

Newsletter-Recht

In dieser Ausgabe

| | |
|---|-----------|
| Arbeitsrecht | 2 |
| Abgelehnte Stellenbewerber haben keinen allgemeinen Auskunftsanspruch..... | 2 |
| Fristlose Kündigung trotz langer Betriebszugehörigkeit | 2 |
| „Kinderreisebettfall“ | 3 |
| Kündigung bei Bagatelldelikt hier nicht rechters..... | 3 |
| Kündigung wegen Mitnahme eines ausgesonderten Werkbankteils | 4 |
| Kündigung wegen Malerarbeiten trotz Krankmeldung..... | 4 |
| Gesellschaftsrecht | 4 |
| KG: Handelsregistereintragung der Amtsbeendigung eines GmbH-Geschäftsführers | 4 |
| KG: Niederlegung der Geschäftsführerbestellung..... | 4 |
| Abberufung des GmbH-Geschäftsführers | 4 |
| Haftung des Scheingesellschafters | 4 |
| Internetrecht | 5 |
| Neue EU-Textilkennzeichnungsverordnung | 5 |
| eBay-Auktion: Luxushandy zu Niedrigpreis?..... | 5 |
| E-Mail-Werbung – auf die Einwilligung kommt es an! | 6 |
| Lockangebot – Dauer der Mindestbevorratungszeit beworbener Ware | 6 |
| Vollständiges Impressum bitte!..... | 6 |
| Steuerrecht | 7 |
| Finanzgericht (FG) Hessen sieht bei Zahlungen auf ein Zeitwertkonto für einen Gesellschafter-Geschäftsführer keinen Zufluss von steuerpflichtigem Arbeitslohn..... | 7 |
| Pflicht zur elektronischen Steuererklärung verfassungsgemäß | 7 |
| Wettbewerbsrecht | 8 |
| Telefonat zur Erforschung der Kundenzufriedenheit im Anschluss an Abwicklung eines Auftrages ist Werbung i.S.v. § 7 Absatz 2 Nr. 2 UWG | 8 |
| Überführungskosten müssen auch in Zeitungsinseraten im Fahrzeugpreis enthalten sein. 8 | |
| Irreführende Werbung mit „Branchensieger“ | 9 |
| Datenschutzbestimmungen sind keine Marktverhaltensregelungen! | 9 |
| Irreführung durch fehlende Angabe der Bezugsgröße bei gewährtem Preisvorteil..... | 10 |
| „Sparkling-Tea“ – aufgebrühter Tee oder Erfrischungsgetränk mit Tee-Extrakt?..... | 10 |
| Wirtschaftsrecht | 10 |
| Hotelbetreiber darf Hausverbot erteilen..... | 10 |
| Gesetz zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr geplant..... | 10 |
| Telekommunikationsgesetz in Kraft getreten | 11 |
| Veranstaltungen | 12 |
| „Vom ‚Gefällt mir Button‘ zur Videoüberwachung und Arbeitnehmerdatenschutz im Web 2.0“ | 12 |
| „FIT FÜR ... Marketing mit kleinem Budget“ | 12 |

Arbeitsrecht

Abgelehnte Stellenbewerber haben keinen allgemeinen Auskunftsanspruch

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat am 19. April 2012 unter dem AZ: Rs. C-415/10 wie folgt entschieden:

Das Unionsrecht sieht für einen Arbeitnehmer, der schlüssig darlegt, dass er die in einer Stellenausschreibung genannten Voraussetzungen erfüllt, und dessen Bewerbung nicht berücksichtigt wurde, keinen Anspruch auf Auskunft darüber vor, ob der Arbeitgeber am Ende des Einstellungsverfahrens einen anderen Bewerber eingestellt hat. Die Verweigerung jedes Zugangs zu Informationen kann jedoch im Rahmen des Nachweises von Tatsachen, die das Vorliegen einer Diskriminierung vermuten lassen, als Gesichtspunkt heranzuziehen sein.

Dies bedeutet, dass nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs Arbeitgeber zwar nicht verpflichtet sind, einem abgelehnten Bewerber die Gründe für ihre Absage mitzuteilen. Doch eine mangelnde Begründung für die Ablehnung kann als Indiz für Diskriminierung gewertet werden. Der Prozess betraf eine Ingenieurin russischer Herkunft, die sich im Alter von 45 Jahren auf eine Stelle als Softwareentwicklerin bei einem deutschen Hersteller von Telefonsystemen beworben hatte. Als sie nicht zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen wurde, obwohl die Stellenanzeige dann noch ein zweites Mal erschien, forderte sie Schadensersatz, weil sie wegen ihres Geschlechts, ihres Alters und ihrer ethnischen Herkunft benachteiligt worden sei. Außerdem verlangte sie die Vorlage der Bewerbungsunterlagen des eingestellten Konkurrenten, um ihre vermeintlich bessere Qualifikation nachweisen zu können.

Die Richter am EuGH wiesen nun darauf hin, dass die Brüsseler Gesetzgebungsorgane in mehreren EU-Richtlinien die Beweislast aufgeteilt hätten. Demnach hat ein Kläger zwar kein Recht auf Einsichtnahme in die Firmenakten und muss selbst Tatsachen beibringen, die eine Diskriminierung vermuten lassen. Nur dann müsse das Unternehmen nachweisen, dass es rechtmäßig gehandelt habe. Allerdings reichten auch **statistische Beweise** und eine **mittelbare Schlechterstellung**, unterstreicht der EuGH. Außerdem müssten die EU-Bestimmungen wirksam durchgesetzt werden.

Praxistipp: Für die Praxis bedeutet dies, dass die bisherige Empfehlung, Ablehnungen ohne Gründe und Anhaltspunkte zu schreiben, nicht mehr aufrechterhalten werden kann. Besonders heikel sei, dass Betriebe praktisch umfassend ihre Einstellungspraxis erläutern müssten. Berufskläger, die sich nur zum Schein bewerben („AGG-Hopper“), bekommen dadurch Material in die Hand und könnten Unternehmen zu ungerechtfertigten Abfindungszahlungen drängen.

Auf jeden Fall sollten Arbeitgeber in ihren Akten immer ausdrücklich dokumentieren, dass die objektive Merkmale oder Voraussetzungen statt unzulässigen Unterscheidungskriterien bei der Entscheidung zugrunde gelegen hätten. Es bleibt darauf hinzuweisen, dass zumindest Geschlecht und Alter stets gegen den Arbeitgeber ausgelegt werden können.

Fristlose Kündigung trotz langer Betriebszugehörigkeit

Vor gut einem Jahr hat der Zweite Senat des Bundesarbeitsgerichts (BAG), der für Kündigungsfragen zuständig ist, mit seinem Urteil im Fall „Emmely“ für erhebliches Aufsehen gesorgt (AZ.: 2 AZR 541/09). Die Kündigung einer Kassiererin, die im Supermarkt zwei Pfandbons im Wert von insgesamt 1,30 Euro unterschlagen hatte, wurde für rechtswidrig erklärt. Der Kern der Begründung lag darin, dass es sich zwar um eine schwerwiegende Pflichtverletzung gehandelt habe. Diese sei jedoch angesichts einer rund 30-jährigen „beanstandungsfreien“ Dienstzeit der betroffenen Arbeitnehmerin nicht geeignet gewesen, die Vertragsbeziehung „vollständig und unwiederbringlich“ zu zerstören. Je länger eine Vertragsbeziehung ungestört bestanden habe, desto eher könne die Prognose berechtigt sein, dass der dadurch geschaffene „Vorrat an Vertrauen“ durch einen erstmaligen Vorfall nicht vollständig aufgezehrt werde. Daher sei eine Abmahnung erforderlich und ausreichend.

Einen gewissen Gegenakzent dazu hat nun allerdings derselbe Senat mit einem jüngst veröffentlichten Urteil gesetzt (AZ.: 2 AZR 381/10). Dort ging es um den Fall eines Arbeitszeitbetrugs: die Arbeitnehmerin hatte an sieben aufeinanderfolgenden Arbeitstagen vorsätzlich jeweils mindestens 13 Minuten fehlerhaft zu Lasten ihres Arbeitgebers in das Zeiterfassungssystem auf ihrem Arbeitsplatzcomputer eingetragen; einmal waren es sogar 28 Minuten und insgesamt mehr als zwei Stunden. Die immerhin 17 Jahre unbeanstandeter Betriebszugehörigkeit halfen der Entlassenen hier ebenso wenig wie der Hinweis, eine Wiederholungsgefahr könne durch ihre Herausnahme aus der gleitenden Arbeitszeit un schwer ausgeschlossen werden.

Das BAG hielt die für die Fortsetzung des Arbeitsverhältnisses erforderliche Vertrauensgrundlage auch durch den Ausspruch einer Abmahnung für nicht mehr herstellbar. Hintergrund ist: Die Verhaltensbedingte (ordentliche oder außerordentliche) Kündigung ist, so die Erfurter Bundesrichter, keine Sanktion für in der Vergangenheit liegendes Unrecht. Vielmehr sei sie nur dann gerechtfertigt, „wenn eine störungsfreie Vertragserfüllung in Zukunft nicht mehr zu erwarten steht, künftigen Pflichtverletzungen demnach nur durch die Beendigung der Vertragsbeziehung begegnet werden kann“. Als Ausdruck dieses Prognoseprinzips wie auch des Gedankens, dass eine Kündigung nur letztes Mittel („ultima ratio“) sein dürfe, müsse daher auch bei Verstößen im sogenannten Vertrauensbereich geprüft werden, ob nicht schon eine Abmahnung ausreicht. Denn es sei „nicht von vornherein ausgeschlossen, verlorenes Vertrauen durch künftige Vertragstreue zurückzugewinnen“.

Praxistipp: Das Urteil ist für die Personalpraxis der Unternehmen ein deutlicher Lichtblick, lässt es doch ein vorsichtiges Abrücken des Zweiten Senats von seiner „Vertrauenskapitaldoktrin“ erkennen. Vertrauen ist keine lagerfähige Ware, sondern ein flüchtiges Gut, das in vielen Jahren erworben wird, aber in wenigen Tagen, Stunden oder sogar Sekunden restlos aufgebraucht werden kann. Das gilt besonders einem planmäßigen, heimlichen oder besonders illoyalen Fehlverhalten des Arbeitnehmers und nicht auf einem einmaligen, eher geringfügigen „Ausrutscher“ beruht. In derartigen Fällen dürfen Arbeitgeber weiterhin zur sofortigen Arbeitsplatzverlust schützt (Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung; NR. 297).

„Kinderreisebettfall“

Das Landesarbeitsgericht (LAG) Baden-Württemberg entschied in seinem Urteil vom 10.2.2010, AZ.: 13 Sa 59/09, wie folgt: Das LAG hat die Berufung des Unternehmens zurückgewiesen und damit das Urteil des Arbeitsgerichts vom 30.7.2009, AZ.: 15 Ca 278/08, bestätigt. In dem Fall wurde der Kläger von der Beklagten, einem Abfallentsorgungsunternehmen, seit über acht Jahren als Hofarbeiter im Rahmen der Altpapierentsorgung beschäftigt. Der Kläger fand in einem Altpapiercontainer, dessen Inhalt zur Entsorgung anstand, einen Karton, der ein Kinderreisebett enthielt und nahm dieses an sich, ohne die Beklagte zuvor um Erlaubnis zu fragen. Die Beklagte kündigte das Arbeitsverhältnis des Klägers außerordentlich fristlos und warf diesem Diebstahl vor, wobei der Kläger durch vorhergehende Abmahnungen darauf hingewiesen worden sei, dass auch die Mitnahme zu entsorgender Gegenstände grundsätzlich verboten und nur im Falle ausdrücklicher Gestattung durch die Beklagte erlaubt sei. Das LAG hält die Kündigung jedenfalls für unverhältnismäßig.

Kündigung bei Bagatelldelikt hier nicht rechens

Das Arbeitsgericht Siegen hat jetzt in einem Fall eines Bagatelldelikt es eine fristlose Kündigung für unwirksam erklärt (AZ.: 1 Ca 1070/09). Die Richter schlugen sich auf die Seite eines 40-jährigen, der seinen Segway-Elektroroller am Arbeitsplatz aufgeladen hatte. Der Strom dafür hatte 0,018 Euro gekostet. Allerdings betonte das Gericht, dass auch kleine Diebstähle ein Kündigungsgrund seien. In diesem „Extremfall“ sei die Entlassung aber unberechtigt gewesen, da der Mann vorher keine Abmahnung erhalten habe. Der Arbeitnehmer hatte zuvor 19 Jahre fürs Unternehmen gearbeitet, ohne sich etwas zuschulden kommen zu lassen.

Kündigung wegen Mitnahme eines ausgesonderten Werkbankteils

Das Landesarbeitsgericht (LAG) Schleswig-Holstein entschied in seinem Urteil vom 13.1.2010, AZ.: 3 Sa 324/09, wie folgt: Es reicht zur Rechtfertigung einer verhaltensbedingten Kündigung nicht automatisch aus, dass die Mitnahme eines im Betrieb ausgesonderten Gegenstandes (hier: Werkbankteil) nicht erlaubt war. Es ist immer eine konkrete Einzelfallprüfung mit Interessenabwägung vorzunehmen. Im konkreten Einzelfall kann sich ein Eingriff in das Eigentum des Arbeitgebers auch als nur abzumahnende Eigenmächtigkeit erweisen. Nicht aus jedem unkorrekten, eigentumsrechtlich relevanten Verhalten eines Arbeitnehmers kann darauf geschlossen werden, dass ihm eine an Korrektheit und Ehrlichkeit ausgerichtete Grundhaltung fehlt.

Kündigung wegen Malerarbeiten trotz Krankmeldung

Das hessische Landesarbeitsgericht (LAG) entschied in seinem Urteil vom 1.4.2009, AZ.: 6 Sa 1593/08, wie folgt: Der Beweiswert einer Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung ist erschüttert, wenn sich der betreffende Arbeitnehmer im fraglichen Zeitraum auf Anfrage bereit erklärt hat, angebotene Malerarbeiten als Schwarzarbeit auszuführen. Es besteht dadurch ein Kündigungsgrund. Ein Arbeitnehmer verletzt mit diesem Verhalten nicht nur die von ihm geschuldete Hauptleistungspflicht, sondern auch die für das Arbeitsverhältnis erforderliche Vertrauensbasis.

Gesellschaftsrecht

KG: Handelsregistereintragung der Amtsbeendigung eines GmbH-Geschäftsführers

Mit Beschluss vom 23.12.2011 - 25 W 52/11 und 25 W 51/11 - hat das KG Berlin entschieden: Die Amtsbeendigung eines GmbH-Geschäftsführers ist gem. § 39 Abs. 1 GmbHG auch dann in das Handelsregister einzutragen, wenn die Geschäftsführer-Bestellung nicht in das Handelsregister voreingetragen worden ist.

KG: Niederlegung der Geschäftsführerbestellung

Das KG Berlin hat mit Beschluss vom 05.01.2012 - 25 W 44/11 - wie folgt entschieden: Die Niederlegung der Geschäftsführerbestellung hat gegenüber dem zuständigen Bestelungsorgan zu erfolgen.

Abberufung des GmbH-Geschäftsführers

Bei einer GmbH oder Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) führt ein Verstoß im Abstimmungsverfahren über die Abberufung des Geschäftsführers nicht zur Nichtigkeit sondern nur zu Anfechtbarkeit des Beschlusses. Dies gilt beispielsweise auch dann, wenn der Gesellschafter-Geschäftsführer aus einem wichtigen Grund abberufen wird und die Gesellschafterversammlung eigentlich nicht beschlussfähig ist. Das Registergericht muss deshalb diese angemeldete Abberufung im Handelsregister eintragen, so das Oberlandesgericht (OLG) Stuttgart (Beschluss vom 25.10.2011). Die Stuttgarter Richter haben damit die Rechtsprechung bestätigt, wonach das Amtsgericht Gesellschafterbeschlüsse, die lediglich anfechtbar sind, im Handelsregister eintragen muss (AZ.: 8 W 387/11, Fundstelle: Betriebs-Berater 2011, Seite 3028).

Haftung des Scheingesellschafters

Der Gesellschafter, der aus einer bestehenden BGB-Gesellschaft ausgeschieden ist, aber weiterhin als Gesellschafter nach außen auftritt, kann als Scheingesellschafter für Verbindlichkeiten der Gesellschaft haften. Das hat der Bundesgerichtshof (BGH) am 17.1.2012 entschieden. Voraussetzung für diese Haftung ist danach, dass der Gesellschafter gegen den gesetzten Rechtsschein nicht pflichtgemäß vorgegangen ist und sich ein Dritter bei seinem geschäftlichen Verhalten auf diesen Rechtsschein verlassen hat.

In dem zugrunde liegenden Fall hatte der ausgeschiedene Gesellschafter dem Vertragspartner der BGB-Gesellschafter sein Ausscheiden nicht mitgeteilt. Vielmehr ist er sogar weiterhin im Briefkopf als Gesellschafter genannt worden (AZ.: II ZR 197/10, Fundstelle: Der Betrieb 2012, S. 397-398).

Internetrecht

Neue EU-Textilkennzeichnungsverordnung

Bekleidung und andere Textilien, die verkauft werden, müssen bereits jetzt zahlreiche Informationen für den Kunden über Materialzusammensetzung, Waschbarkeit etc. enthalten. Seit 8. Mai 2012 gelten neue Vorschriften zur Textilkennzeichnung (VO (EU) 1007/2011 vom 27.09.2011). Die Verordnung verpflichtet Hersteller, Importeure, Händler aber auch Online-Shopbetreiber sicherzustellen, dass die Kennzeichnungspflichten der neuen EU-Verordnung erfüllt werden.

Mit dieser neuen Verordnung wird das alte Textilkennzeichnungsgesetz aufgehoben. Die Verpflichtung zur Kennzeichnung gilt für alle Artikel, die zu mindestens 80 Prozent ihres Gewichtes aus textilen Rohstoffen hergestellt sind. Die Angabe der enthaltenen Materialien hat gemäß § 5 im Prozentsatz des Nettotextilgewichtes zu erfolgen. Bei Textilerzeugnissen aus mehreren Fasern hat die Nennung in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils zu erfolgen.

Produkte, die vor dem 8. Mai in den Verkehr gebracht wurden, also beim Händler schon auf Lager liegen und den Vorgaben des bisherigen Textilkennzeichnungsgesetzes entsprechen, dürfen noch bis zum 9. November 2014 abverkauft werden. Danach gelten für alle Textilerzeugnisse ausschließlich die Vorgaben der neuen EU-Verordnung.

Es wird empfohlen, sich frühzeitig mit den Lieferanten abzustimmen, damit die Produktbeschreibungen entsprechend den neuen Vorschriften angepasst werden können.

Weitere Informationen können Sie unserem Infoblatt R 55 Informationspflichten bei Textilangeboten im Onlineshop unter der Kennzahl 44 auf www.saarland.ihk.de entnehmen.

eBay-Auktion: Luxushandy zu Niedrigpreis?

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat mit Urteil vom 28.03.2012 (AZ.: VIII ZR 244/10) entschieden, dass ein niedriger Startpreis bei einer Internet-Auktion nicht zwangsläufig dafür spricht, dass es sich um ein gefälschtes Produkt handelt. Im zugrunde liegenden Fall hatte der Beklagte auf der Internetplattform eBay bei einer Internet-Auktion ein Handy unter der Angabe „Vertu Weiss Gold“ mitsamt Foto angeboten, keinen Mindestpreis festgesetzt und einen Startpreis von 1 € bestimmt. Nachdem der Kläger ein Maximalangebot von 1.999 € abgegeben und letztlich für 782 € den Zuschlag erhalten hatte, verweigerte er die Annahme des angebotenen Handys mit der Begründung, es handele sich dabei um ein Plagiat. Ein Originalhandy der Marke Vertu koste 24.000 €. Der Kläger machte gegenüber dem Beklagten einen Schadensersatzanspruch in Höhe von 23.218 € (24.000 € abzüglich des tatsächlich gezahlten Kaufpreises von 782 €) geltend, hatte damit jedoch in erster und zweiter Instanz (Landgericht und Oberlandesgericht Saarbrücken) keinen Erfolg. Der BGH befand, dass der zwischen den Parteien geschlossene Kaufvertrag – entgegen der Annahme des Berufungsgerichts – nicht als so genanntes wucherähnliches Geschäft nichtig ist (§ 138 Abs. 1 BGB). Während dies beispielsweise im Falle eines Grundstückskaufs bei einem auffälligen Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung der Fall ist, wenn eine verwerfliche Gesinnung hinzutritt, sei die Sachlage bei einer Online-Auktion hiermit nicht vergleichbar. Bei einer Internetversteigerung stünden sich nämlich in den Vertragsverhandlungen nicht nur jeweils die Vertragsparteien gegenüber. Im Übrigen besage der Startpreis nichts über den Wert des Angebots. Ein niedriger Startpreis schaffe Anreize und senke die Angebotskosten. Der BGH wies die Sache an das Berufungsgericht zur Beurteilung zurück, ob das Angebot der Beklagten aus der Sicht eines verständigen Empfängers ein Originalgerät der Marke Vertu zum Gegenstand hatte (Quelle: Mitteilung der Pressestelle des Bundesgerichtshofs).

<http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&Datum=2012&Sort=3&nr=59756&anz=42&pos=2&Blank=1>)

E-Mail-Werbung – auf die Einwilligung kommt es an!

Mit Urteil vom 09.12.2011 (AZ.: 15 O 343/11) hat das Landgericht (LG) Berlin entschieden, dass eine unzumutbare Belästigung nach den Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerbs (§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG) gegeben ist, wenn eine Werbe-E-Mail an die E-Mail-Adresse eines Verbrauchers gesendet wird, ohne dass vorher eine ausdrückliche Einwilligung eingeholt worden ist, was der werbende Unternehmer darzulegen und ggf. zu beweisen hat. Im zugrunde liegenden Fall hatte ein Onlineshop-Betreiber eine Werbemail an den privaten E-Mail-Account eines Verbrauchers versandt. Innerhalb der Werbemail befand sich ein abgegrenzter Werbeblock des Onlineshop-Betreibers mit eigenem Impressum. Er behauptete, der Verbraucher habe anderhalb Jahre zuvor im Rahmen eines Double-Opt-In-Verfahrens in die Zusendung von Werbemails eingewilligt. Im verlinkten Text zum so genannten „Werbeeinverständnis“ erfolgte keine Differenzierung zwischen den einzelnen Werbeformen (z. B. E-Mail, Telefon, Fax).

Das LG gründete seine Bewertung der Werbung als unzumutbare Belästigung im oben genannten Sinne darauf, dass die Aufmachung der Werbemail darauf schließen lasse, der Onlineshop-Betreiber habe die Kontaktaufnahme veranlasst. Er habe nicht – in ausgedruckter Form – nachweisen können, dass eine Einwilligungserklärung seitens des Verbrauchers abgegeben worden sei. Im Übrigen befand das Gericht, im Falle eines länger als ein Jahr zurückliegenden Einverständnisses sei ein zwischenzeitliches Erlöschen wegen Zeitablaufs anzunehmen. Jedenfalls beziehe sich ein etwaiges früheres Einverständnis dann nicht mehr auf den aktuellen Fall. (Quelle: Infobrief Wettbewerb Aktuell der Wettbewerbszentrale Nr. 11-12/2012).

Lockangebot – Dauer der Mindestbevorratungszeit beworbener Ware

Mit Urteil vom 01.03.2012 (AZ.: 91 O 27/11) hat das Landgericht (LG) Berlin klargestellt, dass Ware, welche als „reduziert“ beworben wird, mindestens während des ersten Viertels des angekündigten Angebotszeitraums erhältlich sein muss. Im entschiedenen Fall hatte der Internethändler Amazon eine spezielle Angebotsaktion bereits einige Wochen vor dem Aktionszeitraum angekündigt und den potenziellen Kunden die Möglichkeit eingeräumt, über die zum Kauf angebotenen Produkte abzustimmen. Alle zwei Stunden senkte Amazon jeweils fünf Produkte erheblich im Preis. Jedoch waren diese Produkte in Wahrheit nur wenige Sekunden zum erniedrigten Preis verfügbar, danach allenfalls zum regulären, deutlich höheren Preis. Das LG bestätigte in seinem Urteil die klägerische Sicht (Verbraucherzentrale Bundesverband), dass sich in der beschriebenen Konstellation der Eindruck aufdränge, Amazon wolle den Verbraucher auf seine Internetseite locken, um letztlich andere Waren zu veräußern. In diesem Zusammenhang urteilte das LG, die reduzierte Ware habe hier mindestens 30 Minuten vorrätig sein müssen. Das Gericht beanstandete die mangelhafte Aufklärung über die nicht ausreichende Bevorratung der angepriesenen Ware (vgl. Nr. 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG) (Quelle: Urteil im Volltext:

http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/LG_Berlin_Amazon_01_03_2012.pdf)

Vollständiges Impressum bitte!

Am 06.02.2012 hat das Landgericht (LG) Ingolstadt beschlossen (AZ.: 1 HK O 105/12), dass ein wettbewerbsrechtlicher Verstoß vorliegt, wenn bei einem Internetauftritt im Impressum weder die Registernummer, noch die Eintragungsbehörde und deren Sitz angegeben ist. Nach Auffassung des LG liegt in einem solchen Fall nämlich ein Verstoß gegen das Telemediengesetz vor (vgl. § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG in Verbindung mit §§ 3, 4 Nr. 11 UWG).

(Quelle: Beschluss im Volltext: <http://openjur.de/u/268438.html>)

Finanzgericht (FG) Hessen sieht bei Zahlungen auf ein Zeitwertkonto für einen Gesellschafter-Geschäftsführer keinen Zufluss von steuerpflichtigem Arbeitslohn

Zahlungen auf das Zeitwertkonto für einen beherrschenden Gesellschafter-Geschäftsführer führen nach einem aktuellen Urteil des FG Hessen (1 K 250/11) nicht bereits zum Zeitpunkt der Einzahlung zu steuerpflichtigem Arbeitslohn, sondern erst im Zeitpunkt der Auszahlung im Rahmen der Freistellung. Damit widerspricht das FG dem BMF-Schreiben vom 17.06.2009 zur steuerlichen Behandlung von Zeitwertkonten.

Mit dem Flexi-Gesetz II (Gesetz zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Absicherung flexibler Arbeitszeitenregelungen) wurde zum 01.01.2009 geregelt, dass Arbeitnehmer auf einem Zeitwertkonto Guthaben ansammeln dürfen und im Zeitpunkt der Arbeitsfreistellung ausgezahlt bekommen. Steuerrechtlich stellt sich dabei die Frage, wann für die Guthaben Lohnsteuer abzuführen ist (im Zeitpunkt der Einzahlung oder der Auszahlung). Hierzu hat das BMF mit Schreiben vom 17.06.2009 umfangreich Stellung genommen. Unter anderem wurde hier geregelt, dass Zahlungen auf ein Zeitwertkonto eines Organes einer Gesellschaft (z. B. GmbH-Geschäftsführer oder Vorstand) bereits mit der Einzahlung zu versteuern sind. Bei Arbeitnehmern ohne Organstellung erfolgt die Versteuerung dagegen erst bei Auszahlung des Guthabens im Zeitpunkt der Freistellung.

Dem finanzgerichtlichen Urteil lag folgender Sachverhalt zugrunde: Die Klägerin war beherrschende Gesellschafterin und gleichzeitig angestellte Geschäftsführerin einer GmbH und vereinbarte die Ansammlung von Wertguthaben auf einem Zeitwertkonto inklusive einer Rückzahlungsgarantie.

Das Finanzamt setzte entsprechend dem BMF-Schreiben bei der Klägerin Einkommensteuer für die Zuführungen fest, da die Klägerin als GmbH-Geschäftsführerin sowohl Arbeitnehmerin als auch Organ der Gesellschaft sei. Damit führe bereits die Einzahlung des künftig fälligen Arbeitslohns auf dem Zeitwertkonto zum Zufluss von steuerpflichtigem Arbeitslohn. Dagegen wandte sich die Klägerin und bekam vom Hessischen FG Recht.

Die Einzahlungen auf dem Zeitwertkonto der Klägerin seien nicht als steuerpflichtiger Arbeitslohn zu erfassen. Die Klägerin habe als beherrschende Gesellschafter-Geschäftsführerin Einkünfte aus nicht selbständiger Arbeit und damit sei entscheidend, wann ihr tatsächlich Arbeitslohn zugeflossen sei. Dies sei aber nicht mit der Einzahlung auf das Zeitwertkonto der Fall, da die einzelnen Beträge weder bar ausgezahlt noch einem ihrer Konten bei einem Kreditinstitut gutgeschrieben werden. Die Klägerin könne auf das Zeitwertkonto auch nicht frei zugreifen und trage nicht das wirtschaftliche Risiko eines Verlustes auf dem Zeitwertkonto. Der Zufluss sei somit erst im Zeitpunkt der Auszahlung im Rahmen der Arbeitsfreistellung gegeben.

Das FG widerspricht damit genau der Regelung des BMF-Schreibens. Gegen das Urteil vom 19. Januar 2012 wurde Revision eingelegt (Az. des BFH VI R 25/12).

Pflicht zur elektronischen Steuererklärung verfassungsgemäß

Das Finanzamt muss die Abgabe der Umsatzsteuer-Voranmeldungen in Papierform nur zulassen, wenn die Datenfernübertragung wirtschaftlich oder persönlich unzumutbar ist. Nach einem Urteil des Bundesfinanzhofes (BFH) vom 14.3.2012 ist diese gesetzliche Regelung verfassungsgemäß. Denn die elektronische Übermittlung ermöglicht es dem Finanzamt, die bereits erfassten Daten unmittelbar weiter zu verarbeiten. Das verbessert die Überprüfungsmöglichkeiten und beschleunigt die Auswertung im Sinne der Gleichmäßigkeit der Besteuerung. Es liegt auch kein Verstoß gegen die Verhältnismäßigkeit vor, da diese Verpflichtung durch die obige Härtefallregelung abgefedert wird.

In dem zugrunde liegenden Fall berief sich eine GmbH & Co. KG auf die Härtefallregelung und gab an, dass nur eine kleine Buchhaltung eingerichtet sei, die erforderliche Hard- und Software fehle und auf die mangelnde Fähigkeit der Geschäftsführung zur Nutzung des Internets. Dies reicht nach dem BFH-Urteil nicht aus, um die Härtefallregelung in Anspruch zu nehmen (Az.: XI R 33/09).

Wettbewerbsrecht

Telefonat zur Erforschung der Kundenzufriedenheit im Anschluss an Abwicklung eines Auftrages ist Werbung i.S.v. § 7 Absatz 2 Nr. 2 UWG

Ein Anwalt hatte in einem Filialbetrieb eines internationalen Autoglaskonzerns einen Stein Schlag in der Windschutzscheibe des Firmenfahrzeuges seiner Kanzlei reparieren lassen. Bei der telefonischen Vereinbarung des Reparaturtermins hatte er seine Handynummer „für den Fall der Fälle“ angegeben. Kurze Zeit nach Abwicklung des Auftrages erfolgt der Anruf eines Marktforschungsinstituts, ansässig in London, das von dem Autoglaskonzern beauftragt worden war, die Zufriedenheit des Kunden mit der Abwicklung des Auftrages zu „erforschen“. Da der Anwalt in die telefonische Kontaktaufnahme zu Werbezwecken nicht eingewilligt hatte, mahnte die Wettbewerbszentrale wegen unlauterer Telefonwerbung ab. Der Autoglaskonzern berief sich darauf, dass keine Werbung vorliege. Die Befragung werde anonym nach den Regeln der neutralen Marktforschung durchgeführt. Er könne die Antworten keinem Kunden zuordnen und gezielt verwenden, um ihm gegenüber zu werben. Die Telefonate dienten allein Forschungszwecken.

Da das Hinterlassen einer Telefonnummer „für den Fall der Fälle“ selbst für eine mutmaßliche Einwilligung in einen Anruf zu Ermittlung der Kundenzufriedenheit nicht ausreicht, untersagte das LG Köln mit Urteil vom 24.08.2011 dem Autoglaskonzern, gewerbliche Kunden im Anschluss an die Abwicklung eines Auftrages anzurufen und/oder anrufen zu lassen, um sich nach deren Zufriedenheit mit der Abwicklung des Auftrages zu erkundigen, wenn der Angerufene kein Einverständnis mit einem solchen Anruf erklärt habe (Az. 84 O 52/11).

Mit Urteil vom 30.03.2012 wies das OLG Köln die vom Autokonzern eingelegte Berufung zurück (Az. 6 U 191/11).

Durch die Einschaltung eines Marktforschungsinstitutes werde das Telefonat nicht zur neutralen Marktforschung. Auch dann nicht, wenn die Berufsstandsregeln für Markt- und Sozialforschung, das Anonymisierungsprinzip und die einschlägigen Datenschutzbestimmungen beachtet werden. Es liege eine geschäftliche Handlung i.S.v. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG vor, da das Marktforschungsinstitut vom Autoglaskonzern mit der Erhebung der Daten zwecks Auswertung beauftragt worden sei, ob und wie zufrieden die Kunden mit dem Service der Konzernfilialen seien. Einer subjektiven Wettbewerbsförderungsabsicht bedürfe es nicht mehr. Ein objektiver Zusammenhang reiche aus. Durch die Antworten der Kunden erhalte der Autoglaskonzern Informationen, die es ermöglichen, etwaige Schwächen in der bisherigen Auftragsabwicklung zu ermitteln und abstellen zu können und so den Service kundengerecht zu optimieren.

Überführungskosten müssen auch in Zeitungsinserten im Fahrzeugpreis enthalten sein.

Häufig verwenden Kfz-Händler in der Werbung für ein Neufahrzeug die Formulierung „EUR ... zzgl. Überführung ... EUR“ (beziffert). Oft heißt es auch nur „EUR ... zzgl. Überführung“ (nicht beziffert).

Eine solche Angabe des Preises verstößt gegen die Bestimmungen der Preisangabenverordnung (PreisAngV), die zu beachten ist, wenn (jedenfalls auch) gegenüber Verbrauchern geworben wird.

Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisAngV müssen gegenüber Verbrauchern die Preise angegeben werden, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (= Endpreis). Sonstige Preisbestandteile sind dabei alle Preise und Kosten, die ein Kfz-Händler in die Kalkulation seiner Endpreise einbezieht. Dazu gehören nach BGH, Urteil vom 16.12.1982, Az. I ZR 155/80 – „Kfz-Endpreis“ auch die Überführungskosten für ein Neufahrzeug. In dem beworbenen Fahrzeugpreis müssen die Überführungskosten daher bereits enthalten sein müssen. Eine Aufgliederung des Endpreises ist zwar möglich, wenn zusätzlich der Endpreis angegeben wird. Die Angabe des Endpreises muss dabei jedoch besonders hervorgehoben erfolgen (§ 1 Abs. 6 Nr.2 PreisAngV).

Irreführende Werbung mit „Branchensieger“

Es ist irreführend, wenn ein Unternehmer mit einer Spitzenstellung als „Branchensieger“ wirbt, weil er bei einem Branchentest „Platz1“ belegt habe, jedoch die Fehlerquote des Tests dazu führt, dass dieser genauso gut rechnerisch im Mittel oder gar als Letzter aus dem Test hervorgehen hätte können.

Ein Unternehmen nahm bei drei verschiedenen Baumärkten eine Verbraucherbefragung vor, in drei verschiedenen Kategorien. Die beklagte Partei lag in allen Bereichen vor der Klägerin, aber in einem hinter dem Drittunternehmen. Der Beklagten wurde gestattet, ein Siegel zu führen, in dem u. a. vermerkt war, dass 823 Personen zu drei Baumärkten befragt worden seien, und dass die Fehlertoleranz ca. 2,7 % betrage. Die Beklagte benutzte das Siegel in der Werbung und benutzte die Bezeichnung Branchensieger und Platz 1. Grundsätzlich sind keine hohen Anforderungen an Testergebnisse dieser Art zu stellen und es ist ausreichend, dass der Werbende tatsächlich und mit geringem Vorsprung als Sieger ermittelt worden ist. Prozentual lagen jedoch die anderen beiden Baumärkte soweit auf, dass nicht eindeutig war, ob die Beklagte tatsächlich als Siegerin hervorgegangen war.

Die Irreführung wird auch nicht durch die Angabe der Fehlertoleranz beseitigt, da die Angabe in ihrer Absolutheit richtig sein muss. Dies war im vorliegenden Fall nicht gegeben. Dem Verbraucher darf nicht zugemutet werden, dass ein Siegel erschwert studiert werden muss, um nicht seiner Fehlvorstellung zu unterliegen. Daher muss die Fehlerquote gut lesbar, unmissverständlich, die Vergleichszahlen aufgeführt sein, und der Rechenaufwand müsste minimal und einfach sein, um das Ergebnis zu relativieren.

(Urteil des OLG Zweibrücken vom 01. September 2011, Az: 4 U 4/11; zu Anforderungen an Blickfangwerbung vgl. Urteil des BGH vom 24. Oktober 2002, Az.: I ZR 50/00)

Datenschutzbestimmungen sind keine Marktverhaltensregelungen!

Mit Urteil vom 12.01.2012 (AZ.: 29 U 3926/11) hat das Oberlandesgericht (OLG) München entschieden, dass Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes nicht die Qualität von Marktverhaltensregelungen im Sinne des Wettbewerbsrechts besitzen.

Im zugrunde liegenden Rechtsstreit zwischen Wettbewerbern auf dem Markt der Belieferung mit Gas hatte die Klägerin einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch im Zusammenhang mit der Nutzung von Daten zu Werbezwecken gegenüber der Beklagten geltend gemacht, weil diese Werberundschreiben gezielt an zuvor abgeworbene Kunden gerichtet hatte, um diese zurück zu gewinnen. In zweiter Instanz stellte das OLG klar, Zweck des Bundesdatenschutzgesetzes sei es, den Einzelnen davor zu schützen, dass er durch den Umgang mit seinen personenbezogenen Daten in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt werde. Demgegenüber bezwecke das Bundesdatenschutzgesetz nicht die Steuerung des Marktverhaltens von Unternehmen in Interesse der Marktteilnehmer (Quelle: BeckRS 2012, 04407),

Irreführung durch fehlende Angabe der Bezugsgröße bei gewährtem Preisvorteil

Das Oberlandesgericht (OLG) Hamm hat mit Urteil vom 15.12.2011 (AZ.: I-4 U 31/11) entschieden, dass die Online-Werbung mit einem Preisvorteil von 4.000 € für ein Kfz-Finanzierungsgeschäft einen Verstoß gegen geltendes Wettbewerbsrecht darstellt, wenn in der Werbung die konkrete Bezugsgröße dieses Preisvorteils nicht angegeben wird. In einem solchen Fall sei nämlich für den Verbraucher unklar, ob sich die Ersparnis auf den empfohlenen Herstellerpreis und damit auf den Listenpreis bezieht oder auf einen früheren Verkaufspreis. Das OLG bejahte deshalb vorliegend die Gefahr der Irreführung. Da die mögliche Fehlvorstellung des Verbrauchers dessen etwaige Kaufentscheidung beeinflussen könne, sah sie das OLG auch als wettbewerbsrechtlich erheblich an (Quelle: NRWE (Rechtsprechungsdatenbank NRW)).

http://www.justiz.nrw.de/nrwe/olgs/hamm/j2011/I_4_U_31_11urteil20111215.html

„Sparkling-Tea“ – aufgebrühter Tee oder Erfrischungsgetränk mit Tee-Extrakt?

Mit Urteil vom 14.02.2012 hat das Oberlandesgericht (OLG) Hamm entschieden (Az.: I-4 U 143/11), dass der Vertrieb des Produktes „Sparkling-Tea“ der Marke Schweppes nicht dahingehend irreführend sei, dass der falsche Eindruck erweckt werde, bei dem Getränk handele es sich um einen aufgebrühten Tee. Vielmehr sei ersichtlich, dass es sich um ein Erfrischungsgetränk mit Tee-Extrakt handele. Hierfür spreche zum einen, dass nicht der Einzelbegriff „Tea“, sondern die Begriffserweiterung „Sparkling Tea“ verwandt werde. Ausgehend von der Aufmachung erinnere das Produkt an „Eistee“. Überdies enthalte die Aufschrift auf der Flasche den ausdrücklichen Hinweis „Erfrischungsgetränk“ und den Zusatz „Mit Kohlensäure & wertvollen Auszügen von Tee“. Das Gericht stellte zudem klar, allein die Abbildung von entsprechenden Früchten bzw. Pflanzen auf der Flasche erwecke nicht die irreführende Erwartung, das Getränk enthalte auch Fruchtsaft oder Fruchtmarm – vielmehr werde so nur die Geschmacksrichtung kenntlich gemacht (Quelle: Pressemitteilung des Präsidenten des OLG Hamm vom 20.03.2012).

Wirtschaftsrecht

Hotelbetreiber darf Hausverbot erteilen

Nicht nur Privatleute, sondern auch Unternehmen können ein Hausverbot erteilen und damit ihr Hausrecht grundsätzlich frei ausüben. So der Tenor einer Entscheidung des Bundesgerichtshofes (BGH) vom 9.3.2012. Danach kann der Hotelier als Ausdruck der grundgesetzlich geschützten Privatautonomie frei darüber entscheiden, wem er den Zutritt gestattet und wem er ihn verwehrt. Beispielsweise kann deshalb der Unternehmer einem Gast wegen dessen politischer Überzeugungen ein Hausverbot erteilen. Der Nachweis besonderer Gründe ist hierfür nicht erforderlich.

Anders ist dies aber dann, wenn dem Gast bereits eine Zusage zum Aufenthalt im Hotel erteilt worden ist. Bei einer Buchungsbestätigung muss der Hotelier besonders gewichtige Sachgründe haben, um ein Hausverbot zu erteilen (AZ.: V ZR 115/11, Fundstelle: BGH-Pressemitteilung Nr. 32/201)

Gesetz zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr geplant

Im Mai hat die Bundesregierung den Entwurf eines Gesetzes zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr beschlossen. Beabsichtigt ist damit eine Verschärfung der Reaktionsmöglichkeiten für kleine und mittlere Unternehmen, deren offenstehende Forderungen nicht beglichen werden. Vorgesehen sind vor allem folgende Neuregelungen:

- Erhöhung des Verzugszinses von 8 auf 9 Prozentpunkte.

Die gesetzliche Neuregelung sieht vor, den Verzugszinssatz von derzeit 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz auf 9 Prozentpunkte zu erhöhen.

- Einführung eines Pauschalbetrages

Es soll zusätzlich im Fall des Zahlungsverzuges ein Pauschalbetrag in Höhe von 40,00 Euro als Schadensersatz eingeführt werden. Bislang musste derjenige, der über den Verzugszins hinaus Geld von dem säumigen Schuldner erhalten wollte, nachweisen, dass ihm ein konkreter Schaden in der geltend gemachten Höhe in Folge des Zahlungsverzuges entstanden ist.

- Einschränkung der Möglichkeiten, durch eine Vereinbarung die Zahlungsfristen hinauszuschieben

Abreden, die die Fälligkeit hinauszögern und damit faktisch eine Art kostenloser Lieferantenkredit darstellen, werden durch das neue Gesetz eingeschränkt.

Telekommunikationsgesetz in Kraft getreten

Das TKG-Änderungsgesetz und damit die TKG-Novelle sind am 09.05.2012 im Bundesgesetzblatt verkündet worden, damit ist das novellierte TKG am 10.05.2012 in Kraft getreten. Die Novelle verlangt von Telekommunikationsanbietern Änderungen von Vertragsbestimmungen, AGB sowie Leistungsbestimmungen. Diese sind mit dem Inkrafttreten umzusetzen

Die konkreten Anpassungen betreffen im Überblick insbesondere:

1. Transparenz von Vertragsinhalt und Leistung (§ 43a TKG, § 45n TKG) und „Netzneutralität“ (§ 41a TKG)
 - Insbes. Informationspflicht über die Leistungsmerkmale der Produkte, vgl. § 43a Abs. 2 Nr. 2 TKG
2. Umsetzung der Bestimmungen zum Anbieterwechsel (§ 46 TKG)
 - Details des Wechselprozesses sind in den AGB zu beschreiben
 - Berücksichtigung der neuen Regelungen in den AGB-Klauseln zu Laufzeit, Umzug, Kündigung
3. Vertragslaufzeit (§ 43b TKG)
 - max. 24 Monate Laufzeit möglich
 - ergänzend muss auch ein Produkt mit nur 12-monatiger „Höchstlaufzeit“ angeboten werden
4. Änderung der Sperrregelungen (§ 45k TKG)
 - Sperrvoraussetzung: 75 € Zahlungsverzug
 - Gilt nun neben Festnetz auch (neu) für Mobilfunk gleichermaßen
5. Warteschleifenregelungen umsetzen (relevant für Vertragsbeziehungen zwischen TK-Anbietern und Call Centern bzw. Diensteanbietern)
 - Verträge sind anzupassen, wahrscheinlich auch Änderungen bei den Vorleistungsverträgen erforderlich (Online Billing und Offline-Billing).
 - Umsetzung der Übergangsregelung ab 1. September 2012.
 - **Achtung: Die genaue technische und vertragliche Umsetzung ist noch unstritten und damit offen!**

Weitere Umsetzungsfragen und Details ergeben sich je nach Produktportfolio. Besonderheiten gelten z. B. insbesondere für Call-by-Call-Anbieter mit Einführung einer verpflichtenden Preisansage.

Veranstaltungen

„Vom ‚Gefällt mir Button‘ zur Videoüberwachung und Arbeitnehmerdatenschutz im Web 2.0“

Dienstag, 29. Mai 2012, 18.00 bis 20.00 Uhr, Saalgebäude, Raum 1 bis 3, IHK Saarland, Franz-Josef-Röder-Straße 9, 66119 Saarbrücken

Soziale Netzwerke sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Gerade Unternehmen, die sich darin bewegen, sollten sich informieren. Im Rahmen der Veranstaltung wird vorgestellt, wie die Einbindung des „Gefällt mir Button“ in die Unternehmenseite datenschutzrechtlich zu bewerten ist. Behandelt wird auch der Arbeitnehmerdatenschutz in den sozialen Netzwerken. Abgerundet wird der Vortrag durch eine allgemeine Einführung zur Videoüberwachung. **Frau Judith Thieser, Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit im Saarland**, wird gemeinsam mit ihrem Team vorstellen, wie sich Unternehmen in diesem Bereich rechtskonform verhalten können.

Anmeldungen **bis 28. Mai 2012** unter E-Mail: rosemarie.kurtz@saarland.ihk.de.

„FIT FÜR ... Marketing mit kleinem Budget“

Dienstag, 19. Juni 2012, 18.00 bis 20.00 Uhr, Seminargebäude, Raum 0.01, IHK Saarland, Franz-Josef-Röder-Straße 9, 66119 Saarbrücken

Sie verkaufen das beste Produkt, bieten die beste Dienstleistung an, haben das überzeugendste Lieferkonzept: Nur Ihr Kunde muss es wissen. Ein schlüssiges Marketingkonzept ist das „Aah“ und „Ooh“ im Geschäftsleben. Wie forme ich mein Image? Wie hebe ich mich von meinen Mitbewerbern ab? Wie setze ich Werbung zielführend ein? Welche Werbemittel sind für mich als Kleinunternehmer sinnvoll und bezahlbar? Wann brauche ich Expertenhilfe, was kann ich selber machen und wie gehe ich dabei vor?

Die Referentin, **Frau Sabine Ehrlich, Kommunikationsdesignerin und Fachkauffrau für Marketing, Heusweiler**, greift auf 22 Jahre Berufserfahrung in Werbung und Marketing zurück, wovon sie 12 Jahre in verschiedenen Unternehmen auf Führungsebene gearbeitet hat. Seit sechs Jahren begleitet sie Existenzgründer, kleine und mittelständische Unternehmen in allen Fragen des Marketings. Anhand von Praxisbeispielen wird Sie aufzeigen, wie Marketingmaßnahmen auch mit kleinem Budget maßgeschneidert geplant und umgesetzt werden können.

Frau Ehrlich steht Ihnen nach der Veranstaltung als Ansprechpartnerin zur Verfügung.

Anmeldungen **bis 18. Juni 2012** unter E-Mail: rosemarie.kurtz@saarland.ihk.de.

Impressum:

Verantwortlich und Redaktion:
Ass. 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:

Heike Cloß

Tel.: (0681) 9520-600

Fax: (0681) 9520-690

E-Mail: heike.closs@saarland.ihk.de

**Arbeitsrecht, Internetrecht,
Steuerrecht, Wirtschaftsrecht**

Georg Karl

Tel.: (0681) 9520-610

Fax: (0681) 9520-689

E-Mail: georg.karl@saarland.ihk.de

Gesellschaftsrecht

Thomas Teschner

Tel.: (0681) 9520-200

Fax: (0681) 9520-689

E-Mail: thomas.teschner@saarland.ihk.de

Wettbewerbsrecht