weiß, dass diese Kosten weit über jeder Capgemini-Höchstgrenze für Geschenke liegen. Im Namen Eurer langjährigen Freundschaft bittet Joe Dich, die Kosten unter einem anderen Konto für sonstige Ausgaben zu buchen. Darfst Du das?

Du darfst niemals zustimmen, ein Geschenk falsch zu verbuchen oder eine Ausgabe zu verschleiern. Die Manipulation von Büchern und Aufzeichnungen im Rahmen von Finanzbuchhaltung, stellt einen Verstoß gegen die Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini dar und kann dazu führen, dass dem Mitarbeiter arbeitsrechtliche Konsequenzen drohen, möglicherweise kann dies sogar eine Kündigung zur Folge haben. Darüber hinaus ist es Ziel der Capgemini-Richtlinien zum Thema Geschenke, Bestechung zu vermeiden. Wenn Joe ein so teures Geschenk anbietet, bringt er sich in eine Situation, die als Bestechung betrachtet werden kann, die ein strafrechtliches Vergehen darstellt und Geld- oder sogar Freiheitsstrafen nach sich ziehen kann. Wenn Du einer falschen Verbuchung der Kosten zustimmst, manipulierst Du die Buchführung und machst Dich damit möglicherweise zum Komplizen. Alle Auslagen, die unmittelbar einem Mitarbeiter erstattet werden, müssen im Kostenerstattungs-Tool erscheinen und entsprechend als Geschenk ausgewiesen werden.



B. PRAXIS-LEITFADEN

Dieser Leitfaden soll helfen, Compliance-Regeln einzuhalten und vor einer etwaigen Haftung in Zusammenhang mit Korruptionsvergehen zu schützen. Er geht auf **gängige und im Allgemeinen bekannte Unternehmenspraktiken ein, die, wenn sie missachtet werden, als Korruption oder Bestechung angesehen werden können.**

Bitte denke daran, dass dieser Leitfaden nicht jede einzelne Situation klären kann, mit der Du im Geschäftsalltag konfrontiert sein kannst. Allerdings sollte diese Richtlinie Dir genügend Informationen an die Hand geben, um in den meisten Fällen zurechtzukommen. Die zentrale Botschaft besteht darin, dass Du nicht alleine bist und jederzeit jede verfügbare Unterstützung in Anspruch nehmen kannst – von Deinem **Vorgesetzten** bis zu Deinem General Counsel und **Ethics & Compliance Officer**.

Diese Richtlinie gilt für alle Mitarbeiter der Capgemini-Unternehmensgruppe, und zwar auf jeder Hierarchie-Ebene der Gruppe. Auch erwarten wir von Dritten, die für oder im Auftrag eines Unternehmens der Capgemini-Gruppe arbeiten (z. B. externe Berater, Subunternehmer und andere Lieferanten), dass sie in Übereinstimmung mit diesen Prinzipien handeln.



1. WIE VERHALTE ICH MICH RICHTIG INNERHALB BESTEHENDER GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN?

1.1 Grundlegende Prinzipien

Die Zahlung oder Erstattung von Spesen bzw. Aufwendungen für Einladungen, Essen, Geschenke, Reisen und Beherbergung einzelner – auch Amtsträger – muss die Bedingungen der folgenden grundlegenden Prinzipien erfüllen:

1. Sie muss in Übereinstimmung mit geltenden Gesetzen, den Regelungen der Capgemini-Gruppe und den Dir bekannten internen Regelungen des Arbeitgebers des Leistungsempfängers erfolgen.
2. Sie muss in Zusammenhang mit einem legitimen und nachvollziehbaren geschäftlichen Anlass stehen.
3. Sie darf nicht erfolgen, um ungerechtfertigte Vorteile zu gewähren, bzw. zu erhalten oder eine Handlung unangemessen zu beeinflussen.
4. Dabei gilt:
 - i. Sie muss sich in einem (wertmäßig) angemessenen Rahmen bewegen.
 - ii. Sie muss angemessen sein hinsichtlich der Position des Eingeladenen, den Umständen und des Anlasses der Einladung.
 - iii. Sie darf kein Gefühl der Verpflichtung oder der unangemessenen Einflussnahme beim Empfänger erzeugen.
 - iv. Sie darf vom Empfänger oder anderen Personen nach menschlichem Ermessen nicht als Bestechung aufgefasst werden.
 - v. Sie darf nicht regelmäßig derselben Person zugewendet werden.
5. **Wenn die Einladung (1.2), das Essen (1.3), das Geschenk (1.4) oder die Reise oder Beherbergung (1.5) für einen Amtsträger oder Beamten bestimmt ist, muss sie bzw. es im Voraus vom lokal zuständigen Ethics & Compliance Officer genehmigt werden, denn selbst dies kann in einigen Ländern gesetzlich verboten sein.**
6. Die Zuwendung muss korrekt in die ordnungsgemäße Buchführung des betreffenden Unternehmens der Capgemini-Gruppe einfließen.

Bevor Du ein Geschenk, ein Essen oder eine Einladung, eine Reise oder Beherbergung anbietest oder annimmst, die über die in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy) festgelegten Referenzwerte hinausgeht, ist es wichtig zu überprüfen, ob die grundlegenden Prinzipien und zusätzlichen Bedingungen der Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini eingehalten werden. Du solltest Dich im Vorhinein mit Deinem Vorgesetzten beraten, um sicherzustellen, dass die grundlegenden Prinzipien in Deinem konkreten Fall eingehalten werden. **Jede Kostenabrechnung, die über den festgelegten Höchstwerten in der Richtlinie für Reisen und Auslagen liegt, kann von Deinem Vorgesetzten abgelehnt werden.**

Bei Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden.



WAS IST, WENN DER EMPFÄNGER ENTSCHEIDUNGSBEFUGNIS BEI EINER AUSSTEHENDEN ENTSCHEIDUNG HAT?

Wenn der Empfänger eine direkte oder indirekte Entscheidungsbefugnis bei einer anstehenden oder erwarteten Entscheidung hat, die die Interessen der Gruppe berühren könnte, ist besondere Vorsicht geboten. Bei solchen Umständen wird es im Allgemeinen nicht als angemessen erachtet, ein Geschenk oder eine Einladung anzubieten.

Anstehende oder erwartete Entscheidungen, die die Interessen der Capgemini-Gruppe betreffen, sind:

- Ausschreibungen des öffentlichen oder privaten Sektors,
- Änderungen von Gesetzen oder sonstigen Rechtsvorschriften, Vergabe von Subventionen oder
- Privatwirtschaftliche Vertragsabschlüsse, -erweiterungen oder -verlängerungen.

Wenn Du Dir unsicher bist, solltest Du in Betracht ziehen, Deine Einladung schriftlich zu formulieren. Ein solches schriftliches Dokument kann einen Passus enthalten, der klarstellt, dass die Einladung zu einem Event, zum Essen, zu einer Reise (ggf. mit Übernachtung) oder das Überreichen eines Geschenkes nach bestem Wissen und Gewissen und in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Capgemini-Gruppe sowie geltenden Gesetzen erfolgt, dass das Angebot unabhängig davon nach Deiner Kenntnis mit den entsprechenden internen Regelungen des Arbeitgebers des Eingeladenen übereinstimmt, und dass es in der Verantwortung des Eingeladenen liegt, letzteres zu überprüfen.



1.2 Einladungen

Einladungen zu Unterhaltungs- oder Marketingevents (z.B. ins Theater, zu Konzerten, Sportveranstaltungen, Tagungen, Museumsbesuchen, Seminaren oder Capgemini-Events) bieten die Gelegenheit, einen Kunden oder Lieferanten besser kennenzulernen. Sie bergen aber auch das Risiko in sich, dass eine solche Einladung als unangemessen erscheint.

Aus diesem Grund sind solche Einladungen nur erlaubt, wenn sie die folgenden Bedingungen erfüllen:

- Die **grundlegenden Prinzipien** (1.1) werden befolgt.
- Die nachstehenden **zusätzlichen Bedingungen** sind erfüllt:
 - Mindestens ein Mitarbeiter des Unternehmens der Gruppe ist bei der Veranstaltung anwesend.
 - Die in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy) festgelegten Höchstwerte pro Land für Mahlzeiten und externe Einladungen sollten als Referenzwert verwendet werden. Wenn der vom Arbeitgeber des Dritten genehmigte Höchstwert niedriger ist, musst Du diesen einhalten.
 - Das Unterhaltungsangebot ist legal und gesellschaftlich akzeptabel.

Einladungen zu Unterhaltungsevents, deren Kosten über den Höchstwerten liegen, müssen von Deinem Vorgesetzten genehmigt werden, bevor sie ausgesprochen werden. Wenn Du die Ausgaben in Verbindung mit einer Einladung bezahlst und dann eine Rückerstattung beantragst, kann die Genehmigung des Vorgesetzten durch die Genehmigung des Antrags auf Spesenerstattung nachgewiesen werden.

Bei Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden.

Beispiel aus der Praxis

Du betreust ein Projekt, das den Einsatz von Lieferanten erfordert. Zum Zeitpunkt der Ausschreibung lädt einer der potenziellen Anbieter zu einem Tennisspiel bei einem prestigeträchtigen Turnier ein. Wie verhältst du dich in einer solchen Situation am besten?

Du musst diese Einladung ablehnen. Du kannst in einen Interessenkonflikt geraten, der sogar als Korruption angesehen werden kann, wenn der Lieferant im Gegenzug eine unangemessene Gegenleistung erwartet, z. B. vertrauliche technische Informationen. Zur Erinnerung: Im Rahmen einer Ausschreibung müssen alle Lieferanten Zugang zu denselben Informationen haben.

Du musst Deinen Manager schriftlich über diesen Vorschlag informieren und mit ihm oder ihr besprechen, was die geeignete Vorgehensweise in Bezug auf diesen Lieferanten ist.



1.3 Essen

Geschäftliche Angelegenheiten bei einem Essen zu besprechen, ist in der Geschäftswelt weit verbreitet. Dritte dürfen zum Essen eingeladen werden, wenn sämtliche der folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- Die **grundlegenden Prinzipien** (1.1) werden befolgt.
- Die nachstehenden **zusätzlichen Bedingungen** sind erfüllt:
 - Das Essen ist eindeutig geschäftsbezogen – z. B. findet es im Rahmen einer Sitzung statt oder der Zweck des Essens ist es, geschäftliche Besprechungen zu führen, und
 - Der Geldwert des Essens entspricht dem eines Standardarbeitsessens nach lokalen oder anderen anwendbaren Vorschriften oder ist angemessen unter Berücksichtigung der Position des Empfängers, der Umstände und des Anlasses. Die in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen festgelegten Höchstwerte pro Land sollten als Referenzwerte verwendet werden. Wenn die zulässigen Höchstwerte in den geltenden Richtlinien des Kunden niedriger sind, darfst Du diese nicht überschreiten.

Essenseinladungen, die über den Höchstwerten liegen, müssen von Deinem Vorgesetzten genehmigt werden. Die Genehmigung des Vorgesetzten kann durch die Genehmigung der Spesenabrechnung nachgewiesen werden.

Bei Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden.

Beispiel aus der Praxis

Du willst ein Geschäftsessen mit Deinem Kunden organisieren, und Du hast selbst festgestellt, dass alle grundlegenden Prinzipien und zusätzlichen Bedingungen der Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini eingehalten werden, mit einer Ausnahme: Der Wert der Mahlzeit pro Person liegt 25 % über dem zulässigen festgelegten Höchstwert in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy). Was solltest Du tun?

Die in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen für Geschäftsessen definierten Höchstwerte sind nützliche Referenzwerte, um zu bewerten, dass die Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini eingehalten wird. Je nach Umständen, Anlass oder Position des Empfängers kann es jedoch immer noch mit der Anti-Korruptions-Richtlinie der Gruppe konform sein, ein Geschäftsessen zu organisieren, dessen Kosten über dem angegebenen Richtwert liegen. In solchen Fällen ist es wichtig zu prüfen und kann es nützlich sein, zu dokumentieren, warum ein solches Geschäftsessen unter den gegebenen Umständen gerechtfertigt ist und kein Korruptionsrisiko darstellt.

Du solltest Dich mit Deinem Vorgesetzten in Verbindung setzen, um sicherzustellen, dass er oder sie Deine Compliance-Bewertung teilt. Im Falle von Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden. Wenn Du Deinen Vorgesetzten nicht im Vorhinein einbeziehst, kann er oder sie Deine Spesenabrechnung ablehnen.



Beispiel aus der Praxis

Im Rahmen einer Aufforderung zur Angebotsabgabe möchtest Du Informationen über konkurrierende Angebote erhalten. Du kennst einen Mitarbeiter der Mitbewerber gut. Kannst Du ihn zum Abendessen einladen, um informell ein wenig zu plaudern?

Nein, dies könnte als Interessenkonflikt oder gar als Bestechungsversuch wahrgenommen werden. Während eines laufenden Verfahrens bei einer Ausschreibung zur Angebotsabgabe solltest Du niemals einen Mitarbeiter eines Mitbewerbers zum Abendessen einladen, und Du solltest eine solche Einladung stets ablehnen. Generell darfst Du, insbesondere aus wettbewerbsrechtlichen Gründen, niemals versuchen, vertrauliche Informationen von einem Mitbewerber zu erhalten.

1.4 Geschenke

Kleine persönliche Aufmerksamkeiten sind in vielen Ländern weit verbreitet und zählen zur normalen Geschäftskultur. Mitarbeitern von Unternehmen der Capgemini-Gruppe ist es nicht erlaubt, ein Geschenk einzufordern, darum zu bitten oder danach zu fragen. Obwohl dringend davon abgeraten wird, ist es erlaubt, ein Geschenk von Dritten anzunehmen oder Dritten zu geben, sofern die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- Die **grundlegenden Prinzipien** (1.1) werden befolgt.
- Die nachstehenden **zusätzlichen Bedingungen** sind erfüllt:
 - Das Geschenk hat keinen nennenswerten Geldwert. Die in unserer **Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy)** festgelegten Höchstwerte pro Land sollten als Referenzwerte herangezogen werden. Wenn die zulässigen Höchstwerte in den geltenden Richtlinien des Kunden niedriger sind, müssen die Werte des Kunden eingehalten werden.
 - Das Geschenk wird nur dem Geschäftspartner und nicht den Familienmitgliedern oder Freunden gegeben, und
 - Das Geschenk ist niemals Bargeld und stellt auch keinen geldwerten Vorteil dar – z.B. keine Geschenkkarten oder Prepaid-Gutscheine.

Abgesehen von kleinen Standardgeschenken, wie Werbegeschenke z. B. solchen mit einem Firmenlogo, müssen alle Geschenke, die angeboten oder angenommen werden sollen, im Voraus von Deinem Vorgesetzten genehmigt werden. Wird das Geschenk ausnahmsweise direkt von einem Mitarbeiter gekauft, kann die Genehmigung des Vorgesetzten durch die Genehmigung der Spesenabrechnung nachgewiesen werden.

Bei Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden.



Beispiel aus der Praxis

Ein Lieferant schenkt Dir eine Uhr mit dem Logo seiner oder ihrer Firma. Darfst Du dieses Geschenk annehmen?

Wenn es sich um eine Werbeuhr von geringem Wert handelt, kann das Geschenk angenommen werden. Wenn die Uhr jedoch von erheblichem Wert ist, musst Du das Geschenk ablehnen. Liegt der Wert des Geschenks über dem Höchstwert in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy), musst Du das Geschenk von Deinem Vorgesetzten genehmigen lassen.

Beispiel aus der Praxis

Du reist geschäftlich nach China, und das chinesische Neujahrsfest steht vor der Tür. Du hast gehört, dass es während des chinesischen Neujahrsfests Tradition ist, rote Umschläge mit Glücksgeld zu verschenken, vor allem an Jugendliche. Da in der Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini von Geschenken abgeraten wird, hast Du bisher noch nie ein Geschenk für einen Kunden gekauft. Du erkennst, wie wichtig es ist, ein Geschenk zu machen, aber was bedeutet „kein nennenswerter Geldwert“ in Bezug auf ein Geschenk? Trifft dies auf die roten Umschläge mit Glücksgeld zu?

In der Regel sind Geschenke mit keinem nennenswerten Geldwert kleine Andenken und Werbeartikel, die mit dem Namen der Gruppe oder einer Handelsmarke versehen sind, wie Kaffeetassen, Stifte oder Kalender, und jedes dieser Geschenke wäre akzeptabel. Andere übliche Geschenke von geringem Wert können Blumen, Bücher oder Obstkörbe sein. Wenn Du Deinem Kunden jedoch Umschläge mit Glücksgeld für seine Kinder schenkst, würdest Du gleich zweifach gegen die Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini verstoßen:

1. Es ist strengstens verboten, jemandem Bargeld oder Bargeldäquivalente zu schenken – wie Geschenkkarten oder Prepaid-Gutscheine.
2. Es ist strengstens verboten, einer Person, die nicht Geschäftspartner ist ein Geschenk zu machen – beispielsweise wenn ein Geschenk für die Kinder eines Mitarbeiters des Kunden bestimmt ist.

Du solltest daher lieber einen Korb voller Orangen anbieten – was auch Teil der Tradition ist.

1.5. Reisen und Beherbergung

Unter bestimmten Umständen kann es notwendig sein, die Reise- und Übernachtungskosten Dritter zu übernehmen, zum Beispiel wenn diese ein Unternehmen der Capgemini-Gruppe besuchen oder an einem Event der Capgemini-Gruppe teilnehmen. Sämtliche derartigen Einladungen müssen die folgenden Bedingungen erfüllen:

- Die **grundlegenden Prinzipien** (1.1) werden befolgt.
- Die nachstehenden **zusätzlichen Bedingungen** sind erfüllt:



- Die Einladung umfasst nicht bzw. deckt nicht die Kosten jedweder nicht in direktem Zusammenhang mit dem Anlass selbst stehenden zusätzlichen Ausflüge.
- Die Länge der Reisedstrecke und die Dauer des Aufenthaltes sind nachvollziehbar und angemessen und durch geschäftliche Anlässe gerechtfertigt.
- Die Einladung entspricht unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy).
- Zahlungen für Reise- und Übernachtungskosten von Amtsträgern müssen direkt an den jeweiligen Anbieter / Dienstleister (wie Fluggesellschaften, Reisebüros oder Hotels) oder an die betroffene Dienststelle des Amtsträgers geleistet werden.
- Reise- und Übernachtungskosten werden nur für den Geschäftspartner übernommen und nicht für dessen Familienmitglieder oder Freunde, und
- Die Kosten übersteigen nicht die Spesen, die für einen Mitarbeiter der Capgemini-Gruppe in vergleichbarer Position für eine Reise zum selben Ziel anfallen würden.

Reise- und Beherbergungskosten, die für Dritte übernommen werden sollen, müssen im Voraus von Deinem Vorgesetzten genehmigt werden.

Jede Reise und Beherbergung, die einem Dritten angeboten werden soll, muss ebenfalls den oben beschriebenen Grundsätzen entsprechen.

Bei Fragen kannst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden.

Beispiel aus der Praxis

Einer Deiner Kunden möchte ein Delivery-Center von Capgemini in Indien besuchen. Du bist nicht sicher, wer für die Kosten aufkommen soll. Neben den Flügen und der Beherbergung möchtest Du im Rahmen des Besuchs eine Besichtigungstour vor Ort organisieren. Was ist die richtige Herangehensweise in einer solchen Situation?

Es ist unproblematisch, einen Besuch von Capgemini-Standorten zu organisieren. Du solltest jedoch vorsichtig sein in Bezug auf die zu treffenden Vereinbarungen zu den Kosten für Reise und Beherbergung:

1. Du musst überprüfen, ob Dein Kunde im Rahmen seiner eigenen Anti-Korruptions-Richtlinie oder von anderen anwendbaren Unternehmensrichtlinien Einschränkungen unterliegt. Ist dies der Fall, musst Du diese einhalten.
2. Wenn Du für Deinen Kunden bezahlst, musst Du die oben genannten grundlegenden Prinzipien (1.1) und zusätzlichen Bedingungen erfüllen. Jegliche Vor-Ort-Events oder lokale Besichtigungstouren dürfen keine zusätzlichen Kosten für Reise oder Übernachtung beinhalten und müssen den Regeln für Einladungen (1.3) entsprechen.



1.6.Sponsorentätigkeit

Sponsorentätigkeit von Unternehmen der Capgemini-Gruppe für Veranstaltungen sportlicher, kultureller oder sozialer Art, von Aus- oder Weiterbildungsmaßnahmen oder von Business-Events – ob einmalig, sporadisch oder regelmäßig – sind Bestandteil der Unternehmens- und Marketingkommunikation der Capgemini-Gruppe gegenüber Kunden und anderen Interessensgruppen. Es ist jedoch wichtig zu erkennen, dass unangemessen teure oder exzessive Sponsorings, Marketing- und Verkaufsveranstaltungen eine Form von Bestechung oder Korruption sein können, die gesetzlich und gemäß der Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini verboten ist.

Es gibt zwei Arten von Veranstaltungen, die Capgemini organisiert oder sponsert:

Geschäftliche Promotion-Events stehen in direktem Zusammenhang mit unserem Geschäft, wie z. B. eine Ausstellung, eine Messe oder eine Konferenz. Es handelt sich um allgemeine Großveranstaltungen, die Business-to-Business-Werbung und Kundengeschäft miteinander verbinden. Diese Veranstaltungen bieten Capgemini die Möglichkeit, die Sichtbarkeit der eigenen Marke zu erhöhen und dem Markt – Kunden, Neukunden und Partnern – seine Fähigkeiten zu präsentieren. Zu diesen Veranstaltungen gehören:

- Capgemini-Kundenveranstaltungen, die von uns organisiert werden,
- Beteiligungen von Capgemini als Sponsor an einer Veranstaltung, die von unseren Geschäftspartnern – z. B. Dreamforce – organisiert wird, oder
- Beteiligungen von Capgemini als Sponsor an Branchenveranstaltungen –wie Messen, z. B. European Utility Week, Mobile World Congress.

Nicht-geschäftsbezogene Veranstaltungen, die durch die Bereitstellung von Geld, Waren oder Dienstleistungen organisiert oder gesponsert werden, in der Regel mit dem Ziel, die Marke und den Bekanntheitsgrad der Capgemini-Gruppe bei diesen Veranstaltungen zu vermarkten und ihr Image zu stärken – z. B. als Gegenleistung für die Präsenz unserer Marke (Logo) bei einer Veranstaltung und/oder in den Medien. Auch wenn solche Veranstaltungen nicht direkt geschäftsbezogen sind, tragen sie zur Sichtbarkeit der Marke und zur Werbe- und Promotionsstrategie der Gruppe bei. Sie bieten die Gelegenheit, eine persönliche Beziehung zu Kunden, Lieferanten und Partnern aufzubauen, oder verbessern die Attraktivität von Capgemini auf dem Talentmarkt. Zu diesen Veranstaltungen können gehören:

- Sport-, Kultur- oder PR-Veranstaltungen, die organisiert werden von Capgemini Marketing & Communications, Sales, CSR oder Personalabteilungen, oder
- Sponsoring einer Veranstaltung durch Capgemini, die von einer Sport-, Kultur-, Bildungs- oder institutionellen Einrichtung organisiert wird,

Sponsorings, Marketing- und Verkaufsveranstaltungen sind von Spenden zu unterscheiden, die an wohltätige Organisationen geleistet werden können, wie unter Abschnitt 2.2 weiter unten beschrieben.

Genehmigungsregeln für Sponsorings, Marketing- und Sales-Veranstaltungen

Mitarbeiter und sonstige Personen oder Einrichtungen, die im Namen der Capgemini-Gruppe handeln, dürfen solche Veranstaltungen niemals organisieren oder sponsern, es sei denn, (i) die **grundlegenden Prinzipien** (1.1) werden befolgt und (ii) die folgenden **zusätzlichen Bedingungen** sind ebenfalls erfüllt:



- Die Veranstaltung muss sich an der Strategie der Capgemini-Gruppe und den Richtlinien von Marketing & Communications oder Sales, den Sieben Werten und dem Code of Business Ethics von Capgemini orientieren.
- Sachleistungen an von Capgemini zur Veranstaltung eingeladene Dritte – z. B. Kunden, Partner oder Andere, die einen Einfluss auf den Markt haben – müssen den Grundregeln und zusätzlichen Bedingungen für Einladungen (1.2), Geschäftsessen(1.3), Geschenke (1.4) und Reisen und Beherbergung (1.5) entsprechen.
- Die angegebenen Referenzwerte in unserer Richtlinie für Reisen und Auslagen (Group Travel and Expenses Policy) für Einladungen (1.2), Geschäftsessen(1,3), Geschenke (1.4) sowie Reisen und Beherbergung (1.5) gelten jedoch nicht. Die Bewertung von Sachleistungen erfolgt durch Marketing & Communications oder Sales vor Ort, anhand der in diesem Abschnitt beschriebenen Richtlinien.
- Beim Sponsoring einer Veranstaltung Dritter wurde **eine Due-Diligence-Prüfung** des Veranstalters gemäß Abschnitt 5 „Due-Diligence-Prüfung in Bezug auf Dritte“ vorgenommen.

Um sicherzustellen, dass Business-Promotion-Veranstaltungen und nicht-geschäftliche Veranstaltungen ihrem beabsichtigten Geschäftszweck dienen, die Marke der Gruppe zu fördern und zu stärken, und um nicht den Anschein von Unangemessenheit zu schaffen, muss jede solche Veranstaltung von zwei Verantwortlichen schriftlich genehmigt und unterzeichnet werden:

- dem jeweiligen Head of BU/GBL/SBU, je nach Geschäftsbereich, aus dem der Antrag kommt, und
- dem bzw. den Head(s) of Country/SBU/GBL Marketing & Communications.

Die Heads of Country/SBU/GBL Marketing & Communications führen eine aktuelle und konsolidierte Übersicht über alle Sponsoring- und Marketing-Veranstaltungen, die von allen Geschäftseinheiten in ihrem geografischen Gebiet gesponsert oder organisiert werden, und diese Übersicht müssen zu Jahresende an den Group Marketing & Communications Officer gesendet werden.

Darüber hinaus: Veranstaltungen und Sponsorings mit Kosten von

- über 30.000 € in Ländern mit geringem Korruptionsrisiko – [Korruptionswahrnehmungsindex von Transparency International](#) über oder gleich 50 –
- und über 15.000 € in Ländern mit mittlerem und hohem Korruptionsrisiko – [Korruptionswahrnehmungsindex von Transparency International](#) unter 50 –

müssen zur zusätzlichen Validierung durch die lokale Marketing- & Communications-Abteilung an **Group Marketing & Communications** eskaliert werden.

Jede Veranstaltung, die von einem Sales-Team von Capgemini organisiert oder gesponsert wird, ohne dass die lokale Marketing & Communications-Abteilung einbezogen wird, wird als Sales-Veranstaltung betrachtet und bedarf der Genehmigung durch den jeweiligen Head of Sales bzw. des jeweiligen Head of Sales und des Head of BU/GBL/SBU, und nicht der Genehmigung von Marketing & Communications.

Es liegt in der Verantwortung des jeweiligen Antragstellers, die Marketing- und Compliance-Bewertung durchzuführen und sie den zuständigen Heads – wie oben beschrieben – zur Genehmigung vorzulegen.



Im Fall von Zweifeln bei der Durchführung der Compliance-Bewertung müssen Head of Marketing & Communications bzw. Head of Sales den Rat des lokalen Ethics & Compliance Officers einholen. **Wenn Amtsträger eingeladen oder an der Organisation einer Veranstaltung beteiligt sind, müssen die Heads of Marketing & Communications und die Heads of Sales ein Ethics & Compliance Approval einholen.**

Beispiel aus der Praxis

Die Capgemini-Gruppe sponsert die Rugby Sevens in Dubai. Kannst Du einen Kunden oder einen Geschäftspartner zu dieser Veranstaltung einladen und die Kosten für Reise und/oder Beherbergung für ihn oder sie bezahlen?

Sponsorentätigkeiten, ihre Finanzierung und die Sachleistungen für Personen, die von Capgemini eingeladen werden, müssen nach den Regeln für Sponsoring- und Sales-Veranstaltungen (1.6) genehmigt werden. Diese Sponsorentätigkeiten zu nutzen, um bestimmte Personen einzuladen und das Image des Unternehmens zu fördern, ist möglich, aber diese Einladungen müssen:

- die Regeln für Reisen und Beherbergung einhalten (1.5),
- von den Personen autorisiert sein, die die Sponsorentätigkeit genehmigt haben (1.6), und
- die relevanten Richtlinien des Kunden oder Geschäftspartners einhalten.

2. POLITISCHES ENGAGEMENT UND SPENDEN FÜR WOHLTÄTIGE ZWECKE

2.1 Politisches Engagement

Auch wenn die Capgemini-Gruppe sich den jeweiligen Gemeinwesen verpflichtet fühlt, in denen sie vertreten und tätig ist, ist es die erklärte Firmenpolitik der Capgemini-Gruppe, politische Parteien oder Organisationen weder mit Spenden noch mit anderen Zuwendungen zu unterstützen – weder unmittelbar noch mittelbar über Dritte.

Beispiel aus der Praxis

Ein Kunde bittet Capgemini, die Kampagne eines Politikers mit einem Beitrag zu unterstützen. Darfst Du eine solche Spende tätigen?

Nein. Dies wäre gegen die erklärte Firmenpolitik der Capgemini-Gruppe, selbst wenn Du eine solche Organisation persönlich unterstützt.



Beispiel aus der Praxis

Ein Kandidat einer politischen Partei bittet Dich persönlich, ihn finanziell zu unterstützen. Darfst Du eine solche Spende tätigen?

Ja, aber nur, wenn die Spende von Dir persönlich bezahlt wird und nicht mit dem Namen der Capgemini-Gruppe in Verbindung gebracht werden kann.

2.2. Spenden für wohltätige Zwecke

Die Capgemini-Gruppe möchte sich nachhaltig und positiv für die Gemeinwesen einsetzen, in denen sie arbeitet und in denen Mitarbeiter der Capgemini-Gruppe leben und diese unternehmerische Verantwortung („Corporate Social Responsibility“ – „CSR“) in unsere Kerngeschäftsstrategie integrieren. Es ist jedoch wichtig zu erkennen, dass wohltätige Spenden einen Interessenkonflikt verursachen oder als eine Form von Bestechung oder Korruption ausgelegt werden können, die gesetzlich und gemäß der Anti-Korruptions-Richtlinie von Capgemini verboten ist.

Es gibt zwei Hauptquellen für wohltätige Spenden bei Capgemini:

- Von CSR identifizierte Spenden für wohltätige Zwecke zur Förderung unserer CSR-Strategie und
- wohltätige Spenden, die lokal bestimmt werden und gemeinschaftsorientiert sind.

Strategische **CSR-Spenden** gelten als CSR-Ressourcenzuteilung, wenn sie mit der von Capgemini veröffentlichten CSR-Strategie – d. h. digitale Inklusion, ökologische Nachhaltigkeit oder Vielfalt – in Einklang stehen und die geltenden rechtlichen und steuerlichen Anforderungen erfüllen, um als Spenden zu gelten.

Wohltätige Spenden sind **gemeinschaftsorientiert**, wenn sie lokal gespendet werden, die geltenden rechtlichen und steuerlichen Anforderungen erfüllen, um als Spenden qualifiziert zu werden, aber nicht den Kriterien der veröffentlichten CSR-Strategie entsprechen. Beispiele für solche gemeinschaftsorientierten Spenden können der Kauf eines Tisches bei einem Gala-Dinner zugunsten des örtlichen Krankenhauses sein. Es ist wichtig zu beachten, dass diese Arten von wohltätigen Spenden, die häufig durch Kontakte mit Geschäftspartnern oder Kunden initiiert werden, besondere Wachsamkeit erfordern, um zu gewährleisten, dass keine Interessenkonflikte vorliegen.

> **Genehmigungsregeln für Spenden für wohltätige Zwecke**

Mitarbeiter und Personen oder juristische Gesellschaften, die im Namen der Capgemini-Gruppe handeln, dürfen niemals eine wohltätige Spende leisten, es sei denn, die **folgenden Bedingungen** sind erfüllt:

- Der Spendenzweck, also die Verwendung der Spende durch den Spenden-Empfänger, steht nicht im Widerspruch zu den „Sieben grundlegenden Werten“ und unserem Code of Business Ethics.



- Der Spendenempfänger ist eine anerkannte gemeinnützige Organisation und wurde **vor** der Spende einer sorgfältigen Prüfung unterzogen, wie in Abschnitt 5 „Sorgfältige Prüfung in Bezug auf Dritte“ dargelegt.
- Alle potenziellen – oder auch als solche wahrgenommenen – Interessenkonflikte im Zusammenhang mit dieser Spende wurden offengelegt und geklärt.
- Alle anderen ethischen Bedenken, die vorgebracht wurden, wurden geklärt.
- Zahlungen erfolgen niemals in bar oder auf das Privatkonto einer Person.
- Der Spendenempfänger verpflichtet sich, eine schriftliche Quittung für die Spende auszustellen, in welcher der erhaltene Betrag angegeben ist.
- Die Spende wird exakt dokumentiert, und
- alle Unterlagen werden im Hinblick auf mögliche zukünftige Audits aufbewahrt.

Alle wohltätigen Spenden müssen vom lokalen Ethics & Compliance Officer des Landes und von nachstehenden Personen/Funktionen genehmigt werden:

- CSR, um als CSR-Ressourcenzuwendung zu gelten, oder
- dem zuständigen Head of MU/BU/GBL/SBU/GBL/Country GBL für wohltätige Spenden.

Darüber hinaus bedürfen Spenden über dem unten genannten Höchstwert der zusätzlichen Zustimmung des Group Ethics & Compliance Officers und Group Legal Compliance Officers der Capgemini-Gruppe:

- 15.000 € in Ländern mit geringem Korruptionsrisiko – [Korruptionswahrnehmungsindex von Transparency International](#) über oder gleich 50 – oder
- 5.000 € in Ländern mit mittlerem und hohem Korruptionsrisiko – [Korruptionswahrnehmungsindex von Transparency International](#) unter 50.

Lokale Ethics- & Compliance Officer müssen eine aktuelle, konsolidierte Übersicht über alle gemeinnützigen Spenden führen, die für alle Gesellschaften in ihrem geografischen Zuständigkeitsbereich genehmigt wurden. Diese Übersicht kann jederzeit geprüft werden.

Beispiel aus der Praxis

Du wirst an Deinem Arbeitsplatz gebeten, für eine Wohltätigkeitsorganisation zu spenden. Wie solltest Du reagieren?

Du kannst in Deinem eigenen Namen für eine Wohltätigkeitsorganisation spenden, wenn Du das möchtest. Wenn Du jedoch im Namen des Unternehmens der Capgemini-Gruppe, in dem Du arbeitest, spenden möchtest, wende Dich an den für die Zustimmung zuständigen Business Approver und an Deinen lokalen Ethics- & Compliance Officer, wie oben beschrieben.



Beispiel aus der Praxis

Ein Kunde bittet Capgemini, eine gemeinnützige Stiftung, für die er im Vorstand tätig ist, finanziell zu unterstützen. Wie solltest Du reagieren?

Diese Bitte muss sorgfältig geprüft werden, um sicherzustellen, dass kein Interessenkonflikt besteht. Eine wohltätige Spende darf niemals eine Bedingung für den Abschluss oder die Verlängerung eines geschäftlichen Vertrags sein und darf nicht genehmigt oder gewährt werden, solange ein Ausschreibungsverfahren läuft, wenn es als Bitte um oder Gewährung eines „unangemessenen Vorteils“ ausgelegt werden könnte. Um die Interessen von Kunden und jene von Capgemini zu schützen, stelle bitte sicher, dass keine Verpflichtungen diesbezüglich eingegangen werden, bevor die Spende durch den zuständigen Ethics & Compliance Officer genehmigt wird.

3. INTERESSENKONFLIKTE

Ein Interessenkonflikt entsteht, wenn unsere persönlichen Interessen – seien es finanzielle oder sonstige Interessen, unsere eigenen Interessen oder die unserer Verwandten – die objektive Ausübung unserer beruflichen Pflichten tatsächlich beeinflussen, potenziell beeinflussen oder als beeinflussend wahrgenommen werden können. Vereinfacht gesagt, besteht ein Interessenkonflikt dann, wenn jemand seine offizielle Position zu seinem oder ihrem privaten Nutzen missbrauchen könnte. Interessenkonflikte können zu Korruptionshandlungen führen, bei denen eine Person ihre Position tatsächlich zu ihrem Vorteil missbraucht.

Es ist nichts falsch daran, mit einem Interessenkonflikt konfrontiert zu werden – jeder von uns hat ein Leben außerhalb von Capgemini. Es kommt darauf an, sich des Vorhandenseins tatsächlicher, potenzieller oder wahrgenommener Interessenkonflikte bewusst zu sein und solche Konflikte ordnungsgemäß offenzulegen.

Einige häufige Situationen können tatsächliche, potenzielle oder wahrgenommene Interessenkonflikte darstellen:

- Wenn eine enge Beziehung mit einem Geschäftspartner unsere Loyalität gegenüber der Capgemini-Gruppe oder unsere Fähigkeit, im Interesse der Gruppe professionelle Entscheidungen zu treffen, beeinflussen kann oder den Eindruck erwecken kann, unsere Loyalität zu beeinflussen.
- Wenn die Nutzung des Eigentums eines Capgemini-Unternehmens oder die im Rahmen unserer beruflichen Tätigkeit erlangten Informationen uns oder einem Verwandten einen Vorteil bringen können.

Mitarbeiter müssen ihrem Vorgesetzten jede Situation, die einen tatsächlichen, potenziellen oder wahrgenommenen Interessenkonflikt darstellt, unverzüglich offenlegen, und Führungskräfte müssen diese Offenlegung nach dem in der Gruppenrichtlinie für Interessenkonflikte beschriebenen Verfahren behandeln. Bei Fragen oder Unsicherheiten bezüglich des richtigen Umgangs mit einem potenziellen Konflikt wende Dich bitte an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer.

Mitarbeiter müssen Entscheidungen im Interesse der Gruppe treffen, unabhängig von ihren persönlichen Interessen.

Um festzustellen, ob eine Situation zu einem Interessenkonflikt führen könnte, stell Dir bitte die



folgenden Fragen:

- Wie könnte diese Situation für jemanden außerhalb von Capgemini aussehen? Wäre es Dir unangenehm, wenn einer Deiner Kollegen davon wüsste? Was würdest Du tun, wenn Du erfahren würdest, dass sich jemand in Deinem Team in dieser Situation befindet?
- Würde Dir oder einem Verwandten von Dir durch Deine enge Beziehung zu einem Dritten ein Vorteil entstehen?
- Ist es wahrscheinlich, dass die Situation Einfluss auf eine Entscheidung hat, die Du bei Capgemini treffen könntest?
- Fühlst Du Dich aufgrund der engen Beziehung, die Du mit einem Dritten hast, verpflichtet?
- Scheint die enge Beziehung, die Du mit einem Dritten hast, Dein Urteilsvermögen zu gefährden, eine Entscheidung im Interesse von Capgemini zu treffen?

Wenn die Antwort auf eine der oben genannten Fragen „ja“ oder „vielleicht“ ist, bist Du in einen tatsächlichen, potenziellen oder als solchen wahrgenommenen Interessenkonflikt verwickelt. Du musst Deinen Vorgesetzten informieren.

Beispiel aus der Praxis

Die Verantwortlichkeiten eines Verwandten erfordern, dass er mit Capgemini Geschäfte im gleichen Arbeitsbereich führt, in dem Du Einfluss auf Geschäftsentscheidungen hast, z. B.:

- **Ein Verwandter arbeitet für einen Lieferanten von Capgemini, der kürzlich ein Angebot an Capgemini unterbreitet hat, und Dein Vorgesetzter möchte, dass Du dem Team beitredest, das alle Angebote bewertet, so auch jenes, das von Deinem Verwandten eingereicht wurde.**
- **Ein Verwandter arbeitet für einen Kunden von Capgemini, und Dein Vorgesetzter möchte, dass Du dem Bid-Team beitredest, um den Kunden davon zu überzeugen, mit uns Geschäfte zu machen.**

Du musst diese Situationen Deinem Vorgesetzten melden, sobald Du davon Kenntnis erlangst. Er oder sie wird die notwendigen Schritte unternehmen, um festzustellen, ob weitere Maßnahmen erforderlich sind. Grundsätzlich ist es nicht in Ordnung, Einfluss oder Entscheidungsmacht in Bezug auf einen Verwandten zu haben. Solltest Du eine Klärung benötigen, wende Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer.

4. LOBBYING

Lobbying oder Lobbyarbeit bezeichnet den Versuch, die Gesetzgebung, regulatorische Vorschriften oder Regierungsentscheidungen zu beeinflussen. In vielen Ländern wie Frankreich ist Lobbying gesetzlich definiert, unterliegt strengen ethischen Regeln und muss in einem öffentlichen Register deklariert werden, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind.

Lobbying ist **verboten**, es sei denn, es wird ausdrücklich vom Group CEO genehmigt. Jede außergewöhnliche Lobbytätigkeit, die im Namen der Gruppe durchgeführt wird, muss im Einklang mit



den geltenden Rechtsvorschriften transparent sein.

5. DUE-DILIGENCE-PRÜFUNG IN BEZUG AUF DRITTE

Dritte können aus Sicht der Korruptionsbekämpfung ein Risiko darstellen. Beispiele:

- Ein Kunde könnte Bestechungsgelder einfordern.
- Subunternehmer, Lieferanten und Händler könnten einen Teil ihrer Vergütung verwenden, um im Namen von Capgemini Bestechungsgelder zu zahlen – auch ohne uns darüber zu informieren.
- Ein Drittunternehmen kann eine Person beschäftigen oder mit dieser in Verbindung stehen, die von Capgemini möglicherweise beeinflusst werden kann, was zu einem Interessenkonflikt führt, der identifiziert und gemanagt werden muss.

Die Mitarbeiter von Unternehmen der Capgemini-Gruppe, die damit betraut sind, Aufträge an Lieferanten (wie externe Berater, Subunternehmen und andere Lieferanten von Waren oder Dienstleistungen) zu vergeben, sollten sicherstellen, dass die infrage kommenden Lieferanten sowohl über die erforderlichen Qualifikationen, als auch über eine solide Reputation in der Branche verfügen.

Unsere Auswahlverfahren sollten umso strenger sein, je höher die potenziellen Risiken für die Unternehmen der Capgemini-Gruppe sind. Diese Richtlinien gehen davon aus, dass die potenzielle Bedrohung durch Korruption quer durch die verschiedenen Gesetzgebungen, Branchen und Kategorien von Lieferanten unterschiedlich hoch ist und auch vom Umfang und der Komplexität der Aufträge abhängt. Bei einer Abwägung der notwendigen Sorgfaltspflicht sind naturgemäß all diese Faktoren mit in Betracht zu ziehen. Eine sorgfältige Prüfung, die durchgeführt wird, ist darauf ausgerichtet, diesen Faktoren Rechnung zu tragen.

Alle Dritten müssen in Übereinstimmung mit unserer Richtlinie für die sorgfältige Prüfung von Dritten zur Vermeidung von Korruption und Handelssanktionen (Group Third-Party Anti-Corruption and Trade Sanctions Due Diligence Policy) geprüft werden.

Beispiel aus der Praxis

Du möchtest Y als Lieferanten gewinnen. Was musst Du tun?

Du musst eine Due-Diligence-Prüfung in Bezug auf den Lieferanten nach Maßgabe des jeweiligen Verfahrens durchführen.

Du möchtest Dich an einer Ausschreibung von W in Malaysia beteiligen. Was musst Du tun?

Du musst eine Due-Diligence-Prüfung in Bezug auf den Kunden nach Maßgabe des jeweiligen Verfahrens durchführen.



Beispiel aus der Praxis

Du arbeitest im Sales-Team und suchst nach Möglichkeiten, in einem bestimmten Sektor neues Geschäft zu machen. Du wirst von Herrn Y, einem bekannten Geschäftsmann in diesem Bereich, angesprochen, der erklärt, dass er Dir gegen eine „Findergebühr“ (in Form eines Prozentsatzes der neuen Umsätze) helfen kann, neue Kunden zu gewinnen. Wie kannst Du hier vorgehen?

Zusätzlich zur Einhaltung der Regeln unseres Blue Book für Sales Consultants und Sales Agents müssen alle Dritten gemäß unserer Group Third-Party Anti-Corruption and Trade Sanctions Due Diligence Policy überprüft werden. Du wirst darin lesen, dass Sales Agents (Vertriebsmitarbeiter) verboten sind, es sei denn, sie werden ausnahmsweise vom Group Review Board genehmigt, während Sales Consultants (Verkaufsberater) – auf fester Honorarbasis – als hohes Risiko betrachtet werden und im Rahmen einer sorgfältigen Prüfung bewertet werden müssen. Unsere Third-Party Anti-Corruption and Trade Sanctions Due Diligence Policy enthält auch Richtlinien zur Überwachung von Sales-Mitarbeitern und Beratern und deren Berichtspflichten.

Beispiel aus der Praxis

Ein potenzieller Kunde teilt Dir mit, dass Du bei einer Ausschreibung den Zuschlag erhalten hast, vorausgesetzt, Du setzt ein bestimmtes Unternehmen oder eine Person (X) als Subunternehmen für das Projekt ein. Was solltest Du tun?

Auch wenn es legitime geschäftliche Gründe für einen Kunden geben kann, einen bestimmten Subunternehmer zu fordern, sollte eine solche Bedingung dennoch als rote Flagge betrachtet werden. Das legitime geschäftliche Interesse an einer solchen Bedingung und das Fehlen eines Interessenkonflikts müssen festgestellt und dokumentiert werden. Wenn die Begründung nicht klar ist oder Du Zweifel hast, musst Du Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer wenden. Weitere Orientierungshilfen findest Du in unserer Third-Party Anti-Corruption and Trade Sanctions Due Diligence Policy.

Beispiel aus der Praxis

Eine Führungskraft möchte eine Spende an eine hoch angesehene Stiftung leisten. Muss eine Due-Diligence- Prüfung durchgeführt werden?

Ja. Zusätzlich zur Einhaltung unserer Anti-Korruptions-Richtlinie – siehe Abschnitt 2.2 zu wohltätigen Spenden – müssen alle Dritten gemäß unserer Group Third-Party Anti-Corruption and Trade Sanctions Due Diligence Policy überprüft werden. Du wirst darin lesen, dass wohltätige Spenden als hohes Risiko gelten und in der Tat durch eine sorgfältige Prüfung bewertet werden müssen. Du wirst darin auch entsprechende Regeln für das Monitoring Dritter und zur regelmäßigen Wiederholung der Due-Diligence-Prüfung finden.



6. JOINT-VENTURES, KONSORTIEN UND FUSIONEN & ÜBERNAHMEN

Joint Ventures, Konsortien und Fusionen & Übernahmen sind strategische Verbindungen, denen beim Thema Korruption ein hohes Haftungsrisiko innewohnt. Wenn Korruptionsvergehen bei einem Unternehmen festgestellt werden, mit dem ein Unternehmen der Capgemini-Gruppe durch ein Joint Venture verbunden ist, gemeinsam Teil eines Firmenkonsortiums ist oder mit diesem Unternehmen fusioniert bzw. es übernommen hat, kann Capgemini auch haftbar gemacht werden.

Daher ist es wichtig, eine ausreichende Anti-Korruptions-Due-Diligence-Prüfung auch bei Partnern und Zielunternehmen durchzuführen, wenn geplant ist, mit einem Unternehmen eine der genannten Verbindungen einzugehen (oder, wenn es die Umstände erfordern, dies sofort nach dem Eingehen der Verbindung nachzuholen).

Bitte beachte unsere Mergers & Acquisition due diligence procedures sowie die Capgemini-Richtlinien für Konsortien.

7. SpeakUp – VERSTÖßE UND BEDENKEN MELDEN

Jeder Mitarbeiter, der in gutem Glauben von jedweder Form von Korruption Kenntnis erlangt, wird ermutigt, dies über die [SpeakUp Helpline](#) zu melden.

SpeakUp ist eine vertrauliche Web- und Telefon-basierte Helpline für ethische Belange, die Capgemini seinen Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und Geschäftspartnern sowie jenen seiner verbundenen Unternehmen zur Verfügung stellt.

Der Zweck von SpeakUp ist es, Bedenken zu melden oder um Rat und Anweisung bei Betrug, Belästigung am Arbeitsplatz, Korruptionsvergehen, Interessenkonflikten, unlauterem Wettbewerb und anderen Formen ethischen Fehlverhaltens zu bitten, die nicht unseren Sieben Werten oder dem Code of Business Ethics von Capgemini entsprechen.

In bestimmten Ländern kann die SpeakUp-Helpline nur zur Meldung mutmaßlicher Verstöße bei einer begrenzten Anzahl von Angelegenheiten verwendet werden. Um den genauen Umfang der Angelegenheiten zu kennen, die in Deinem Land gemeldet werden können, lies bitte die SpeakUp-Richtlinie oder wende Dich an Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer.

Die Nutzung der SpeakUp-Helpline ist völlig freiwillig. Zur Erinnerung: Der übliche Weg für die Meldung eines möglichen Verstoßes besteht darin, diesen direkt an Deinen Vorgesetzten, [Deinen lokalen Ethics & Compliance Officer](#) oder an einen Mitarbeiter der Personalabteilung zu melden.

Wenn Du glaubst, dass Du nicht in der Lage bist, den üblichen Weg für die Meldung eines möglichen Verstoßes zu gehen, solltest Du die SpeakUp Helpline nutzen, um Deine Bedenken zu melden. Du kannst die [SpeakUp Helpline](#) auch dazu nutzen, um eine Frage zu stellen. Die Gruppe verbietet jede Vergeltung gegen einen Mitarbeiter, der in gutem Glauben einen Verstoß gegen Regeln oder Gesetze meldet, auch wenn sich die Meldung später als unbegründet erweist. In gutem Glauben zu handeln bedeutet, ohne böswillige Absicht oder Unaufrichtigkeit zu handeln. Die wissentliche Meldung falscher Informationen wird hingegen nicht toleriert.

Zu Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als ein Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von mehr als 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist davon überzeugt, dass der Geschäftswert von Technologie von und durch Menschen erzielt wird. Das multikulturelle Unternehmen beschäftigt in fast 50 Ländern rund 270.000 Mitarbeiter. Einschließlich Altran beläuft sich der Umsatz für das Jahr 2019 auf 17 Milliarden Euro.

Erfahre mehr über uns unter www.capgemini.com



People matter, results count.