



Inhalt

Wirtschaftsrecht	2
Neue Preisangabenverordnung	2
Achtung: Neues Widerrufsrecht	3
Gesellschaftsrecht	4
BGH zu Sonderzeichen	4
Onlinerecht und Gewerblicher Rechtsschutz	5
Deutscher Werberat zieht Bilanz.....	5
Kennzeichnung durch Influencer.....	6
Aktuelle Gesetzesvorhaben	7
Ressortabstimmung zum Referentenentwurf des BMJ zum Whistleblower-Schutz... 7	
Referentenentwurf zur Ausweitung von Online-Beglaubigungen und -Gründung.....	8
Sonst noch was...?	8
Home-Office: Konsultationsvereinbarungen wegen der Corona-Pandemie.....	8
Arbeitsrecht: Urlaubsgewährung bei angeordneter Quarantäne	9
Datenschutz: Kein Schadensersatz ohne Nachweis eines Schadens	9
Veranstaltungen	10
„Early Bird-Reihe zum Arbeitsrecht“	10
„Der Subunternehmervertrag und seine Gestaltung“	10

Neue Preisangabenverordnung

Die neue Preisangabenverordnung (PAnGV) tritt am 28. Mai 2022 in Kraft. Hier ein Überblick über die wichtigsten Änderungen:

Angabe des Grundpreises

Die Pflicht zur Angabe des Grundpreises wird in § 4 PAnGV geregelt. Bisher verlangte die PAnGV, dass der Grundpreis in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis anzugeben ist. Mit dieser Formulierung ging der deutsche Gesetzgeber über die Vorgaben der EU-Richtlinie hinaus.

Der Grundpreis muss künftig „*unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar*“ sein. Das bedeutet, er muss nicht mehr zwingend in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis aufgeführt werden. Gesamtpreis und Grundpreis müssen aber auch weiterhin auf einem Blick wahrnehmbar sein.

Mengeneinheiten für den Grundpreis

Zum Zwecke einer besseren Preistransparenz sind einheitlich „*1 Kilogramm bzw. 1 Liter*“ als Mengeneinheit für die Angabe von Grundpreisen zu verwenden. Die bisherige Möglichkeit einer Abweichung bei Waren, deren Nenngewicht oder Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder 250 Milliliter nicht übersteigen, wurde ersatzlos gestrichen.

Regelung zu Pfandbeträgen

Nach der bisherigen Regelung in § 1 Abs. 4 PAnGV ist das Pfand nicht in den Gesamtpreis mit einzubeziehen. Einige Gerichte sahen dies als Verstoß gegen EU-Recht und wendeten die Vorschrift nicht mehr an. Mit der Novellierung der PAnGV wird klar: Der Gesetzgeber hält an der Vorgabe fest, den Pfand nicht in den Gesamtpreis miteinzubeziehen. § 7 PAnGV enthält unter der Überschrift „*Rückerstattbare Sicherheit*“ hierzu nun eine klare Regelung.

Neue Regelungen bei Preissenkungen

Verbraucher sollen Preisermäßigungen für Waren künftig besser einschätzen können. Verhindert werden soll, dass bei der Bekanntgabe von Preisermäßigungen auf vorherige Preise Bezug genommen wird, ohne dass diese vorher so verlangt wurden. Die Bekanntgabe kann sowohl durch eine Gegenüberstellung des alten höheren und des neuen niedrigeren Gesamtpreises oder durch Angabe eines prozentualen Abzugs vom bisherigen Preis (z.B. 30% auf alle Schuhe) erfolgen.

Bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung ist der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum verlangt hat. Der vorherige Preis ist der niedrigste Preis, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung angewendet hat.

Erleichterungen beim Verkauf leicht verderblicher Lebensmittel

Beim Verkauf leicht verderblicher Lebensmittel entfällt zukünftig die Angabe eines neuen Gesamtpreises oder Grundpreises, wenn der geforderte Gesamtpreis wegen einer „*drohenden Gefahr des Verderbs*“ oder eines „*drohenden Ablaufs der Haltbarkeit*“ herabgesetzt wird und dies „*für die Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird*“. Bisher entfiel nur die Pflicht zur Angabe des Grundpreises, wenn die Gefahr eines Verderbs drohte.

Fazit: Die systematische Überarbeitung der Preisangabenverordnung führt zwar zu einer deutlichen Umstrukturierung. Damit verknüpft sind aber nur wenige inhaltliche Änderungen.

Achtung: Neues Widerrufsrecht

Ab dem 28. Mai 2022 müssen Onlinehändler eine neue Widerrufsbelehrung und ein neues Widerrufsformular verwenden. Doch was ändert sich? Hier ein Überblick:

Änderungen beim Warenverkauf

Die Widerrufsbelehrung wird inhaltlich geändert. Bislang fand sich dort der Gestaltungshinweis: Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse ein.“

Ab dem 28. Mai 2022 heißt es: "Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift, Ihre Telefonnummer und Ihre E-Mail-Adresse ein." So wird klargestellt, dass auf jeden Fall eine Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse anzugeben sind. Die Angabe der Faxnummer ist dagegen nicht mehr verpflichtend.

Änderungen beim Widerrufsrecht für Dienstleistungen und bei digitalen Inhalten

Bei digitalen Inhalten besteht grundsätzlich die Gefahr, dass der Verbraucher den Vertrag widerruft, obwohl er den digitalen Inhalt bereits nutzen und gegebenenfalls sogar vervielfältigen konnte. Der Gesetzgeber hat hier reagiert und bereits nach bisheriger Rechtslage bestimmt, wann das Widerrufsrecht erlischt. Mit der Neuregelung wird ab dem 28. Mai 2022 zwischen Verträgen unterschieden, bei denen ein Kaufpreis gezahlt wird oder nicht.

Das Widerrufsrecht erlischt dann bei einem Vertrag

- der den Verbraucher nicht zur Zahlung eines Preises verpflichtet, wenn der Unternehmer mit der Vertragserfüllung begonnen hat oder
- der den Verbraucher zur Zahlung eines Preises verpflichtet, wenn der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, der Verbraucher seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass durch seine Zustimmung zu vorstehendem Punkt mit Beginn der Vertragserfüllung sein Widerrufsrecht erlischt und der Unternehmer dem Verbraucher eine Bestätigung nach § 312f BGB zur Verfügung gestellt hat.

Die Einholung der Zustimmung sowie die Bestätigung der Kenntnis über das Erlöschen können jeweils durch eine Checkbox auf der finalen Bestellseite erfolgen.

Die Erlöschensgründe für das Widerrufsrecht für Dienstleistungsverträge im Fernabsatz wird aus Gründen der Übersichtlichkeit ebenfalls neu gefasst. Auch hier wird zwischen Dienstleistungen unterschieden, bei denen der Verbraucher einen Kaufpreis bezahlt oder nicht.

Gesellschaftsrecht

BGH zu Sonderzeichen

Der BGH hat sich zur Kennzeichnungsfähigkeit von Sonderzeichen „//“ geäußert. Er stellt klar, dass es zur Erfüllung der Namensfunktion ausreicht, dass das Sonderzeichen im allgemeinen Sprachgebrauch als Wortersatz verwendet wird.

So ist die Verwendung der Sonderzeichen "&" und "+" in einem Firmennamen möglich. Denn diese Sonderzeichen werden im kaufmännischen Verkehr als "und" bzw. "plus" gesprochen. Ebenso bestätigt er die firmenrechtliche Zulässigkeit des als "at" ausgesprochenen Sonderzeichens "@" aufgrund der zunehmenden Digitalisierung des Rechts- und Wirtschaftsverkehrs, „sofern es nach seiner Stellung im Schriftbild der Firma nicht als bloßer Ersatz und besondere Schreibweise des Buchstabens "a" verwendet wird“.

Dagegen sind die vorangestellte Sonderzeichen "/" aus Sicht des BGH „zunächst nicht als Satzzeichen bloß zusätzlicher Bestandteil einer artikulierbaren Buchstabenfolge (wie z.B. ",", ".", "!", "?") zu sehen. Denn anders als Satzzeichen, die nicht mit ausgesprochen werden, sind die vor dem Firmennamen „//CRASH Service Gesellschaft mbH & Co. KG“ stehenden Sonderzeichen im zugrunde liegenden Fall, „gerade auf Artikulation angelegt ("slash slash crash ...")“ und sollen „Sprachwitz und damit das Charakteristische der Firma“ darstellen. Damit soll aus Sicht des BGH die Lautfolge „infolge ihrer Rhythmisierung Merkmale eines Verses“ aufweisen und reimen, wenn sie englisch ausgesprochen werden.

Weder im allgemeinen Sprachgebrauch noch im kaufmännischen Verkehr werden die Sonderzeichen "/" noch nicht als Wortersatz verwendet. Zwar dürften die Sonderzeichen „//“ „dem Rechts- und Wirtschaftsleben in erster Linie aus der digitalen Datenträger- und Internet-Navigation geläufig sein, ohne dass sie freilich eine dem @-Zeichen vergleichbare Sprachbedeutung erlangt haben. Ihre Aussprache ist zumindest außerhalb dieser Verkehrskreise objektiv mehrdeutig und kontextgeprägt. So ergibt sich die englische Aussprache, der in der digitalen Welt durchaus die Rolle einer Verkehrssprache zukommen mag, hier erst aus dem englischen Wort "crash", das den Sonderzeichen unmittelbar nachgesetzt ist. Die Sonderzeichen sind mehrdeutig, da sie auch als "double slash", "Schrägstrich, Schrägstrich" oder auch "Doppelschrägstrich" ausgesprochen werden können.

BGH, Beschluss vom 25. Januar 2022, II ZB 15/21

Praxistipp: Gerne leisten wir Ihnen Hilfestellung bei der Suche nach einem firmenrechtlich zulässigen Namen. Ansprechpartner ist Herr Georg Karl, georg.karl@saarland.ihk.de, Tel.: 0681 – 9520 610. Weitere Informationen finden Sie auch in unserem Infoblatt „[Firma und Gegenstand - Eintragung im HR](#)“.

Deutscher Werberat zieht Bilanz

Der Deutsche Werberat hat für das Jahr 2021 Bilanz gezogen. Sein Fazit: Werbung und ihre Selbstkontrolle auch im zweiten Corona-Jahr relevant – Online-Werbung am häufigsten in der Kritik.

1.444 Personen, Institutionen oder Kampagnenorganisationen wandten sich 2021 an den Deutschen Werberat, rund 8 Prozent mehr als 2020. Dies spiegelt nach Ansicht des Werberats die höhere Medien- und damit auch Werbenutzung im zweiten Corona-Jahr wider. Den Bürgern ist es weiterhin wichtig, die Institution Werberat zu kontaktieren, wenn Werbung als unangemessen empfunden wird.

Die Selbstregulierungseinrichtung der Werbewirtschaft entschied im Vorjahr über 523 Fälle und damit 5 Prozent mehr als 2020. In den eingeleiteten Verfahren folgten rund 90 Prozent aller Unternehmen dem Votum des Gremiums und stoppten oder änderten ihre Werbung, sobald der Werberat diese beanstandet hatte. Lediglich in 14 Fällen waren die Unternehmen nicht einsichtig, so dass der Werberat Öffentliche Rügen aussprechen musste. Diese verhängte der Werberat 2021 ausschließlich zu sexistischer Werbung und an kleine oder mittlere Unternehmen, deren Kommunikation nicht von professioneller Seite begleitet wurde.

Wie bereits in den Vorjahren war „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ mit insgesamt 266 Fällen auch 2021 der Hauptbeschwerdegrund und betraf die Hälfte aller Fälle (523). An zweiter Stelle und mit deutlichem Abstand folgten Fälle zu „Ethischen und moralischen Mindestanforderungen“ (52). In diese Rubrik fällt ein breites Spektrum an Beschwerdegründen und wird vom Werberat anhand seiner „Grundregeln zur kommerziellen Kommunikation“ beurteilt.

Die „Diskriminierung von Personengruppen“ ging im Vergleich zum Vorjahr zurück. 2020 hatte sich die Debatte um die Black Lives Matter-Bewegung in der erhöhten Anzahl von Beschwerden beim Werberat widerspiegelt und war mit einer höheren Aufmerksamkeit und Sensibilisierung für Werbesujets, die verschiedene Ethnien abbildeten, einhergegangen. 2021 verringerte sich die Fallzahl auf 46 Fälle zu 66 in 2020.

An vierter Stelle und damit ungewöhnlich weit oben in der Statistik standen Beschwerden zum Werberats-Lebensmittelkodex. Diese Kategorie wurde von zwei Massenbeschwerden einer Kampagnenorganisation zahlenmäßig in die Höhe getrieben: 33 Beschwerden im Jahr 2021 zu einer in 2020. Die vorgebrachten Beschwerden der Organisation wurden allerdings als unbegründet zurückgewiesen (30 von 31 Fälle). In einem Fall wurde die Werbung geändert, nachdem das Unternehmen vom Werberat zur Stellungnahme aufgefordert worden war.

Die höchste Beschwerdezahl bei den Werbemitteln verzeichnet der Werberat seit einigen Jahren bei der Online-Werbung. Dies dürfte auch damit zusammenhängen, dass durch die Nutzung von Smartphones eine Beschwerde über digitale Werbung sofort an den Werberat weitergeleitet werden kann. Über 156 Fälle der Online-Werbung - darunter fallen Soziale Netzwerke/Plattformen, unternehmenseigene Internetseiten, Video-Werbung, Display-Werbung und Mobile- bzw. App-Werbung - entschied der Werberat 2021. Mit 103 Fällen folgte TV-Werbung vor der Plakatwerbung mit 82.

Der Deutsche Werberat nutzt erfolgreich den auf www.werberat.de abrufbaren [Leitfaden zum Werbekodex](#), um über das Thema verantwortungsvolle Werbung zu informieren und die Verhaltensregeln der Branche anhand von fiktiven Werbemotiven zu erläutern..

Die Grafiken zur Bilanz finden Sie [hier](#).

Quelle: PM des Deutschen Werberats vom 29. März 2022

Kennzeichnung durch Influencer

Immer wieder beschäftigen sich Gerichte mit der Kennzeichnung von Posts von Influencern. Klar ist, dass eine Produktpräsentation zu kennzeichnen ist, wenn der Influencer eine Gegenleistung dafür erhält. Dass auch die kostenlose Bereitstellung von Produkten eine hinreichende Gegenleistung und damit kennzeichnungspflichtige Werbung ist, entschied kürzlich der BGH.

Die Beklagte ist Bloggerin, die ein Konto auf den Social-Media-Plattformen Instagram und YouTube mit jeweils einer hohen sechsstelligen Anzahl von Abonnenten und Seitenaufrufen betreibt. Sie erzielt jährlich sechsstelligen Umsätze. Im Juli 2018 veröffentlichte sie Fotos von sich, die Modeartikel und -accessoires zeigten und mit sog. Tags versehen waren, aus denen der Name der Hersteller von Bekleidung oder der Erbringer von Dienstleistungen wie Fotoshootings oder Körperstyling hervorging. Beim Anklicken der Tags wurde der Nutzer auf die jeweiligen Profiseiten dieser Unternehmen geführt. In einem Post hatte die Beklagte u.a. auf Ohringe verlinkt, ohne dies entsprechend zu kennzeichnen.

Der BGH bejahte in der Revision einen Unterlassungsanspruch. Der Post der Beklagten stellt eine geschäftliche Handlung dar. Durch den Post förderte die Beklagte ihr eigenes Unternehmen, insbesondere da sie auf künftige Kooperationen mit dem beworbenen Unternehmen hoffte und hierdurch die Bekanntheit und den Werbewert des Influencers gesteigert wird. Durch die Verlinkung auf das Unternehmen sind auch dessen Interessen gefördert worden.

Für das Gericht war entscheidend, dass die Beklagte die gezeigten Ohringe nicht aus eigenen Mitteln erworben hatte. Vielmehr hat ihr das Unternehmen die Ohringe ohne Gegenleistung zur Verfügung gestellt.

Da sich nicht aus den Umständen ergibt, dass der Post kommerziellen Zwecken dient, war die Werbung entsprechend zu kennzeichnen. Andernfalls wird der Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Das allgemeine Wissen darüber, dass Influencer auf Instagram häufig durch Werbekooperationen finanziert werden, steht einer Kennzeichnungspflicht nicht entgegen.

Irrelevant ist auch, dass bislang keine Vereinbarung zwischen der Influencerin und dem Unternehmen bestand. Auch Zuwendungen, die in der bloßen Erwartung, der Empfänger werde sich durch Werbung erkenntlich zeigen, lösen grundsätzlich eine Kennzeichnungspflicht aus. Ebenso wenig gibt es eine Geringfügigkeitsschwelle, wie dies etwa bei Schleichwerbung der Fall ist.

BGH, Urteil vom 13. Januar 2022, I ZR 35/21

Praxistipp: Zum 28. Mai 2022 wird das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) neu geregelt. Speziell für Influencer wird dann ausdrücklich geregelt, dass Werbung zu kennzeichnen ist, wenn der kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Aktuelle Gesetzesvorhaben

Ressortabstimmung zum Referentenentwurf des BMJ zum Whistleblower-Schutz

Das Bundesministerium der Justiz (BMJ) hat am 5. April 2022 einen Referentenentwurf zur Umsetzung der EU-Whistleblower-Richtlinie in die Ressortabstimmung gegeben.

Der Entwurf sieht den Schutz von allen Personen vor, die in ihrem beruflichen Umfeld Informationen über Verstöße erlangt haben und diese Missstände in Unternehmen und Behörden aufdecken. Über die EU-Whistleblower-Richtlinie geht er insoweit hinaus, als er nicht nur Schutz beim Aufdecken von Verstößen gegen europäisches Recht erfasst, sondern auch beim Melden von Verstößen gegen deutsches Straf- und Ordnungswidrigkeitenrecht angewendet werden soll - bei letzterem mit der Einschränkung, dass die verletzte Vorschrift dem Schutz von Leben, Leib oder Gesundheit oder dem Schutz der Rechte von Beschäftigten oder ihrer Vertretungsorgane dienen muss. Wer einen Verstoß meldet, soll vor Kündigung, Disziplinarmaßnahmen oder anderen Repressalien geschützt werden. Zugunsten des Hinweisgebers soll in einem etwaigen Prozess gegen solche Repressalien eine Beweislastumkehr gelten: Erfolgen die Repressalien in zeitlichem Zusammenhang mit der Meldung, wird vermutet, dass sie aufgrund der Meldung erfolgten. Schadenersatzansprüche sind sowohl für den Fall von Repressalien seitens des Arbeitgebers als auch bei Falschmeldungen seitens des Hinweisgebers vorgesehen.

Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern werden dazu verpflichtet, ein internes Hinweisgebersystem einzurichten. Unternehmen mit mindestens 249 Beschäftigten müssen dies erst bis zum 17.12.2023 einrichten. Alternativ können externe Rechtsanwälte für das interne Meldesystem beauftragt werden, wobei die Verantwortung beim Unternehmen bleibt. Wie weit die Zusammenarbeitsmöglichkeiten für Konzerne reichen, ist nicht ganz eindeutig.

Der Hinweisgeber soll sich auch unmittelbar an eine externe Meldestelle wenden können, die beim Bundesamt für Justiz eingerichtet wird. Der direkte Weg an die Öffentlichkeit soll hingegen nur bei unmittelbar drohender Gefahr möglich sein.

Voraussichtlich im Juni soll sich das Bundeskabinett mit dem Gesetzentwurf befassen. Er geht dann in den Bundestag und bedarf zudem der Zustimmung des Bundesrates. Eine Verkündung des Gesetzes könnte noch in diesem Jahr erfolgen.

Den Referentenentwurf finden Sie [hier](#).

Referentenentwurf zur Ausweitung von Online-Beglaubigungen und -Gründung

Das Bundesjustizministerium hat kurzfristig einen Referentenentwurf vorgelegt, der bereits zum 1. August 2022 die Möglichkeit von Beglaubigungen in Form der Videokommunikation auf Registeranmeldungen von fast allen Rechtsträgern ausdehnen sowie zum 1. August 2023 u. a. die Option der Sachgründung einer GmbH im sog. Online-Verfahren eröffnen soll.

Vorgesehen ist, dass:

- Handelsregisteranmeldungen durch sämtliche Rechtsträger (juristische Personen, rechtsfähige Personengesellschaften) online beglaubigt werden können
- Anmeldungen zum Partnerschafts-, Genossenschafts- und Vereinsregister online beglaubigt werden können, wobei die Option der Online-Vereinsregisteranmeldung erst zum 1. August 2023 vorgesehen ist
- die Sachgründung einer GmbH durch Online-Beurkundung ab 1. August 2023 ermöglicht werden soll, soweit keine Gegenstände eingebracht werden, deren Übertragung besonderen Formvorschriften unterliegen
- die Beurkundung einer Gründungsvollmacht in Form der Videokommunikation zugelassen werden soll
- Gesellschafterbeschlüsse zur Änderung des Gesellschaftsvertrages (soweit alle Gesellschafter zustimmen) einschließlich Kapitalmaßnahmen in den Anwendungsbereich des optionalen Online-Verfahrens ab 1. August 2023 einbezogen werden sollen (vgl. §§ 53, 55 GmbHG-E in Artikel 6),
- Versammlungen der GmbH fernmündlich oder per Videokommunikation abgehalten werden können, wenn alle Gesellschafter sich in Textform damit einverstanden erklären.

Zudem werden die Zuständigkeiten der Notare neu definiert. Danach soll ein Notar (nur) dann zuständig sein, wenn der Wohnsitz oder Sitz eines organschaftlichen Vertreters der betroffenen juristischen Person oder rechtsfähigen Personengesellschaft in seinem Amtsbezirk liegt.

Der Referentenentwurf ist innerhalb der Bundesregierung noch nicht abgestimmt, wurde jedoch inhaltlich im Koalitionsvertrag angekündigt.

Sonst noch was...?

Home-Office: Konsultationsvereinbarungen wegen der Corona-Pandemie

Aufgrund der Ausweitung von Homeoffice-Tagen zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie wurden mit Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Österreich, Schweiz, Polen und Frankreich Konsultationsvereinbarungen getroffen, nach denen unter bestimmten Umständen Homeoffice-Tage für die Anwendung der Doppelbesteuerungsabkommen (DBA) so behandelt werden dürfen, als würden die Tage an der Arbeitsstätte im anderen Staat verbracht.

Die Konsultationsvereinbarungen bestehen im Jahr 2022 einstweilen fort, weil sie nicht aufgehoben worden sind. Teilweise sind sie darüber hinaus ausdrücklich nur bis zum 31.3.2022 verlängert worden.

Aus dem Bundesministerium der Finanzen hat die IHK-Organisation die folgende Information erhalten:

„Unsererseits wird angestrebt, dass die Regelungen zum Homeoffice in den sogenannten Covid-19 Konsultationsvereinbarungen letztmalig noch bis zum 30. Juni 2022 verlängert werden, beziehungsweise zum 30. Juni 2022 einvernehmlich gekündigt werden. Ziel ist, dass die Homeoffice-Regelungen der Verständigungsvereinbarung auf Arbeitstage im Zeitraum vom 11. März 2020 bis zum 30. Juni 2022 Anwendung finden. Ergebnisse der Gespräche werden zeitnah veröffentlicht.“

Arbeitsrecht: Urlaubsgewährung bei angeordneter Quarantäne

Das LArbG Kiel hat bestätigt, dass ein beantragter Urlaub – anders als bei einer Krankschreibung – nicht wieder gut geschrieben werden kann. Eine analoge Anwendung des § 9 BUrlG ist nicht gegeben. Mehr zu dem Urteil finden Sie in unserem Newsletter Arbeitsrecht Nr. 04/April 2022 unter der [Kennzahl 2071](#).

Datenschutz: Kein Schadensersatz ohne Nachweis eines Schadens

Voraussetzung für einen Schadensersatzanspruch gemäß Art. 82 Abs. 1 DSGVO ist der Nachweis eines konkreten (auch immateriellen) Schadens. Das hat das OLG Frankfurt in einem aktuellen Urteil bestätigt. Mehr zu dem Urteil finden Sie in unserem Newsletter Datenschutz Nr. 04/2022 unter der [Kennzahl 2119](#).

Veranstaltungen

„Early Bird-Reihe zum Arbeitsrecht“

- **Arbeitsvertrag: Befristen und zwar richtig!**

Dienstag, 31. Mai 2022, 08:30 - 09:30 Uhr, Onlineveranstaltung

Anmeldungen **bis 30. Mai 2022** unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

- **Urlaub: Chef, ich bin dann mal weg!**

Dienstag, 21. Juni 2022, 08:30 - 09:30 Uhr, Onlineveranstaltung

Anmeldungen **bis 20. Juni 2022** unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

- **Arbeitszeit: Was geht und was geht nicht?**

Dienstag, 27. September 2022, 08:30 - 09:30 Uhr, Onlineveranstaltung

Anmeldungen **bis 26. September 2022** unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

- **Arbeitszeugnis: Wer schreibt, bleibt!?**

Dienstag, 08. November 2022, 08:30 - 09:30 Uhr, Onlineveranstaltung

Anmeldungen **bis 07. November 2022** unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de

„Der Subunternehmervertrag und seine Gestaltung“

Donnerstag, 02. Juni 2022, 16:00 - 17:30 Uhr, Onlineveranstaltung

In unserer arbeitsteiligen Welt werden viele Aufträge nicht durch ein Unternehmen allein ausgeführt, sondern es kommen Subunternehmen zum Einsatz. Bei der Beauftragung von Subunternehmen bestehen für den Hauptunternehmer erhebliche Haftungsrisiken hinsichtlich des Einsatzes von Mitarbeitern des Subunternehmers. Die Zahlung der Sozialversicherungsbeiträge, der Beiträge zur Berufsgenossenschaft, der Urlaubskassenbeiträge, des Mindestlohns und die korrekte Abführung der Steuer: Das alles unterfällt diesen Haftungsrisiken. Es ist deshalb entscheidend, dass der Subunternehmervertrag korrekte und umfassende Regelungen enthält, die dieses Haftungsrisiko beschränken.

Hinzu kommen etwaige Haftungsrisiken, die entstehen können, wenn ein Bauherr das Unternehmen, das er beauftragt hat, auf Gewährleistung in Anspruch nimmt. Haftet dann auch der Subunternehmer?

Unsere Referenten, **Frau Rechtsanwältin Almut Menn**, Fachanwältin für Bau- und Architektenrecht, Fachanwältin für Transport- und Speditionsrecht und **Herr Rechtsanwalt Dr. Kai Hüther**, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Kanzlei Rapräger, Saarbrücken, zeigen im Rahmen ihres Vortrags, was bei Abschluss eines Subunternehmervertrags zu beachten ist und welche sozialrechtlichen Besonderheiten für die eingesetzten Mitarbeiter des Subunternehmers gelten.

Anmeldungen **bis 1. Juni 2022** unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

Verantwortlich und Redaktion:

Ass. iur. Heike Cloß, Tel.: 0681 9520-600, Fax: 0681 9520-690,
E-Mail: heike.closs@saarland.ihk.de
IHK Saarland, Franz-Josef-Röder-Str. 9, 66119 Saarbrücken

Ihre Ansprechpartner:**Ass. iur. Heike Cloß**

Tel.: 0681 9520-600
Fax: 0681 9520-690
E-Mail: heike.closs@saarland.ihk.de

Arbeitsrecht, Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz, Wirtschaftsrecht

Ass. iur. Kim Pleines

Tel.: 0681 9520-640
Fax: 0681 9520-690
E-Mail: kim.pleines@saarland.ihk.de

Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz, Onlinerecht, Wettbewerbsrecht, Wirtschaftsrecht

Ass. iur. Georg Karl

Tel.: 0681 9520-610
Fax: 0681 9520-689
E-Mail: georg.karl@saarland.ihk.de

Gesellschaftsrecht

Ass. iur. Thomas Teschner

Tel.: 0681 9520-200
Fax: 0681 9520-690
E-Mail: thomas.teschner@saarland.ihk.de

Gewerberecht

Die in dem Newsletter Recht enthaltenen Angaben sind mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt worden. Dennoch kann für Vollständigkeit, Richtigkeit sowie für zwischenzeitliche Änderungen keine Gewähr übernommen werden.

Impressum:

IHK Saarland, vertreten durch Präsident Dr. jur. Hanno Dornseifer und Hauptgeschäftsführer Dr. Frank Thomé, Franz-Josef-Röder-Str. 9, 66119 Saarbrücken, E-Mail info@saarland.ihk.de, Tel. + 49 (0) 681 9520-0, Fax + 49 (0) 681 9520-888, USt-IdNr.: DE 138117020