

rechtAktuell

Juni 2022



LOSCHELDER

Inhalt

Data Act: Von der Datenbereitstellung, fairen Vertragsregelungen und Interoperabilität	S. 03	Entfernungspauschale im Homeoffice – Auswirkungen auf die Firmenwagenbesteuerung	S. 39
Aktuelle Rechtsprechung zum Insolvenzanfechtungsrecht: Alles neu bei der Vorsatzanfechtung nach § 133 InsO?	S. 09	Exklusivität und Co.: Novellierung der Vertikal-GVO und Vertikal-LL	S. 45
Die Meldung der GmbH zum Transparenzregister – eine praktische Handlungsanweisung pünktlich zum Ablauf der Übergangsfrist am 30. Juni 2022	S. 15	Updatepflichten für digitale Produkte	S. 53
Gesetzesänderungen des UWG und der PAngV zum 28. Mai 2022	S. 19	Die Voraussetzungen von Direktwerbung im Datenschutz- und Lauterkeitsrecht – ein Überblick	S. 57
Zwei neue Schadensersatzansprüche im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes	S. 25	Virtuelle Gesellschafterversammlungen in der GmbH	S. 63
Cyber-Versicherung	S. 31	Das Urteil des Bundesgerichtshof (BGH) vom 26. Januar 2022 – IV ZR 144/21 zur Betriebsschließungsversicherung	S. 67
Begrenzung der Entgeltfortzahlungskosten bei Fortsetzungserkrankungen und der Auskunftsanspruch gegen Krankenkassen	S. 35	In eigener Sache	S. 70

rechtAktuell

aktuelle rechtliche Fragen und gesetzgeberische Entwicklungen

Über „rechtAktuell“

Die Publikation „rechtAktuell“ ist eine unregelmäßig erscheinende Veröffentlichung von Loschelder und beinhaltet keinen konkreten Rechtsrat zu einem speziellen Sachverhalt. Die veröffentlichten Artikel sind allgemeine Zusammenfassungen zu aktuellen rechtlichen Fragen, gesetzgeberischen Entwicklungen und Veränderungen aufgrund neuer Entscheidungen. Wir empfehlen deshalb dringend, bei konkreten Fragen einen Rechtsanwalt unserer Sozietät zu konsultieren. Dieser wird Ihre speziellen Fragen unter Berücksichtigung des Sachverhaltes und Ihrer Bedürfnisse gerne beantworten. Diese Veröffentlichung kann auf unserer Homepage unter www.loschelder.de abgerufen werden. Dort finden Sie auch weitere Veröffentlichungen unserer Sozietät.

Bezugswege

Normalerweise erhalten Sie „rechtAktuell“ im gewohnten Papierformat. Möchten Sie zukünftig „rechtAktuell“ gerne im PDF-Format beziehen? Dann schicken Sie uns bitte eine kurze Nachricht an: recht.aktuell@loschelder.de

Datenschutzhinweise

Unter www.loschelder.de/de/datenschutz; auf Anfrage per Post und E-Mail.



Europese
Commissie

Commission
européenne

European
Commission



ec.europa.eu

Digitalisierung

Data Act: Von der Datenbereitstellung, fairen Vertragsregelungen und Interoperabilität

Ein Datengesetz: Die EU-Kommission hat Ende Februar 2022 den Entwurf eines „Data Act“ vorgelegt. Dahinter verbirgt sich der Vorschlag für eine EU-Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Zugang zu Daten und deren Nutzung. Als EU-Verordnung werden die neuen Vorgaben nach Inkrafttreten in allen EU-Mitgliedstaaten unmittelbar gelten. Es wird also kein nationales Umsetzungsgesetz benötigt, Unternehmen und öffentliche Stellen werden die Vorschriften zwölf Monate nach der Veröffentlichung im Amtsblatt ohne weiteres einhalten und umsetzen müssen.

Der Data Act soll künftig neue Maßstäbe für den Zugang zu sowie die Bereitstellung und die Nutzung von in der EU erzeugten nicht-personenbezogenen Daten setzen. Ziel ist es, zu einer fairen, innovativen und effizienten digitalen Wirtschaft in der EU beizutragen. Der Zugang zu vorhandenen (Industrie-) Daten soll erleichtert werden, Rechtssicherheit soll Vertrauen in die gemeinsame Nutzung von Daten fördern und der Abbau von technischen Hindernissen soll den Weg zu einer interoperablen und agilen Datenwirtschaft bereiten.

Die im Entwurf vorgesehenen Regelungen sind umfangreich und weitreichend. Sie betreffen verschiedene Bereiche der digitalen Wirtschaft und eine Vielzahl unterschiedlicher Akteure, insbesondere Hersteller von smarten, vernetzten Produkten. Ihre Umsetzung wird erheblichen Umsetzungsaufwand mit sich bringen, aber auch Chancen bieten, etwa neue Geschäftsmodelle ermöglichen.

Bis zum Inkrafttreten des Data Act werden noch einige Diskussionen geführt werden: Mit dem jetzt vorliegenden Entwurf ist der erste Schritt getan, die EU-Kommission hat ihre Position kundgetan. Es folgt nun das Ordnungsverfahren mit Einbindung von Rat und Parlament. Der Data Act war bereits vor Veröffentlichung seines ersten Entwurfs derart intensiv diskutiert, dass auch das nun anstehende Ordnungsverfahren kontrovers zu werden verspricht.

Zugangsrechte zu Daten: Nutzung der von einem Produkt oder Dienst erzeugten (Meta-) Informationen

Bei der Nutzung eines vernetzten Produkts oder eines damit verbundenen Dienstes werden regelmäßig Daten erzeugt, gesammelt oder empfangen. Jedem Nutzer eines solchen Produkts oder Dienstes soll es künftig möglich sein, auf diese Daten zuzugreifen oder Zugang zu ihnen zu erhalten. Der Nutzer soll entscheiden können, ob und in welchem Umfang Dritte Zugang zu diesen Daten erhalten und zu welchen Zwecken und unter welchen Bedingungen sie diese nutzen dürfen.

Dieses Kapitel (Kapitel II) ist damit eines der Herzstücke des neuen Data Act und womöglich das weitreichendste für alle Anbieter von vernetzten Produkten und Diensten: Anbieter müssen ihre Produkte für die Nutzer öffnen und u.a. Metadaten umfassend bereitstellen. Dies bringt nicht nur technische Herausforderungen mit sich, sondern wird auch ganz erhebliche

Digitalisierung

kommerzielle Auswirkungen auf die Produktentwicklung haben.

Pflichten, Daten Dritten bereit zu stellen

Wenn ein Gesetz den Zugang zu Daten normiert, wie etwa Kapitel II des Data Act, dann sind die Regelungen des Kapitels III ergänzend zu beachten: Die Bereitstellung von Daten an professionelle Datenempfänger (nicht die Produktnutzer) muss zu fairen Bedingungen und transparent erfolgen, eine etwaig verlangte Gegenleistung muss angemessen sein.

Pflichten, Daten öffentlichen Stellen bereit zu stellen

Für die Bewältigung öffentlicher Notfälle und sogar – wenn es „anders nicht geht“ – für die Erfüllung öffentlicher Aufgaben können künftig öffentliche Stellen bei Unternehmen Daten in verhältnismäßigem Umfang anfordern. Unternehmen müssen diese Daten dann entsprechend der Anforderung bereitstellen.

Vertragsgestaltung: Verbot missbräuchlicher Klauseln beim Zugang zu Daten und deren Durchsetzung und Mustervertragsklauseln der EU-Kommission

Vertragliche Vereinbarungen über den Zugang zu Daten und ihre Nutzung, die Haftung und Rechtsbehelfe bei der Verletzung oder Beendigung von Vereinbarungen sind zentral für die kommerzielle Bewertung von Datengeschäften. Bei Verträgen mit kleinen und mittleren Unternehmen werden diese Klauseln künftig besonders geprüft: Sind derartige Klauseln missbräuchlich, entfalten sie keine Wirksamkeit.

Missbräuchlich ist insbesondere all das, was „in grober Weise“ von der guten Geschäftspraxis abweicht, gegen Treu und Glauben und gegen die guten Sitten verstößt. Hierzu wird die EU-Kommission ergänzend Mustervertragsklauseln vorlegen.

Wechsel zwischen Datenverarbeitungsdiensten: Datenportabilität

Auch an einer weiteren Stelle sagt die EU-Kommission mit dem Data Act exklusiven Geschäftsvorteilen und Lock-in-Effekten den Kampf an: Anbieter von Datenverarbeitungsdiensten, also etwa Cloud-Anbieter, müssen künftig sicherstellen, dass Kunden zu einem anderen Datenverarbeitungsdienst wechseln können. Kommerzielle, technische, vertragliche und organisatorische Vorkehrungen, die die Kunden daran hindern, müssen beseitigt werden.

In der Praxis muss mithin insbesondere die Datenmigration danach deutlich und flächendeckend erleichtert werden. Der Data Act enthält dazu eine Reihe detaillierter Vorgaben. So müssen u.a. etwa Daten, Anwendungen und digitale Bestände migriert werden mit einer Übergangsfrist von maximal 30 Tagen, der Umstellungsprozess muss vom bisherigen Anbieter unterstützt und, soweit technisch machbar, abgeschlossen werden, die uneingeschränkte Kontinuität bei der Bereitstellung der betreffenden Funktionen oder Dienste muss gewährleistet werden. Welche Gegenleistung der migrierende bisherige Anbieter dafür verlangen darf, ist vom Data Act ebenfalls reguliert und wird perspektivisch auf Null abgesenkt.

Internationaler Transfer nicht-personenbezogener Daten

Anbieter von Datenverarbeitungsdiensten haben auch für nicht-personenbezogene Daten künftig angemessene technische, rechtliche und organisatorische Maßnahmen zu treffen, um die internationale Übermittlung oder den staatlichen Zugriff auf in der Union gespeicherte Daten (von außerhalb) zu verhindern, wenn eine solche Übermittlung oder ein solcher Zugriff zu einem Konflikt mit dem Unionsrecht oder dem nationalen Recht des betreffenden Mitgliedstaats führen würde. Auch für nicht-personenbezogene Daten kommt damit eine (gegenüber der DSGVO

```
mirror_mod = modifier_ob.  
#set mirror object to mirror  
mirror_mod.mirror_object  
operation == "MIRROR_X":  
mirror_mod.use_x = True  
mirror_mod.use_y = False  
mirror_mod.use_z = False  
operation == "MIRROR_Y":  
mirror_mod.use_x = False  
mirror_mod.use_y = True  
mirror_mod.use_z = False  
operation == "MIRROR_Z":  
mirror_mod.use_x = False  
mirror_mod.use_y = False  
mirror_mod.use_z = True  
#selection at the end -add  
mirror_ob.select= 1  
modifier_ob.select=1  
bpy.context.scene.objects.active  
("Selected"+ str(modifier  
mirror_ob.select = 0  
bpy.context.selected_obj  
data.objects[one.name].sel  
print("please select exactly  
--- OPERATOR CLASSES ---  
types.Operator):  
on X mirror to the selected  
object.mirror_mirror_x"  
mirror X"  
context):  
context.active_object is not
```

Digitalisierung

abgeschwächte) Schutzpflicht der Daten bei Berührungen mit Gebieten außerhalb der EU zu-stande.

Interoperabilität

Ein „Binnenmarkt der Daten“, das grundlegende Ziel der EU-Digitalstrategie, ist umso besser erreichbar, je einfacher Daten gehandelt, ausgetauscht und gegenseitig genutzt werden können. Die Pflicht zur Herstellung einer verbesserten Interoperabilität wird so zum Rückgrat der EU-Digitalstrategie. Im Data Act markieren die Pflichten zur Verbesserung der Interoperabilität das letzte inhaltliche Kapitel. Es widmet sich drei wesentlichen Bereichen:

Betreiber von Datenräumen müssen grundlegende Interoperabilitätsanforderungen erfüllen, u.a. den Inhalt der Datensätze, Nutzungsbeschränkungen, Lizenzen etc. ausreichend beschreiben, damit der Empfänger die Daten finden, darauf zugreifen und sie nutzen kann.

Datenverarbeitungsdienste müssen bestimmte Spezifikationen einhalten und u.a. die Übertragbarkeit digitaler Bestände zwischen verschiedenen Datenverarbeitungsdiensten, die denselben Diensttyp abdecken, verbessern.

Intelligente Verträge (smart contracts) müssen ebenfalls bestimmte Anforderungen einhalten, u.a. so konzipiert sein, dass eine Manipulation durch Dritte ausgeschlossen wird oder eine Datenarchivierung der Transaktionsdaten, der Logik und des Codes des intelligenten Vertrags vorgesehen ist, um die Aufzeichnung der in der Vergangenheit an den Daten durchgeführten Operationen abzubilden.

Geltungsbereich und Verhältnis zu anderen Rechtsvorschriften

Gelten wird die Verordnung nach dem aktuellen Entwurf (Art. 1) für

- Hersteller und Nutzer von Produkten und Dienstleistungen, mit denen Daten erzeugt, bereitgestellt oder genutzt werden,
- Dateninhaber und Datenempfänger in der EU,
- Öffentliche Stellen, die Daten für die Wahrnehmung einer Aufgabe im öffentlichen Interesse benötigen und die Dateninhaber, die solche Daten zur Verfügung stellen können bzw. sollen,
- Anbieter von Datenverarbeitungsdiensten in der EU.

An verschiedenen Stellen privilegiert der Data Act KMU, also kleine und mittlere Unternehmen, etwa bei der Datenbereitstellung (angemessene Gegenleistung nur bei reiner Kostendeckung und den Vertragsklauseln spezifische Missbrauchskontrolle).

Neben dem Data Act bleiben die DSGVO und die ePrivacy-Richtlinie unberührt. Der Data Act ergänzt die bestehenden Regelungen, schränkt diese aber nicht ein und modifiziert sie auch nicht.

Durchsetzung und Bußgelder

Die Durchsetzung der neuen Verordnung ist von den Mitgliedstaaten jeweils einer oder mehrerer Behörden aufzugeben, wobei die Überwachung mit Blick auf personenbezogene Daten den Datenschutzaufsichtsbehörden obliegen wird. Die betrauten Behörden müssen mit ausreichenden Instrumenten und Durchsetzungskraft ausgestattet werden.

Die Behörden werden auch als Beschwerdestelle dienen und sollen die Befugnis erhalten, von den jeweiligen Mitgliedstaaten noch festzulegende Bußgelder zu erlassen. Geht es um Verstöße gegen die Verarbeitung personenbezogener Daten, sollen die Bußgeldvorschriften der DSGVO Anwendung finden mit Bußgeldern von bis zu 4% des Jahresgruppenumsatzes bzw. 20 Mio Euro.

Digitalisierung

Ausblick

Der Entwurf des Data Act ist ein weiterer großer Wurf der EU-Kommission. Im Rahmen ihrer Digitalstrategie zielt diese darauf, die Maßstäbe zu setzen für die künftige Regulierung der „digital economy“. Der Data Act reiht sich insofern ein in die wachsende Liste relevanter Entwürfe, insbesondere der KI-Verordnung, aber auch dem Data Markets Act oder dem Data Governance Act.

Mit dem Data Act steigt die EU nun erstmals in die Regulierung des eigentlichen Datengeschäfts ein und begrenzt ihre Vorgaben nicht, wie bisher, auf Spezialbereiche (KI), marktstarke Player wie Amazon, Apple, Google oder Facebook (Meta) und ähnliche Akteure (Digital Markets Act) oder die öffentliche Hand (Data Governance Act).

Der Data Act erstreckt sich als horizontale Regulierung auf alle Sektoren und alle Akteure im Datengeschäft. Er wird sich, so unsere ganz subjektive Erwartung, zu der zentralen Regelung für alle digitalen Angebote neben dem Digitalen Vertragsrecht, der DSGVO und der ePrivacy-Regulierung entwickeln.

Weitere Informationen rund um den Data Act finden Sie auch auf unserem Blog Digitalisierung & Recht unter www.digitalisierungsrecht.eu.

Für sämtliche Fragen zu digitalen Produkten, dem Datengesetz und Datenhandel stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Kristina Schreiber

0221 650 65-337

kristina.schreiber@loschelder.de

Dr. Patrick Pommerening

0221 650 65-134

patrick.pommerening@loschelder.de





Insolvenzrecht

Aktuelle Rechtsprechung zum Insolvenzanfechtungsrecht: Alles neu bei der Vorsatzanfechtung nach § 133 InsO?

Bereits mit Urteil vom 6. Mai 2021 hatte der Bundesgerichtshof (BGH) die sog. Vorsatzanfechtung nach § 133 InsO „neu ausgerichtet“ und die Anforderungen an den Vortrag des Insolvenzverwalters verschärft. In vier aktuellen Urteilen aus Februar und März 2022 hat der BGH diese Neuausrichtung nunmehr in einzelnen Punkten wiederholt, konkretisiert und fortentwickelt.

Einleitung

Das Insolvenzverfahren dient der gemeinschaftlichen Befriedigung aller Insolvenzgläubiger, d.h. solchen Gläubigern, die über keine Sicherungsrechte verfügen. Dieses Ziel kann unterlaufen werden, wenn einzelne Gläubiger (kurz vor der Insolvenz noch eine volle Befriedigung für ihre Forderung erhalten. Der Insolvenzverwalter (bzw. der Sachwalter im Fall der sog. Eigenverwaltung) hat daher im Rahmen der Insolvenzanfechtung die Möglichkeit, solche Rechtshandlungen anzufechten, die zu einer Benachteiligung der übrigen Insolvenzgläubiger geführt haben. Hierzu sehen die in den §§ 129 ff. InsO geregelten Insolvenzanfechtungstatbestände unterschiedliche Voraussetzungen vor, wobei neben objektiven in der Regel auch subjektive Kriterien – wie etwa die Kenntnis der Zahlungsunfähigkeit – erfüllt sein müssen.

Im Fall einer erfolgreichen Insolvenzanfechtung muss der Gläubiger dasjenige zurückgewähren, was er durch die angefochtene Rechtshandlung erlangt hat. Im Gegenzug kann er die ursprüngliche Forderung zur Insolvenztabelle anmelden. Auf diese Insolvenzforderung erhält er allerdings nur die sog. Insolvenzquote, die praktisch regelmäßig wertlos ist. Im Rahmen eines beidseitig erfüllten Vertrages – wie etwa einem Unternehmenskaufvertrag – besteht für den Erwerber zudem das Risiko einer asymmetrischen Rückabwicklung: Die vom insolventen Veräußerer gelieferten Vertragsgegenstände – wie etwa Geschäftsanteile oder Vermögensgegenstände – fallen in die Insolvenzmasse zurück, während der Gegenanspruch auf Kaufpreistrückgewähr meist nur den Rang einer Insolvenzforderung hat.

Vorsatzanfechtung

Neben den sog. besonderen Anfechtungstatbeständen (§§ 130 - 132 InsO), die im Wesentlichen den regelmäßig kritischen Drei-Monats-Zeitraum vor der Insolvenzantragstellung umfassen, ist die sog. Vorsatzanfechtung (§ 133 InsO) ein in der Praxis äußerst relevanter Tatbestand. Relevant deshalb, weil sie eine Anfechtung rückwirkend bis zu vier – in Ausnahmefällen sogar bis zu zehn – Jahre ermöglicht. Der Grundgedanke ist einfach: Nimmt der spätere Insolvenzschuldner eine

Rechtshandlung vor, um seine Gläubiger zu benachteiligen (Benachteiligungsvorsatz) und weiß der Begünstigte dies (Kenntnis), so ist diese Rechtshandlung anfechtbar. Der Anfechtungstatbestand lebt daher von den subjektiven Voraussetzungen – Vorsatz und Kenntnis –, deren Nachweis in einem gerichtlichen Verfahren stets schwierig ist und insbesondere durch ein Wechselspiel zwischen Leitlinien der Rechtsprechung und gesetzlichen Vermutungen vorgenommen wird.

Rückblick

Der BGH pflegte hinsichtlich der Vorsatzanfechtung längere Zeit eine tendenziell anfechtungsfreundliche Rechtsprechung. Ausgehend von der gesetzlichen Regelung, dass die Kenntnis des Gläubigerbenachteiligungsvorsatzes bei Vorliegen einer drohenden Zahlungsunfähigkeit (§ 18 InsO) vermutet wird (§ 133 Abs. 1 S. 2 InsO), konnte sich der Vortrag des Insolvenzverwalters in der Vergangenheit oftmals auf das Vorliegen einer (drohenden) Zahlungsunfähigkeit bzw. entsprechender Indizien beschränken. Die Folge: Bei kriselnden Unternehmen schwebte bei geringsten erkennbaren Zahlungsschwierigkeiten sofort das Damoklesschwert der Vorsatzanfechtung über der gesamten Geschäftsbeziehung.

Nach zunehmender Kritik aus der Praxis – insbesondere von Unternehmer- und Mittelstandsverbänden – sowie der Wissenschaft reformierte der Gesetzgeber die Voraussetzungen der Vorsatzanfechtung am 5. April 2017. Hierdurch wurde die Vorsatzanfechtung insbesondere im Bereich der sog. Deckungsgeschäfte entschärft, da die Anfechtungsfrist insoweit nur noch vier Jahre beträgt. Deckungsgeschäfte sind solche, bei denen ein Gläubiger befriedigt oder ihm eine

Sicherung gewährt wird. Liegt zudem eine sog. kongruente Deckung vor, d.h. der Gläubiger erhält eine Leistung, die er in der Art und Weise und zu dieser Zeit tatsächlich beanspruchen konnte, erfordert die gesetzliche Vermutungsregel seit der Reform im Jahr 2017 nicht mehr die Kenntnis von der bloß drohenden Zahlungsunfähigkeit, sondern von der eingetretenen Zahlungsunfähigkeit. Da Insolvenzverwalter ihren Vortrag im Rahmen der Vorsatzanfechtung regelmäßig aber ohnehin auf die eingetretene Zahlungsunfähigkeit in Kombination mit der (erkannten) Zahlungseinstellung stützen, hat die Gesetzesreform für sich genommen zunächst keine wesentliche Veränderung bewirkt.

Die Neuausrichtung des BGH

Beginnend mit seiner Entscheidung vom 6. Mai 2021 (Az. IX ZR 72/20) hat der BGH nunmehr in mehreren Entscheidungen eine Neuausrichtung der Vorsatzanfechtung vorgenommen, indem er insbesondere die Anforderungen an den Vortrag des Insolvenzverwalters erhöht hat (BGH, Urteile vom 06.05.2021, Az. IX ZR 72/20; 10.02.2022, Az. IX ZR 148/19; 24.04.2022, Az. IX ZR 250/20; 03.03.2022, Az. IX ZR 53/19 und Az. IX ZR 78/20). Die wesentlichen Kernaussagen lassen sich (vereinfacht) wie folgt zusammenfassen:

1. Die subjektiven Voraussetzungen der Vorsatzanfechtung können nicht mehr allein auf eine erkannte (eingetretene) Zahlungsunfähigkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt gestützt werden. Vielmehr ist zusätzlich ein prognostisches Element erforderlich: Es muss zu erwarten sein, dass der Schuldner seine übrigen Gläubiger auch in Zukunft nicht mehr vollständig befriedigen können wird.



TOTALAUSVERKAUF

GESCHÄFTS
AUFGABE

% WIR SCHLIESSEN %



2. An die Feststellung der Zahlungsunfähigkeit des Schuldners sind erhöhte Anforderungen zu stellen. Kann diese beispielsweise nicht auf die Erklärung des Schuldners gestützt werden, aus Mangel an liquiden Mitteln nicht zahlen zu können, müssen die für eine Zahlungseinstellung sprechenden sonstigen Umstände ein der Erklärung entsprechendes Gewicht erreichen.
3. Mit Blick auf die Fortdauervermutung einer einmal eingetretenen Zahlungsunfähigkeit musste der Insolvenzverwalter die Zahlungseinstellung bislang nur zu irgendeinem Zeitpunkt beweisen; der Anfechtungsgegner musste sodann darlegen und beweisen, dass der Schuldner seine Zahlungen später insgesamt wieder aufgenommen hat. Dies war für den Anfechtungsgegner kaum möglich, da er in der Regel nur das Zahlungsverhalten des Schuldners ihm selbst gegenüber kennt. Nunmehr muss der Anfechtungsgegner lediglich einen Umstand beweisen, der eine Wiederaufnahme der Zahlungen im Allgemeinen als möglich erscheinen lässt. Sodann muss der Insolvenzverwalter – welcher den Zugriff auf die notwendigen Informationen hat – zusätzlich zum gesamten Zahlungsverhalten des Schuldners, insbesondere zu (weiteren) nicht bedienten Verbindlichkeiten vortragen.
4. Auf eine lediglich drohende Zahlungsunfähigkeit (§ 18 InsO) im Zeitpunkt der Rechts-handlung kann eine Vorsatzanfechtung in der Regel nicht (mehr) gestützt werden. Es müssen grundsätzlich weitere Umstände hinzukommen, wie etwa der unmittelbar bevorstehende Eintritt der Zahlungsunfähigkeit (§ 17 InsO). Die Darlegungs- und Beweislast für die besonderen Umstände trägt der Insolvenzverwalter. Zudem ist der Nachweis der Kenntnis der drohenden Zahlungsunfähigkeit erschwert worden: Kennt der Anfechtungsgegner nur das Zahlungsverhalten des Schuldners ihm gegenüber, fehlt in der Regel der für die prognostische Beurteilung einer drohenden Zahlungsunfähigkeit erforderliche Überblick über die (zukünftigen) wirtschaftlichen Verhältnisse des Schuldners.
5. Das Vorliegen einer insolvenzrechtlichen Überschuldung (§ 19 InsO) ist ein eigenständiges Beweiszeichen für die subjektiven Voraussetzungen der Vorsatzanfechtung. Allerdings muss der Insolvenzverwalter die hierfür erforderliche sog. negative Fortbestehensprognose darlegen und beweisen. Eine negative Fortbestehensprognose liegt im Wesentlichen vor, wenn die Finanzierung eines Unternehmens innerhalb der nächsten zwölf Monate nicht überwiegend wahrscheinlich ist, was – wie bei der drohenden Zahlungsfähigkeit – anhand einer Zahlungsfähigkeitsprognose geprüft wird. Die Stärke des Beweiszeichens soll dem der drohenden Zahlungsunfähigkeit entsprechen.
6. Die Vorsatzanfechtung scheiterte bereits bislang regelmäßig dann, wenn der Schuldner einen tauglichen Sanierungsversuch unternommen hatte. Nunmehr muss der Insolvenzverwalter jedoch nachweisen, dass (i) der Sanierungsversuch untauglich war oder der ursprünglich erfolgsversprechende Sanierungsversuch gescheitert ist und (ii) der Schuldner dies erkannt oder billigend in Kauf genommen hat. Der Beweislast ist genüge getan, wenn aufgrund der objektiven

Insolvenzrecht

Umstände aus der Perspektive ex ante (d.h. aus damaliger Sicht) die zukünftige Befriedigung der Gläubiger fernlag oder unrealistisch war. Entscheidend ist, ob der Schuldner erwarten konnte, innerhalb der – abhängig von den Insolvenzantragspflichten – noch zur Verfügung stehenden Zeit die rechtlichen und tatsächlichen Voraussetzungen für die Realisierung des Sanierungskonzepts zu schaffen. Der Schuldner darf dabei grundsätzlich auf die Richtigkeit der Beratung eines unvoreingenommenen, fachlich ausgewiesenen Experten vertrauen.

7. Die erforderlichen subjektiven Voraussetzungen sind (weiterhin) im Rahmen einer umfassenden Gesamtwürdigung aller Beweisanzeichen zu prüfen.

Fazit und Ausblick

In laufenden und zukünftigen (außer-)gerichtlichen Verfahren zur Vorsatzanfechtung sind Anfechtungsgegner und Insolvenzverwalter (bzw. Sachwalter) gut beraten, die neuen Leitlinien des BGH zu beachten. Dies gilt insbesondere mit Blick auf die verschärften Anforderungen an den Nachweis einer eingetretenen Zahlungsunfähigkeit.

Es bleibt allerdings abzuwarten, inwieweit insbesondere die erstinstanzlichen Gerichte die Neuausrichtung des BGH berücksichtigen und umsetzen werden. In geeigneten Fällen kann sich daher auch weiterhin – gerade bei komplexen Sachverhalten – eine vergleichsweise Einigung anbieten. Auch dabei sollte allerdings eine rechtliche und wirtschaftliche Einschätzung der jeweiligen Positionen anhand der BGH-Rechtsprechung vorgenommen werden.

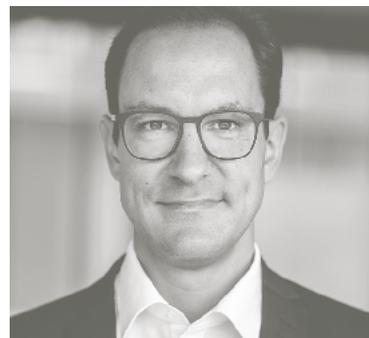
Die Vorgaben des BGH – sowie weitere mögliche Schutzmechanismen – sollten zudem bereits im Rahmen der Vertrags- und Zahlungsabwicklung mit (potentiell) kriselnden Vertragspartnern beachtet werden, um das Risiko einer etwaigen späteren Insolvenzanfechtung bereits vorbeugend zu minimieren.

Für sämtliche Fragen zum Insolvenzanfechtungsrecht und allgemein zum Restrukturierungs- und Insolvenzrecht steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Nils Derksen

0221 650 65-224

[nils.derksen@loschelder.de](mailto:nil.derksen@loschelder.de)





Gesellschaftsrecht

Die Meldung der GmbH zum Transparenzregister – eine praktische Handlungsanweisung pünktlich zum Ablauf der Übergangsfrist am 30. Juni 2022

Bisher war für viele GmbHs eine Meldung ihres wirtschaftlich Berechtigten zum Transparenzregister entbehrlich. Auch nach Entfall der sogenannten Mitteilungsfiktion zum 1. August 2021 (vgl. unseren Beitrag in der Recht aktuell-Ausgabe 07/2021) sah der Gesetzgeber rechtsformabhängige Übergangsfristen vor. Für GmbHs endet diese nun am 30. Juni 2022. Zeit für eine praktische Handlungsanweisung.

Die GmbH ist die in Deutschland mit Abstand beliebteste Rechtsform. Am 1. Juli 2022 müssten im Transparenzregister die wirtschaftlich Berechtigten von mehr als 1,3 Mio. GmbHs abrufbar sein. Denn an diesem Tag wird nach dem Entfall der Mitteilungsfiktion im vergangenen Jahr auch die Übergangsfrist abgelaufen sein. Von dieser können derzeit noch solche GmbHs Gebrauch machen, die am 31. Juli 2021 von der Mitteilungsfiktion profitierten.

Dass tatsächlich zum Ablauf der Übergangsfrist sämtliche GmbHs mit Sitz in Deutschland ihren wirtschaftlich Berechtigten zum Transparenzregister gemeldet haben werden, ist wohl kaum zu erwarten. Da es dem Bundesverwaltungsamt als zuständiger Bußgeldbehörde künftig ein Leichtes ist, durch einen einfachen Abgleich zwischen Handelsregister und Transparenzregister festzustellen, ob eine GmbH ihrer Pflicht zur Transparenzregistermeldung nachgekommen ist, dürfte die Anzahl der Bußgeldverfahren künftig deutlich zunehmen.

Damit Ihre GmbH nicht Betroffene eines solchen Verfahrens wird, müssen Sie spätestens am 30. Juni 2022 den wirtschaftlich Berechtigten Ihrer GmbH dem Transparenzregister melden:

1. Zunächst einmal müssen Sie auf www.transparenzregister.de ein Nutzerkonto erstellen.
2. Sobald das Nutzerkonto freigeschaltet ist, können Sie wirtschaftlich Berechtigte in das Transparenzregister eintragen.
3. Am komfortabelsten ist die Eintragung mithilfe des sogenannten Einrichtungsassistenten, den Sie über die Startseite des Transparenzregisters erreichen.
4. Nach Start des Einrichtungsassistenten müssen Sie zunächst eine neue Rechtseinheit anlegen, nämlich Ihre GmbH.
5. Die Anlage der neuen Rechtseinheit erfolgt über die Eingabe der Firma. Dabei durchsucht der Einrichtungsassistent den gesamten Datenbestand des gemeinsamen Registerportals der Länder.
6. Nach Auswahl Ihrer GmbH geben Sie die Geschäftsanschrift an und schließen sodann die Anlage der Rechtseinheit ab.
7. Anschließend gibt man an, welche Art von Meldung abgegeben werden soll. Ist bisher

- kein wirtschaftlich Berechtigter zum Transparenzregister gemeldet worden, wählt man „Erstmalig wirtschaftlich Berechtigten zu dieser Rechtseinheit mitteilen“.
8. Weil das Geldwäschegesetz vorschreibt, dass das Transparenzregister in Form einer „chronologischen Datensammlung“ angelegt wird, ist zunächst einmal die Angabe notwendig, seit wann die zu meldenden Personen wirtschaftlich Berechtigte sind. Dabei kann man regelmäßig auf das Datum der letzten Gesellschafterliste abstellen, wenn ein tatsächlich wirtschaftlich Berechtigter gemeldet wird. Sind mangels tatsächlich wirtschaftlich Berechtigter die Geschäftsführer als fiktive wirtschaftlich Berechtigte zu melden, spricht aus unserer Sicht in der Regel nichts dagegen, auf das Datum der Eintragung des Geschäftsführers in das Handelsregister abzustellen. Ganz exakt müsste das Datum der Bestellung angegeben werden. Dies ist der Tag, an dem der Geschäftsführer von dem Bestellungsbeschluss der Gesellschafterversammlung erfahren und die Bestellung angenommen hat.
 9. Nach Angabe des Datums ist mitzuteilen, ob ein tatsächlicher oder ein fiktiver wirtschaftlich Berechtigter gemeldet wird. Dabei besteht ein strenges Alternativverhältnis. Ist ein tatsächlich wirtschaftlich Berechtigter vorhanden und wählt man dieses Feld, bietet einem der Einrichtungsassistenten folgerichtig auch gar nicht an, daneben fiktive wirtschaftlich Berechtigte zu melden.
 10. Hat man sich für die tatsächlichen oder die fiktiven wirtschaftlich Berechtigten entschieden, erfasst man nun die erforderlichen Daten zu dem oder den wirtschaftlich Berechtigten.
 11. Bei den Angaben zur Person ist zu beachten, dass sämtliche Vor- und Nachnamen so einzutragen sind, wie sie in offiziellen Ausweisdokumenten des wirtschaftlich Berechtigten vermerkt sind. Als Wohnort ist lediglich die postalische Gemeinde (also etwa Köln), nicht aber die vollständige Anschrift anzugeben. Bei wirtschaftlich Berechtigten mit mehreren Staatsangehörigkeiten sind stets sämtliche Staatsangehörigkeiten anzugeben.
 12. Bei den Angaben zum wirtschaftlichen Interesse ist bei tatsächlich wirtschaftlich Berechtigten anzugeben, ob sich die wirtschaftliche Berechtigung aus der Beteiligung an der Rechtseinheit selbst oder aus der Ausübung von Kontrolle auf sonstige Weise ergibt. Ergibt sich die wirtschaftliche Berechtigung aus mehreren Gründen, etwa weil der wirtschaftlich Berechtigte mehr als 25 % der Kapitalanteile hält und mehr als 25 % der Stimmrechte kontrolliert, kann einer der Gründe ausgewählt werden. Ein und dieselbe natürliche Person muss in einer Meldung niemals mehrfach als wirtschaftlich Berechtigter ein und derselben Rechtseinheit gemeldet werden.
 13. Bei fiktiven wirtschaftlich Berechtigten ist die Art der wirtschaftlichen Berechtigung stets die Funktion als gesetzlicher Vertreter. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Bundesverwaltungsamt verlangt, dass sämtliche Geschäftsführer als fiktive wirtschaftlich Berechtigte zu melden sind. Zum Umfang muss und sollte keine Angabe gemacht werden, um Rückfragen des Transparenzregisters zu vermeiden. Zu diesen kommt es erfahrungsgemäß insbesondere dann, wenn in das Freifeld eine Prozentangabe eingetragen wird.

Gesellschaftsrecht

14. Nach der Erfassung aller wirtschaftlich Berechtigten kann die Meldung zum Transparenzregister abgeschlossen werden.
15. Anschließend sollte die Eingangsmitteilung des Transparenzregisters unbedingt gespeichert werden. Eine Benachrichtigung über die erfolgte Eintragung erhält man nämlich nicht.
16. Allerdings kann man unter „Meine Aktionen“ – „Wirtschaftlich Berechtigte eintragen und verwalten“ – „Eingereichte Aufträge einsehen und verwalten“ den Status des Auftrags einsehen. Lautet dieser „Eintragung erfolgt“ und ist es nach Ihrer Meldung zu keinen Rückfragen des Transparenzregisters gekommen, ist die Eintragung so erfolgt, wie Sie gemeldet haben.

Die Meldung des wirtschaftlich Berechtigten setzt aber natürlich die Ermittlung des wirtschaftlich Berechtigten voraus.

Bei Fragen zum Transparenzregister und Unterstützung bei den erforderlichen Meldungen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Marcel Kleemann

0221 650 65-266

marcel.kleemann@loschelder.de





\$1.25

Coca-Cola
classic

20oz

\$1.25

Coca-Cola
zero

20oz

\$1.25

Coca-Cola
zero

20oz

\$1.25

Sprite

\$1.25

Fanta
orange

DA S

Diet
Coke

Wettbewerbsrecht

Gesetzesänderungen des UWG und der PAngV zum 28. Mai 2022

Durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht und die Verordnung zur Novellierung der Preisangabenverordnung (PAngV) vom 12. November 2021 haben zahlreiche Änderungen Eingang in das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und die Preisangabenverordnung gefunden. Betroffene Marktteilnehmer sollten bereits die erforderlichen Wechselschritte in die Wege geleitet haben, um Konflikte zu verhindern. Einige der Änderungen machen auch Anpassungen in der Warenproduktion erforderlich, die ggf. nicht so kurzfristig erfolgen konnten. Auf ausgewählte Änderungen gehen wir in der Folge ein.

Schadensersatzanspruch von Verbrauchern

Ein zentraler Grundsatz des UWG war für weit über 100 Jahre, dass dieses Gesetz nur Ansprüche von Wettbewerbern und Wirtschaftsverbänden – später auch Verbraucherschutzorganisationen – begründet. Dabei war der Verbraucherschutz stets ausdrückliches Ziel des Gesetzes, aber gegenseitige Kontrolle und Korrektur zwischen den Mitbewerbern sollten zugunsten von Verbrauchern indirekt einen lautereren Wettbewerb herbeiführen, ohne den Verbrauchern einen Anspruch im Fall unlauterer Werbung zu gewähren. Auf Grundlage der Richtlinie (EU) 2019/2161 (sog. Omnibus-Richtlinie) schafft der Gesetzgeber nun in § 9 Abs. 2 UWG n.F. erstmals einen Schadensersatzanspruch zugunsten von Verbrauchern, wenn ein Unternehmen gegen bestimmte Vorschriften des UWG verstößt. Unter anderem besteht der Schadensersatzanspruch in jedem Fall von irreführender Werbung. Einige weitere Normen, die insbesondere dem Schutz der Mitbewerber dienen, sind von der Regelung ausdrücklich ausgenommen. Ob dieser europarechtlich vorgegebene Paradigmenwechsel zu

einem vermehrten Vorgehen von Verbrauchern führt und über die bisherigen Regelungen hinausgehende Kontrollwirkungen hat, muss sich erst zeigen. Erhöhte Risiken werden sich in der Zukunft jedenfalls dann ergeben, wenn Verbandsklagen durch Verbraucherschutzorganisationen möglich sind, bei denen Schadensersatzansprüche von Verbrauchern gebündelt werden. Die Umsetzung dieser Richtlinie ist ebenfalls in Vorbereitung.

Neue Vorgaben bei der Vermarktung von „Dual Quality-Produkten“

§ 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG n.F. regelt die Vermarktung von „Dual Quality-Produkten“. „Dual Quality-Produkte“ sind hinsichtlich ihrer Zusammensetzung und/oder Qualitätsmerkmalen unterschiedliche Produkte, die ein Marktteilnehmer mit identischer Aufmachung in verschiedenen Mitgliedstaaten der EU auf den Markt bringt. Dies ist insbesondere bezüglich der Rezepte bestimmter Lebensmittel und Getränke (etwa Nutella oder Coca-Cola) bekannt, aber nicht darauf beschränkt. Die Produkte dürfen nun nicht mehr Gegenstand einer identischen Vermarktung sein, wenn sie sich wesentlich voneinander unterscheiden, sofern legitime und objektive Faktoren die identische Vermarktung nicht rechtfertigen. Die Neuregelung nimmt vorrangig die Produkthersteller in die Pflicht, kann allerdings auch die Händler betreffen, wenn sie selbst für die Vermarktung zuständig sind.

Zum jetzigen Zeitpunkt bestehen Rechtsunsicherheiten darüber, welche Abweichungen als wesentlich im Sinne der Norm und welche als unwesentlich einzustufen sind. Nur letztere erlauben eine identische Vermarktung. Wenn eine Anpassung erforderlich ist, stellt sich auch die Frage, in welcher Form die Vermarktung

Wettbewerbsrecht

unterschiedlich ausfallen muss. Fraglich ist etwa, ob eine unterschiedliche Gestaltung des Verpackungsdesigns ausreicht oder Hinweise erforderlich sind, dass ein Produkt für einen bestimmten Markt hergestellt ist (und in anderen variiert). Allerdings liegt die Annahme nahe, dass die bisherigen Unterschiede, die sich (nur) in den Angaben der Produktzusammensetzung bei ansonsten identischer Verpackungsgestaltung etc. fanden, nicht ausreichen. Nach ausdrücklicher Festlegung in dem Regierungsentwurf ist jedenfalls keine Einschränkung eines EU-weiten Einsatzes von Marken beabsichtigt. Seine Marke kann der Hersteller also weiter im Binnenmarkt ohne Verstoß gegen die Norm auch auf im Sinne von § 5 Abs. 3 UWG n.F. unterschiedlichen Produkten einsetzen, muss aber die weitere Aufmachung des Produktes entsprechend anpassen.

Zulässig bleibt der Vertrieb von „Dual Quality-Produkten“ bei legitimen und objektiven Umständen, die im Einzelfall zu bewerten sind. Als Beispiele werden abweichende Vorgaben des nationalen Rechts, die Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen oder freiwillige Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln genannt. Der nationale Regierungsentwurf erlaubt außerdem eine identische Vermarktung abweichender Produkte, wenn die Abweichung auf unterschiedliche Verbraucherpräferenzen zurückzuführen ist.

Transparenzanforderungen

Der neu in das Gesetz eingefügte § 5b UWG schafft verschiedene Informationspflichten, welche die Transparenz zugunsten von Verbrauchern beim Online-Handel vergrößern sollen.

Ergebnis einer Suchanfrage

Nach § 5b Abs. 2 UWG n.F. muss ein Unternehmer, der dem Verbraucher auf seiner Internetseite eine Suchfunktion zur Verfügung stellt, künftig offenlegen, anhand welcher Parameter er das

Suchergebnis erstellt und wie er die Parameter im Verhältnis zueinander gewichtet. Die Regelung stützt sich auf die herausragende Bedeutung, die die Reihenfolge des Ergebnisses auf die Auswahl des Verbrauchers hat. Weiter sieht S. 2 vor, dass die Informationen unmittelbar und leicht zugänglich sein müssen. Sie sind auch verständlich zu formulieren.

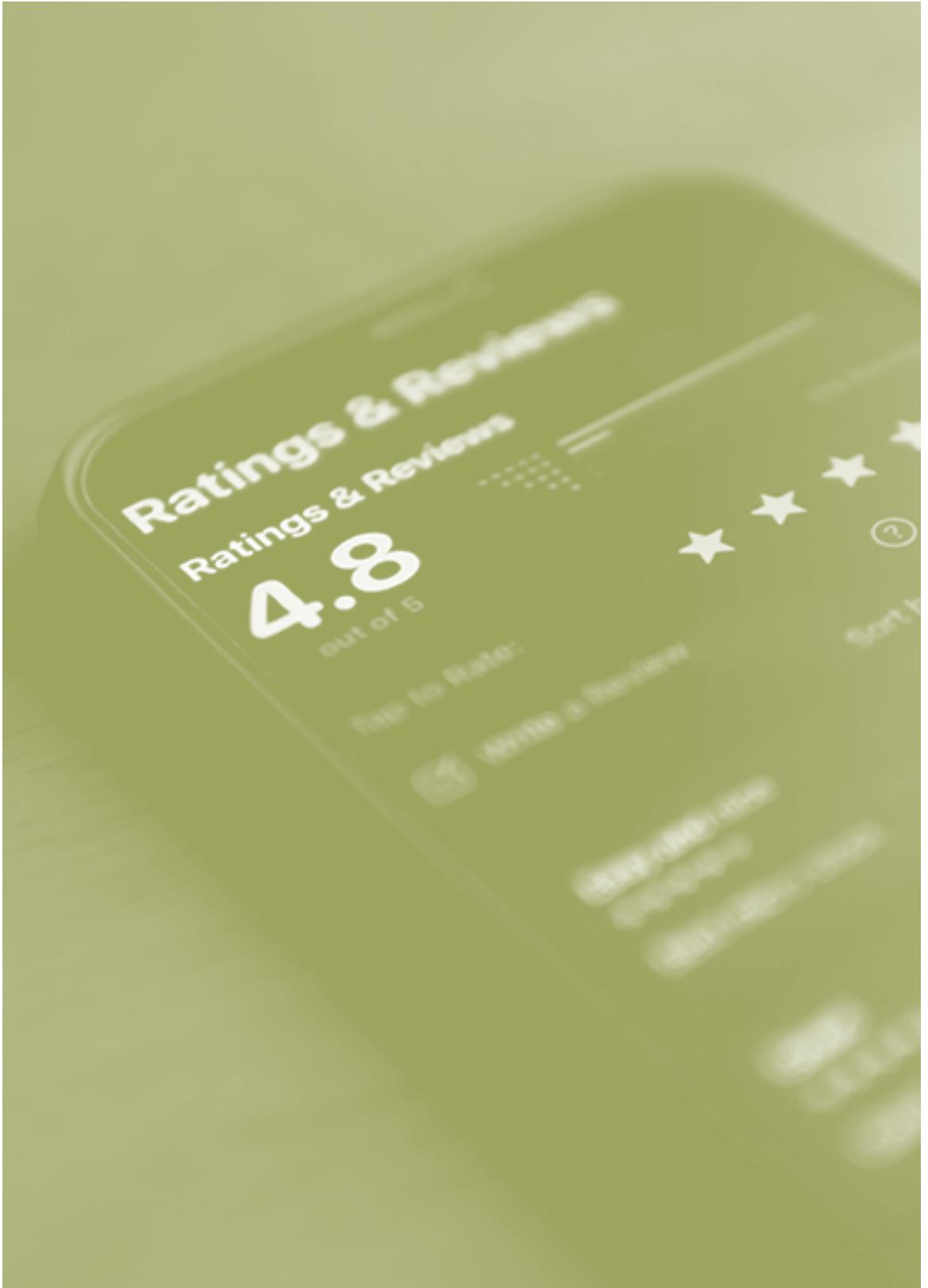
Sofern der Algorithmus, der der Suchanfrage zugrunde liegt, als Geschäftsgeheimnis nach dem Geschäftsgeheimnisgesetz (GeschGehG) geschützt ist, sind das Bestehen der Offenlegungspflicht und die inhaltlichen Grenzen gegeneinander abzuwägen. In keinem Fall bedarf es allerdings einer detaillierten Offenlegung des Algorithmus – dies ergibt sich bereits daraus, dass die Information für den Verbraucher verständlich formuliert sein muss. Für Suchmaschinenbetreiber wie Google gilt § 5b Abs. 2 UWG n.F. nicht.

Verbraucherbewertungen

§ 5b Abs. 3 UWG n.F. verpflichtet den Unternehmer zur Offenlegung, ob (und wenn ja, wie) er sicherstellt, dass (vermeintliche) Verbraucherbewertungen auf seiner Internetseite von „echten“ Verbrauchern stammen und diese auch das Produkt/die Dienstleistung, das/die sie bewerten, tatsächlich genutzt bzw. erworben haben. Die Regelung verpflichtet ihn nicht dazu, eine solche Prüfung durchzuführen, aber den Verbraucher über sein Vorgehen zu informieren. Die ebenso neuen Verbote der „Schwarzen Liste“ in Nr. 23b (Verbot der Irreführung über die Echtheit von Verbraucherbewertungen) und Nr. 23c (Verbot gefälschter Verbraucherbewertungen) des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG ergänzen diese Informationspflicht.

Influencer

Bisher beschäftigte vor allem die Gerichte, wie das Vorgehen von Influencern zur Kennzeichnung von Beiträgen als Werbung lauterkeitsrecht-



Wettbewerbsrecht

lich einzuordnen ist. Nunmehr hat der Gesetzgeber einen Tatbestand für die Problematik geschaffen: § 5a Abs. 4 S. 1 UWG n.F. regelt, dass eine geschäftliche Handlung mit kommerziellem Zweck als solche zu kennzeichnen ist, wenn sich dieser Zweck nicht bereits unmittelbar aus den Umständen der Handlung ergibt. In S. 2 legt der Gesetzgeber außerdem fest, dass kein kommerzieller Zweck bei Handlungen zugunsten eines Dritten vorliegt, wenn der Betroffene für sein Vorgehen kein Entgelt oder eine vergleichbare Gegenleistung erhält oder sich versprechen lässt. Allerdings begründet S. 3 die Vermutung, dass der Betroffene eine solches Entgelt/eine solche Gegenleistung erhält bzw. versprochen bekommt. Der Gesetzgeber schlägt hier einen anderen Weg ein als die Gerichte. So hat der Bundesgerichtshof im vergangenen Jahr noch entschieden, dass auch ohne eine Gegenleistung, aber bei Vorliegen eines „werblichen Überflusses“ eine Kennzeichnung zu erfolgen hat. Das Handeln zu eigenen Gunsten erfasst die Regelung nicht.

Bußgeld bei UWG-Verstoß

In Ergänzung zu dem Schadensersatzanspruch von Verbrauchern schafft § 19 UWG in Verbindung mit § 5c Abs. 1 UWG n.F. nun erstmals auch einen Bußgeldtatbestand für Verstöße gegen das UWG. Im Ausgangspunkt kann somit künftig jede irreführende Werbung auch eine Ordnungswidrigkeit bilden. Allerdings werden nur die Fälle erfasst, in denen ein sogenannter weitverbreiteter Verstoß i.S.v. Art. 3 Nr. 3 und Nr. 4 VO (EU) 2017/2394 vorliegt. Der Wettbewerbsverstoß muss also mindestens zusätzlich zu dem Mitgliedstaat, in dem der Handelnde ansässig ist, zwei andere Mitgliedstaaten betreffen. Diese Schwelle klingt erheblich, kann aber bei grenzüberschreitend tätigen Unternehmen sehr schnell erreicht werden. Es genügt der Versand von E-Mails eines deutschen Anbieters in zwei andere Unionsstaaten. Die Ordnungswidrigkeit kann mit sehr erheblichen Bußgeldern sanktioniert werden, die bis zu 4 % des Jahresumsat-

zes erreichen, der in den betroffenen Mitgliedstaaten erzielt wird. Die Durchsetzung erfolgt allerdings nur durch unionsweit koordinierte Durchsetzungsmaßnahmen i.S.d. Art. 21 VO (EU) 2017/2394. Es bleibt also abzuwarten, wie hoch der Verfolgungsdruck der Bußgeldbehörde (Bundesamt für Justiz) ist.

Änderung der Mengeneinheiten bei Angabe des Grundpreises

Bisher bestand bei Angabe des Grundpreises eine gewisse Flexibilität bei der Auswahl der Mengeneinheiten. Grundsätzlich waren sie jeweils ein Kilogramm, Liter, Kubikmeter, Meter oder Quadratmeter. Allerdings bestand die Möglichkeit, bei Waren, deren Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder Milliliter nicht übersteigt, den Grundpreis nur in Bezug auf 100 Gramm oder Milliliter anzugeben. Nach § 5 PAngV n.F. besteht diese Ausnahme nicht mehr. Unabhängig von der Verpackungsgröße muss der Grundpreis nun auf Grundlage des Preises für Kilogramm, Liter angegeben werden.

Bekanntgabe von Preisermäßigungen

Mit der Neuregelung in § 11 PAngV n.F. versucht der Gesetzgeber, künstlich hoch wirkenden Preisnachlässen Einhalt zu gebieten. Unternehmen sind teils dazu übergegangen kurz vor bekannten Preisrabattzeiten (etwa „Black Friday“) eine Preiserhöhung vorzunehmen. Durch diese Preisschaukelei wirkte der zum jeweiligen Zeitpunkt gewährte Nachlass größer als er tatsächlich war. Ein solches Vorgehen verhindert der Gesetzgeber nicht, verpflichtet die Unternehmer aber dazu, zusätzlich zu dem Preisnachlass den niedrigsten Gesamtpreis der letzten 30 Tage anzugeben. Einzige Voraussetzung ist, dass der Unternehmer zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet ist. Dies gilt allerdings nur bei Preisanpassungen zu Produkten, die bereits auf dem Markt waren. Steigt ein Händler direkt mit einem Preis unterhalb des UVP mit einem gänzlich neuen Produkt ein,

Wettbewerbsrecht

darf er auf den Unterschied zwischen den Preisen verweisen. Die zeitliche Grenze soll Händlern außerdem schrittweise Preissenkung, wie etwa bei einem Lagerverkauf, weiterhin ermöglichen. Ein Verstoß stellt nach § 20 Abs. 2 Nr. 1 PAngV eine Ordnungswidrigkeit dar.

Angabe Pfandbetrag

Auch in Bezug auf die Angabe von Pfandbeträgen hat der Gesetzgeber eine neue Regelung eingeführt: Nach § 7 PAngV n.F. ist dieser neben dem Gesamtpreis anzugeben, anstatt in diesen einzubeziehen. Auch im Grundpreis ist er unberücksichtigt zu lassen. Die Neuregelung unterstreicht die gesetzgeberische Intention, Preisangaben auch in Bezug auf die unterschiedlichen Preiselemente klar und verständlich zu gestalten.

Elektrofahrzeuge

Die Mobilitätsentwicklungen berücksichtigend hat der Gesetzgeber auch in Bezug auf öffentlich zugängliche Ladepunkte eine neue Informationspflicht zugunsten von Verbrauchern in § 14 Abs. 2 PAngV n.F. geschaffen. Danach ist der jeweils geltende Arbeitspreis an dem Ladepunkt oder in dessen unmittelbarer Nähe anzugeben.

Für sämtliche Fragen zu Änderungen im Lauterkeitsrecht und zu der neuen Preisangabenverordnung stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Stefan Maaßen, LL.M.
0221 650 65-231
stefan.maassen@loschelder.de

Dr. Gianna Perino-Stiller
0221 650 65-231
gianna.perino-stiller@loschelder.de





Gewerblicher Rechtsschutz

Zwei neue Schadensersatzansprüche im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes

Zwei neue Schadensersatzansprüche hat der Gesetzgeber im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes geschaffen, § 139 Abs. 1 S. 3 PatG und § 9 Abs. 2 UWG. Ob der neue patenrechtliche Anspruch überhaupt ein Schadensersatzanspruch ist oder eher ein Aufopferungsanspruch, ist umstritten. Jedenfalls folgt er wichtigen ökonomischen Grundsätzen. § 9 UWG öffnet das Tor zu einem neuen umfassenderen Verbraucherschutz.

Unser deutsches Schadensersatzrecht wird vom Grundsatz der Naturalrestitution beherrscht. Durch den Schadensersatz soll der gleiche wirtschaftliche Zustand hergestellt werden, der ohne das schädigende Ereignis bestehen würde. Dass dies in vielen Fällen praktisch nicht möglich und häufig ökonomisch auch nicht sinnvoll ist, steht seit Langem fest. Es ist aber weder bei der Schuldrechtsreform vor mehr als 20 Jahren noch danach gelungen, zu grundlegenden Änderungen im Gesetz zu gelangen. Es bleibt daher bei gesetzgeberischen Änderungen in Spezialgesetzen. So in den gesetzlichen Regelungen der gewerblichen Schutzrechte und des Urheberrechts sowie bei den Entwicklungen in der Rechtsprechung, unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit, Fehlentwicklungen zu begrenzen.

Es ist daher interessant, dass der Gesetzgeber im Patentrecht und im UWG zwei neue Schadensersatzansprüche geschaffen hat, die sehr stark von ökonomischen Zielsetzungen gesteuert sind.

Zu § 139 PatG

In § 139 PatG findet sich der in allen Gesetzen des gewerblichen Rechtsschutzes kodifizierte Unterlassungsanspruch, der sich gegen den richtet, der eine patentierte Erfindung unberechtigt nutzt.

Die Folge dieser unberechtigten Nutzung ist dann nicht nur, dass die Unterlassung der Verletzung vom Patentinhaber durchgesetzt werden kann. Der Schädiger hat außerdem Schadensersatz zu leisten. In welcher Höhe der Schadensersatzanspruch besteht, hängt im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes sehr stark von der Entscheidung des Geschädigten ab. Zwischen drei Schadensberechnungsarten kann er wählen:

- Er kann nach dem Grundsatz der Naturalrestitution den Schadensersatz verlangen, der tatsächlich bei ihm eingetreten ist. Nun ist in der Praxis häufig schwer feststellbar, ob überhaupt ein Schaden eingetreten ist, wenn auch ein Dritter die Erfindung nutzt. Daher gibt der Gesetzgeber – und zwar der europäische Gesetzgeber – dem Geschädigten zwei weitere Berechnungsmöglichkeiten.
- Er kann verlangen, dass der Schädiger die Gewinne herausgibt, die er mit der Erfindung gemacht hat. Vom Grundsatz der Naturalrestitution ausgehend, setzt dies voraus dass der Geschädigte ohne die Verletzung alle diese Gewinne selbst erzielt hätte – ein abwegiger Gedanke.
- Schließlich kann der Geschädigte verlangen, dass unterstellt wird, der Schädiger habe mit ihm einen Lizenzvertrag geschlossen. Auf der Basis dieses fiktiven Lizenzvertrages wird dann abgerechnet, was in der Regel ebenfalls zu einer Besserstellung des Geschädigten führt.

Schon diese Ausgangssituation ist für den Schädiger nachteilig. Es kommt hinzu, dass der Schädiger, um die fremde Erfindung nutzen zu können, Investitionen tätigen muss. Wenn in

dieser Situation der Geschädigte und Patentinhaber auf ihn zukommt und Unterlassung verlangt, droht ihm nicht nur die Schadensersatzkonsequenz. Er muss auch die getätigten Investitionen als Verlust abschreiben. Durch den drohenden Unterlassungsanspruch wird er in eine Zwangslage gebracht, die dazu führt, dass er bereit ist, einen höheren Schadensersatzanspruch zu zahlen, also einen Teil seines Gewinns, der ihm an sich zusteht, abzugeben oder eine höhere Lizenzierung in Kauf zu nehmen. Der Geschädigte schließlich kann, wenn er die Höhe der möglichen Fehlinvestitionen erkennt, seine Forderungen nach oben schrauben. Ökonomisch nennt man dies eine „Hold-up-Situation“.

Nun könnte man meinen, dass demjenigen, der ein Patent verletzt, nur Recht geschieht. Schließlich setzt ein Schadensersatzanspruch Verschulden voraus. Das ist aus zwei Gründen zu kurz gedacht:

- Zum einen besteht der Unterlassungsanspruch unabhängig von einem Verschulden. Allein dieser schafft aber schon die Zwangslage für den Schädiger.
- Zum anderen genügt jede Form von Verschulden. Gerade im Bereich IT, aber auch in anderen Bereichen ist nicht immer leicht erkennbar, ob tatsächlich ein fremdes Recht verletzt ist.

Volkswirtschaftlich ist eine solche Entwicklung sehr schädlich, da jede Fehlinvestition nicht nur demjenigen schadet, der diese Fehlinvestition getätigt hat. Sie schadet auch der Allgemeinheit. Das ist ähnlich wie beim Prioritätsprinzip, das dazu führt, dass nur derjenige das Recht erhält, der zuerst anmeldet. Alle anderen gehen trotz großer Investitionen leer aus.

Diese volkswirtschaftliche Fehlentwicklung hat der Gesetzgeber erkannt. Er hat daher dem § 139 Abs. 1 PatG, in dem in den ersten beiden Sätzen der Unterlassungsanspruch geregelt ist, einen Satz drei angefügt. Dieser lautet:

„Der Anspruch [nämlich der Unterlassungsanspruch] ist ausgeschlossen, soweit die Inanspruchnahme aufgrund der besonderen Umstände des Einzelfalls und der Gebote von Treu und Glauben für den Verletzer oder Dritte zu einer unverhältnismäßigen, durch das Ausschließlichkeitsrecht nicht gerechtfertigten Härte führen würde.“

Der Unterlassungsanspruch kann also nicht durchgesetzt werden. Das soll aber nicht entschädigungslos geschehen. Deshalb ist dem ersten Absatz von § 139 PatG ein vierter Satz hinzugefügt, der lautet:

„In diesem Falle ist dem Verletzten ein angemessener Ausgleich in Geld zu gewähren.“

Was dieser Ausgleichanspruch rechtlich ist – Bereicherung, Aufopferung oder Schadensersatz – ist noch ungeklärt. Ungeklärt ist auch, wie die Höhe dieses Ausgleichsanspruchs zu berechnen ist. Erschwerend kommt hinzu, dass der § 139 Abs. 1 PatG mit der Feststellung schließt:

„Der Schadensersatzanspruch nach Absatz 2 bleibt hiervon unberührt.“

Dieser Schadensersatzanspruch nach Abs. 2 ist aber der normale Schadensersatzanspruch, der bei Verletzung des Patentrechts gegeben ist. Die deutsche Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht (GRUR) hat diesem Anspruch als Ergebnis einer Tagung eine Fülle von Aufsätzen gewidmet. In den Überlegungen



der Autoren geht es sehr stark um ökonomische Gesichtspunkte. Ziel dieses Entschädigungsanspruchs kann es nicht sein, dem Patentinhaber und Geschädigten einen zusätzlichen Anspruch zu verschaffen. Ziel ist es, das Drohpotential des Unterlassungsanspruchs zu monetarisieren (so Hoffmann, Richter am Bundesgerichtshof (BGH) und einer der Autoren). Wagner, Professor in Berlin und einer der führenden Forscher zum Schadensersatzrecht, sieht in diesem Anspruch einen Aufopferungsanspruch. Der Patentinhaber muss seinen Unterlassungsanspruch den Interessen der Patentnutzer opfern und wird hierfür entschädigt, kann aber nicht mehr überhöhte Schadensersatzansprüche durchsetzen.

§ 9 UWG

Ein neuer Schadensersatzanspruch findet sich auch in § 9 Abs. 2 UWG. Diese Änderung ist zum 28. Mai 2022 in Kraft getreten.

Um diese Gesetzesergänzung richtig einordnen zu können, muss man die besondere Funktion und Struktur des UWG beachten, die sich von Funktion und Struktur der übrigen Gesetze des Gewerblichen Rechtsschutzes unterscheiden. In den Gesetzen des Gewerblichen Rechtsschutzes geht es um den jeweiligen Rechtsinhaber, den Markeninhaber, den Erfinder usw. Schutzziel des UWG ist die Lauterkeit des Handelsverkehrs. Man hätte dieses Ziel auch durch ordnungsbehördliche Regelungen erreichen können, so wie dies z. B. im Lebensmittelrecht geschehen ist. Ausgehend von einer Tradition, die schon im 19. Jahrhundert begründet wurde, ist man im UWG den zivilrechtlichen Weg gegangen, hat es den Wettbewerbern überlassen, für einen lauten Umgang zu sorgen. Als mit der Harmonisierung des UWG mit Beginn des 21. Jahrhunderts der Verbraucherschutz in den Mittelpunkt der

Aufgaben des UWG rückte, wurde das Anspruchssystem des UWG ungleichgewichtig. Die Unterlassungsansprüche nahmen unverändert die Mitbewerber und die hierzu berufenen Verbände wahr. Mittelbar waren damit auch die Interessen der Verbraucher gewahrt. Ein Schadensersatzanspruch stand nur den Mitbewerbern zu. § 9 des Gesetzes lautet:

„Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 oder § 7 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, ist den Mitbewerbern zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet.“

Daneben gibt es einen weiteren Schadensersatzanspruch, der – allerdings fremdnützig – den Verbänden zusteht, einen Anspruch auf Gewinnabschöpfung des unlauter Erlangten. Dieser Gewinn steht aber dem Bundeshaushalt zu und wird für diesen von den Verbänden geltend gemacht. Diese Norm war ein Flop, der noch vergrößert wurde, als der BGH ohne rechtspolitisches Gespür die Einschaltung von Prozessfinanzierern für diesen Anspruch untersagte. Für den Verbraucher gab es keinen Anspruch.

Dies hat der Gesetzgeber nun geändert. In § 9 ist ein neuer Absatz 2 eingefügt worden, der lautet:

„Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt und hierdurch Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, ist ihnen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. Dies gilt nicht für unlautere geschäftliche Handlungen nach den §§ 3a, 4 und 6 sowie nach Nummer 32 des Anhangs.“

Gewerblicher Rechtsschutz

Die Einschränkung in der Formulierung des Absatzes 2 von § 9, dass bestimmte unlautere geschäftliche Handlungen nicht erfasst sind, hat ihren Grund darin, dass im UWG unverändert der Spagat zwischen Mitbewerberschutz und Verbraucherschutz, der Spagat zwischen harmonisiertem und nicht harmonisiertem Recht versucht wird. Ursprünglich diente das UWG nur dem Mitbewerberschutz. Dann kamen die Richtlinien der EG/EU, die den Verbraucherschutz zum Ziel hatten. Der Gesetzgeber schuf kein neues UWG für die Verbraucher, sondern integrierte die EG-/EU-Regelungen in das bestehende UWG, was zwangsläufig zu Unklarheiten führte.

Der neue § 9 Abs. 2 UWG dient der Umsetzung der Bestimmungen der Richtlinie 2005/29/EG, einer Verbraucherschutzrichtlinie. Immerhin stellt die Norm einen ersten Schritt dahin dar, aus dem UWG ein umfassendes Verbraucherschutzgesetz zu machen.

In seiner Struktur weist dieser Schadensersatzanspruch keine Besonderheiten auf. Er orientiert sich auch nicht an der Formulierung der übrigen Schadensersatznormen im gewerblichen Rechtsschutz, enthält somit auch nicht die dreifache Art der Schadensberechnung. Es bleibt abzuwarten, wie die Verbraucher diese neue Norm an- und aufnehmen. Und es bleibt zu wünschen, dass § 9 Abs. 2 UWG nicht das Schicksal des nicht angewandten Anspruchs zur Gewinnabschöpfung des § 10 UWG teilt.

Für sämtliche Fragen zu den neuen Schadensersatzansprüchen im gewerblichen Rechtsschutz steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Prof. Dr. Michael Loschelder
0221 650 65-124
michael.loschelder@loschelder.de



01872C1076C6206C6974746C65
FADE3100A16C20Data BreachE
08 12202E6F6163686573204C
D0BA701Cyber Attack696EA1
74023 106564207368 206E61
B1 627 C6E207468652AA261
BC010046368AF93010808B4FA0
F0F00F00AFFA33C08E00F2A569
LF1D01 02073 C732C20736852
6AD8 616E642001A!B719Syst
F0F00F2A5694C028BE5BF

Versicherungsrecht

Cyber-Versicherung

In unserer zunehmend digitalisierten Welt stellen Cyber-Angriffe eine immer größere Bedrohung gerade für Unternehmen dar. Cyber-Angriffe können zu Schäden in Millionenhöhe führen. Unternehmen können sich zur Abmilderung der Folgen eines Cyber-Angriffs durch eine Cyber-Versicherung absichern. Wir wollen daher nachfolgend einen kurzen Überblick geben, vor welchen Risiken eine Cyber-Versicherung schützt.

Typischerweise besteht eine Cyber-Versicherung aus drei Bausteinen, die jeweils optional abgeschlossen werden können. Je nach Bedarf kann ein Unternehmen auch nur einzelne dieser Bausteine vereinbaren.

Sogenannte Cyber-Assistance-Leistungen

Bei Vereinbarung dieses Bausteins übernimmt der Cyber-Versicherer im Falle eines Cyber-Angriffs typischerweise die folgenden Kosten:

- Forensik- / Schadenfeststellungskosten
- Kosten für Anzeige und Bekanntmachung von Cyber-Vorfällen
- Kosten für Krisenkommunikation und PR-Maßnahmen.

Darüber hinaus wird durch einige Cyber-Versicherer im Ernstfall mit eigenen Beratungsteams

eine Soforthilfe angeboten. Zusätzlich werden vor Eintritt eines Versicherungsfalls teilweise auch Präventionskosten übernommen.

Drittansprüche

Als weiterer Baustein wird im Rahmen der Cyber-Versicherung typischerweise eine Haftpflichtversicherung angeboten, in deren Rahmen Versicherungsschutz besteht, wenn der Versicherungsnehmer von einem Dritten wegen dem Cyber-Angriff auf Erstattung von Vermögensschäden in Anspruch genommen wird. Bei Abschluss einer Cyber-Haftpflichtversicherung übernimmt der Versicherer auch die Rechtsanwaltskosten zur Abwehr von Vermögensschäden Dritter wegen des Cyber-Angriffs.

Eigenschäden

Zusätzlich ist es im Rahmen der Cyber-Versicherung möglich, sich gegen Eigenschäden, wie Betriebsunterbrechungsschäden und Schäden durch die Wiederherstellung von Daten zu versichern. Je nach Umfang des Versicherungsschutzes werden unter bestimmten Bedingungen auch Lösegeldzahlung von dem Versicherer übernommen.

Ausschluss vom Versicherungsschutz wegen Krieg

Typischerweise ausgeschlossen bei Cyber-Versicherungsbedingungen sind Versicherungsfälle

oder Schäden aufgrund von Krieg. Aufgrund der aktuellen Lage in der Ukraine haben bereits einzelne Versicherer angekündigt, sich bei Cyber-Angriffen aus Russland auf die „Kriegs-Klausel“ zu berufen. Bei einem Neuabschluss eines Cyber-Versicherungsvertrags sollte daher vorab mit dem Versicherer bzw. dem Makler geklärt werden, was unter einem Versicherungsfall aufgrund von Krieg zu verstehen ist. Auch bei bestehenden Versicherungsverträgen ist es sinnvoll, vor einem möglichen Versicherungsfall die Auslegung der jeweiligen Klauseln mit dem Versicherer bzw. dem Makler zu besprechen und das gemeinsame Verständnis schriftlich festzuhalten. Zwar dürfte es Versicherern schwerfallen, generell Cyber-Angriffe aus Russland pauschal unter den „Kriegs-Ausschluss“ zu subsumieren. Allein um im Versicherungsfall entsprechenden Diskussionen aus dem Weg zu gehen, ergibt es aber Sinn, diese Frage vorab zu klären.

Versicherungsrecht

Bei Fragen zur Cyber-Versicherung und anderen Fragen des Versicherungsrechts stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Wilfried Rüffer
0221 650 65-214
wilfried.rueffer@loschelder.de

Dr. Sandra Orlikowski-Wolf
0221 650 65-206
sandra.orlikowski-wolf@
loschelder.de

Dr. Elena Gubenko
0221 650 65-214
elena.gubenko@loschelder.de





Arbeitsrecht

Begrenzung der Entgeltfortzahlungskosten bei Fortsetzungserkrankungen und der Auskunftsanspruch gegen Krankenkassen

Die Kosten für die gesetzliche Entgeltfortzahlung stellen für viele Arbeitgeber eine erhebliche finanzielle Belastung dar. Allerdings lassen viele Arbeitgeber auch Regelungen, die die Pflicht zur Entgeltfortzahlung begrenzen, außer Acht. Dies gilt insbesondere bei Fortsetzungserkrankungen – auch, weil diese vom Arbeitgeber häufig gar nicht erkannt werden. Hier kann der bestehende Auskunftsanspruch gegen die Krankenkassen helfen.

Fortsetzungserkrankungen

Die Begrenzung der Verpflichtung zur Entgeltfortzahlung auf einen Zeitraum von sechs Wochen ist allgemein bekannt. Weniger bekannt ist, dass es für die Bestimmung des Zeitraums dieser sechs Wochen nicht auf das einzelne Krankheitsintervall ankommt. In den Sechs-Wochen-Zeitraum fallen grundsätzlich alle Arbeitsunfähigkeitszeiten, die auf einem latent weiterbestehenden Grundleiden beruhen. Beispiele hierfür können einzelne Episoden einer latent fortbestehenden Depression oder eines Rückenleidens sein, das sich, ohne auszuheilen, in verschiedenen Schüben einer Arbeitsunfähigkeit äußert. Bloß gleiche Diagnosen – mehrere Knochenbrüche

oder Erkältungen hintereinander – reichen allerdings für die Annahme eines latenten Grundleidens nicht aus.

Wenn der Arbeitnehmer während mehrerer aufeinanderfolgender Monate jeweils zwei Wochen ausfällt, beginnt der Sechs-Wochen-Zeitraum in diesen Fällen nicht jeweils neu – die Arbeitsunfähigkeitszeiten auf Grundlage des gemeinsamen Grundleidens werden vielmehr zusammengezählt und die Verpflichtung des Arbeitgebers auf diese Weise für künftige Krankheitschübe minimiert.

Von dieser Grundregel macht das Gesetz in § 3 Abs. 1 Satz 2 Entgeltfortzahlungsgesetz (EFZG) zwei wichtige Ausnahmen: Ein neuer Sechs-Wochen-Zeitraum beginnt, wenn der Arbeitnehmer infolge des Grundleidens für mindestens sechs Monate nicht arbeitsunfähig war. Eine neue sechswöchige Entgeltfortzahlungsperiode beginnt zudem, wenn seit Beginn der ersten Arbeitsunfähigkeit infolge derselben Krankheit eine Frist von zwölf Monaten abgelaufen ist – das Gesetz mutet daher dem Arbeitgeber trotz des fortbestehenden Grundleidens jährliche Entgeltfortzahlungskosten von sechs Wochen zu.

Für die Berechnung des Zwölf-Monats-Zeitraums kommt es darauf an, wann der neue Erkrankungsschub beginnt: Beginnt die neue Krankheitsperiode noch während des Zwölf-Monats-Zeitraums, ist für die gesamte Periode keine Entgeltfortzahlung zu leisten. Anders ist dies, wenn die Krankheitsperiode erst nach Ablauf dieses Zeitraums beginnt. An einem Beispiel verdeutlicht:

Der erste Krankheitstag aufgrund des Grundleidens war der 1. April 2021. Tritt, nach mehreren zwischenzeitlichen Krankheitsschüben, der neue Krankheitsschub am 31. März 2022 für vier Wochen ein, ist für den gesamten Zeitraum keine Entgeltfortzahlung zu leisten. Tritt der neue Krankheitsschub am 2. April 2022 ein, ist für den gesamten Zeitraum Entgeltfortzahlung zu leisten.

Fortsetzungserkrankungen erkennen

Dass die Regelungen zur Fortsetzungserkrankung in der Praxis häufig keine größere Rolle spielen, liegt auch daran, dass viele Arbeitgeber nicht erkennen, ob eine Fortsetzungserkrankung vorliegt. Die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen der Arbeitnehmer enthalten keine Diagnosen, so dass der Arbeitgeber die Krankheitsursachen nicht kennt und damit auch nicht weiß, ob wiederholte Arbeitsunfähigkeitszeiten auf das gleiche Grundleiden zurückgehen oder nicht.

Das Vorliegen einer Fortsetzungserkrankung wird zusätzlich dadurch vor dem Arbeitgeber verschleiert, dass die Arbeitsunfähigkeitsrichtlinien

den Arzt verpflichten, jeweils eine Erstbescheinigung auszustellen, wenn die Arbeitsunfähigkeit erstmals festgestellt wird – unabhängig davon, ob eine Fortsetzungserkrankung vorliegt oder nicht. Die Vorlage wiederholter Erstbescheinigungen durch den Arbeitnehmer führt dazu, dass der Arbeitgeber den Zusammenhang verschiedener Krankheitszeiten mit einem fortbestehenden latenten Grundleiden nicht erkennen kann.

In einer gerichtlichen Auseinandersetzung wäre der Arbeitnehmer zwar verpflichtet, auf eine entsprechende Behauptung des Arbeitgebers darzulegen, dass keine Fortsetzungserkrankung vorliegt; praktikabel ist ein solches Vorgehen, das darauf hinausliefere, bei wiederholten Krankheiten die Entgeltfortzahlung zunächst unter Berufung auf einen möglichen Fortsetzungszusammenhang zu verweigern, allerdings im Regelfall nicht.

Auskunft durch die gesetzlichen Krankenkassen

Weitgehend unbekannt ist, dass die gesetzlichen Krankenkassen, denen mit der entsprechenden Bescheinigung vom Arbeitnehmer die ärztliche Diagnose mitgeteilt wird, dem Arbeitgeber Auskunft erteilen, ob eine Fortsetzungserkrankung vorliegt. Eine Information über das Vorliegen einer Fortsetzungserkrankung durch die Krankenkasse erfolgt allerdings nicht eigeninitiativ durch die Krankenkasse, sondern setzt voraus, dass der Arbeitgeber sich aktiv danach erkundigt, ob eine Fortsetzungserkrankung vorliegt.

Arbeitsrecht

Das Verfahren für diese Auskunft ist etwas komplizierter, da es über den „Datenaustausch Entgeltersatzleistungen“ (DTA EEL) durchgeführt werden muss. Auch die Antwort der Krankenkassen erfolgt aus datenschutzrechtlichen Gründen nur in elektronischer Form.

Voraussetzung für eine Auskunft durch die Krankenkasse ist deren Notwendigkeit. Die Prüfung setzt daher voraus, dass alle Krankheiten zusammen mindestens 30 Tage umfassen, also die Voraussetzungen für ein Ende des Entgeltfortzahlungszeitraums erfüllt sind.

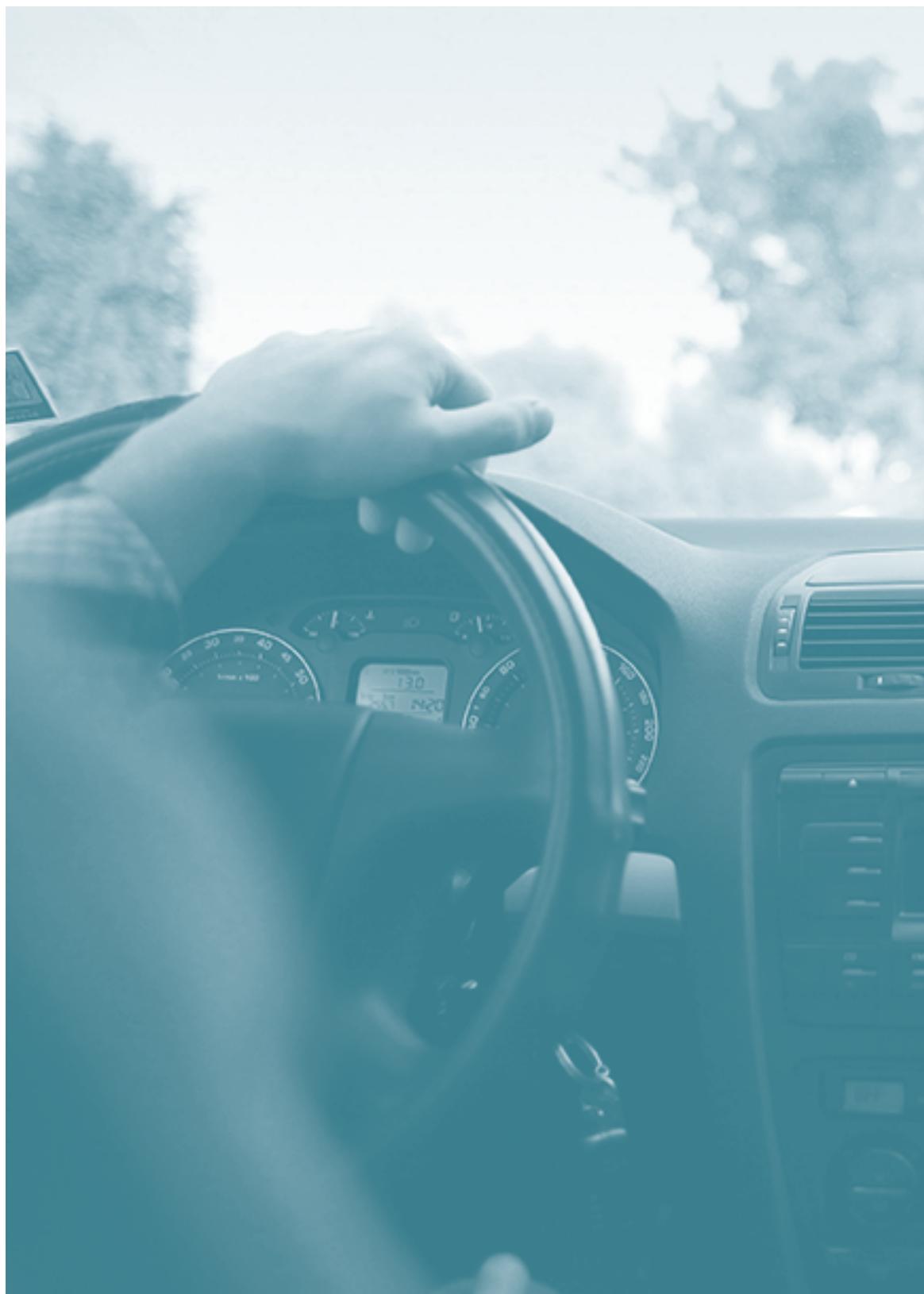
Die Krankenkasse prüft jeweils individuell, ob eine Fortsetzungserkrankung vorliegt; Hierbei wird nicht lediglich geprüft, ob eine jeweils gleiche Diagnose vorliegt. Auch vergleichbare Diagnosen – etwa Armbruch – müssen nicht zwangsläufig bedeuten, dass ein latentes Grundleiden vorliegt und nicht mehrere voneinander unabhängige Erkrankungen. In Zweifelsfällen bindet die Krankenkasse den medizinischen Dienst der Krankenversicherung in die Prüfung ein.

Als Ergebnis ihrer Prüfung übermittelt die Krankenkasse einen Datensatz, in dem die Information erhalten ist, ob der Krankenkasse ein Nachweis für die Vorerkrankung vorliegt oder nicht. Die Krankenkasse teilt außerdem mit, ob verschiedene Arbeitsunfähigkeitszeiten aufgrund einer Fortsetzungserkrankung zusammengerechnet werden können oder nicht. Auf Grundlage der Information durch die Krankenkasse kann der Arbeitgeber dann entschei-

den, ob Entgeltfortzahlung geleistet werden muss oder ob dieser Anspruch wegen des Vorliegens einer Fortsetzungserkrankung entfällt.

Informationen über dieses Abfrageverfahren und die Ausgestaltung im Einzelnen erteilen die jeweiligen Krankenkassen, die allerdings in ihrer Servicefreundlichkeit für den Arbeitgeber differieren. Einen guten Überblick über die Details bieten die Informationen der Techniker Krankenkasse.

Dieses Verfahren, das nur bei gesetzlich Versicherten zur Verfügung steht, sollten Arbeitgeber bei Arbeitnehmern, die zusammen mehr als sechs Wochen in einem Jahreszeitraum erkranken, anwenden, jedenfalls dann, wenn es Hinweise gibt, dass die Arbeitsunfähigkeitszeiten auf einem einheitlichen Grundleiden beruhen.



Entfernungspauschale im Homeoffice – Auswirkungen auf die Firmenwagenbesteuerung

Infolge der Pandemie ist das häusliche Arbeitszimmer für viele Arbeitnehmer zur zentralen Tätigkeitsstätte geworden. Der nachfolgende Beitrag erörtert die sich daraus ergebenden Auswirkungen auf die Besteuerung der privaten Nutzung des Firmenwagens sowie der Fahrten zwischen der Wohnung und der ersten Tätigkeitsstätte als geldwerte Vorteile.

Die Höhe des geldwerten Vorteils, der durch die private Nutzung eines Firmenwagens gewährt wird, wird regelmäßig pauschal durch Ansetzung von 1 % des Bruttolistenpreises zum Zeitpunkt der Erstzulassung ermittelt. Besonderheiten gelten gemäß § 6 Abs. 1 Nr. 4 Satz 2 Einkommensteuergesetz EStG für bestimmte Fahrzeuge mit Elektromotoren.

Kann der Firmenwagen für Fahrten zwischen der privaten Wohnung und der ersten Tätigkeitsstätte genutzt werden, so stellen diese Fahrten einen weiteren geldwerten Vorteil dar. Diesen kann der Arbeitgeber gemäß § 40 Abs. 2 Satz 2 Einkommensteuergesetz (EStG) pauschal mit 15 % besteuern. Die Höhe des geldwerten Vorteils wird regelmäßig durch die pauschale Ansetzung von 0,03 % des Listenpreises für jeden Entfer-

nungskilometer zwischen der Wohnung und der ersten Tätigkeitsstätte des Arbeitnehmers ermittelt. Der Arbeitnehmer kann sich alternativ für eine Einzelbewertung, also eine Bemessung des geldwerten Vorteils anhand von 0,002 % des Listenpreises je Entfernungskilometer und Tag entscheiden, wenn er weniger als 15 Tage im Monat zu seiner ersten Tätigkeitsstätte fährt.

Beispiel: Arbeitnehmer A hat einen Firmenwagen mit einem Listenpreis von 60.000 Euro. Sein Arbeitsweg beträgt 30 Kilometer.

Variante 1: A arbeitet an 10 Tagen pro Monat an seiner ersten Tätigkeitsstätte. Der geldwerte Vorteil wird pauschal bemessen. Daraus ergibt sich ein zu versteuernder geldwerter Vorteil in Höhe von 540 Euro.

Rechenweg:
 $0,03 \times 30 \text{ km} \times 60.000 \text{ Euro} : 100 = 540 \text{ Euro}$

Variante 2: A arbeitet an 10 Tagen pro Monat an seiner ersten Tätigkeitsstätte. Der geldwerte Vorteil wird anhand einer Einzelbewertung bemessen. Daraus ergibt sich ein zu versteuernder geldwerter Vorteil in Höhe von 360 Euro.

Rechenweg:

$0,002 \times 30 \text{ km} \times 10 \text{ Tage} \times 60.000 \text{ Euro} : 100 = 360 \text{ Euro}$

Im oben genannten Beispiel ist die Bemessung des geldwerten Vorteils anhand der Einzelbewertung günstiger als die pauschale Bewertung.

Der Arbeitnehmer kann die Einzelbewertung im Rahmen des Lohnsteuerabzugsverfahrens vom Arbeitgeber verlangen, sofern dem keine arbeitsvertragliche Regelung entgegensteht. Er kann sie aber auch erst im Rahmen seiner Einkommensteuererklärung geltend machen, wenn der Arbeitgeber eine pauschale Bemessung vorgenommen hat. Die Einzelbewertung durch den Arbeitgeber setzt eine schriftliche Aufzeichnung des Arbeitnehmers voraus, aus der hervorgeht, an welchen Tagen er den Firmenwagen tatsächlich für Fahrten zur ersten Tätigkeitsstätte genutzt hat. Diese ist dem Arbeitgeber monatlich einzureichen und im Lohnkonto aufzubewahren.

Die anzusetzende Kilometerzahl richtet sich nach dem Weg zwischen der Wohnung des Arbeitnehmers und seiner ersten Tätigkeitsstätte. Erste Tätigkeitsstätte im Sinne des § 9 Abs. 4 Satz 1 EStG ist die ortsfeste betriebliche Einrichtung des Arbeitgebers, eines verbundenen Unternehmens (§§ 15 ff. Aktiengesetz) oder eines vom Arbeitgeber bestimmten Dritten, der der Arbeitnehmer dauerhaft zugeordnet ist.

Der Arbeitgeber kann – etwa durch eine arbeitsvertragliche Regelung oder durch diese ausfüllende Absprachen und Weisungen – eine Zuordnungsentscheidung treffen. Tut er dies nicht, so wird eine quantitative Zuordnung vorgenommen. Danach ist die erste Tätigkeitsstätte dort, wo der Arbeitnehmer dauerhaft

- typischerweise arbeitstäglich,
- je Arbeitswoche zwei volle Arbeitstage oder
- mindestens ein Drittel seiner vereinbarten regelmäßigen Arbeitszeit

tätig werden soll.

Gleichwohl kann das häusliche Arbeitszimmer nach der Definition des § 9 Abs. 4 Satz 1 EStG nie erste Tätigkeitsstätte sein. Es fehlt an dem Merkmal der „betrieblichen Einrichtung des Arbeitgebers“. Das gilt selbst dann, wenn der Arbeitgeber einzelne Räume in der Wohnung des Arbeitnehmers anmietet, um sie ihm anschließend zur beruflichen Nutzung zu überlassen. Entscheidend ist die Einbindung in die soziale Sphäre des Arbeitnehmers.

Denkbar ist aber, dass ein Arbeitnehmer nach der quantitativen Betrachtung gar keine erste Tätigkeitsstätte hat – etwa, wenn der Arbeitnehmer vollständig im Homeoffice oder mobil arbeitet. In diesem Fall stellen gelegentliche Fahrten in den Betrieb keinen über die private Nut-



zung hinausgehenden geldwerten Vorteil dar und sind nicht zusätzlich zu versteuern.

Arbeitgeber sind folglich gut beraten, erstens, im Rahmen ihrer arbeitsvertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten bzw. durch Absprachen und Weisungen eine erste Tätigkeitsstätte zuzuordnen. Dadurch werden Rechtsunsicherheiten bei der Bemessung des geldwerten Vorteils vermieden. Zu berücksichtigen ist nach der Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs (Urteil vom 11.04.2019, Az. VI R 40/16), dass der Arbeitnehmer an der betreffenden ortsfesten betrieblichen Einrichtung zumindest in geringem Umfang Tätigkeiten zu erbringen hat, die er arbeitsvertraglich schuldet und die zu dem von ihm ausgeübten Berufsbild gehören. Dabei kann es sich aber auch um Nebentätigkeiten handeln, die qualitative oder quantitative Bedeutung der Einrichtung für die Tätigkeit des Arbeitnehmers ist nicht entscheidend. Zweitens sollte eine arbeitsvertragliche Regelung dahingehend erfolgen, dass der Arbeitgeber eine pauschale Ansetzung des geldwerten Vorteils vornimmt, sofern eine Einzelbewertung und der damit verbundene Aufwand vermieden werden soll.

Bei sämtlichen Fragen zum Arbeitsrecht stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Detlef Grimm
0221 650 65-129
detlef.grimm@loschelder.de

Dr. Martin Brock
0221 650 65-233
martin.brock@loschelder.de



Arbeitsrecht

Dr. Christina Esser
0221 650 65-129
christina.esser@loschelder.de

Dr. Sebastian Pelzer
0221 650 65-263
sebastian.pelzer@loschelder.de

Arne Gehrke, LL.M.
0221 650 65-263
arne.gehrke@loschelder.de

Dr. Stefan Freh
0221 650 65-129
stefan.freh@loschelder.de

Farzan Daneshian, LL.M.
0221 650 65-263
farzan.daneshian@loschelder.de





Kartellrecht

Exklusivität und Co.: Novellierung der Vertikal-GVO und Vertikal-LL

Exklusivität, Alleinbezug, Preisvorgaben und Wettbewerbsverbot. Solche Vertragsklauseln, die zum unternehmerischen Alltag gehören, sind stets kartellrelevant. Und das gerade nicht zwischen Wettbewerbern, sondern in der Regel zwischen Unternehmen unterschiedlicher Marktstufen, bspw. zwischen Herstellern und Händlern. Sog. vertikale Verstöße gegen das Kartellrecht sind tückisch. Im Vertragsalltag sind sie blitzschnell und auch ohne großes Unrechtsbewusstsein geschehen und die Kartellbehörden verfolgen diese mittlerweile hart. Auch drohen Nichtigkeits- und Schadensersatzrisiken.

Sinn und Zweck des Kartellrechts ist es, gezielte Absprachen zwischen Unternehmen zu verhindern, um den Wettbewerb zu schützen. Doch ganz ohne wettbewerbsbeschränkende Abreden geht es oftmals gar nicht. So lebt gerade der Vertrieb davon, dass Hersteller und Händler Partnerschaften vereinbaren – oftmals in Form exklusiver Zusammenarbeit. Um viele solcher Vereinbarungen ohne größeren rechtlichen Prüfungsaufwand vom Kartellverbot freizustellen, gibt es die Gruppenfreistellungsverordnung (Vertikal-GVO) der EU-Kommission. Diese enthält zahlreiche – in der Praxis längst etablierte – Ausnahmen vom Kartellrecht für Vereinbarungen zwischen Anbietern und Abnehmern von Waren oder Dienstleistungen. Hinzu kommen die Vertikal-Leitlinien (Vertikal-LL), in denen die Kommission ihre Ansicht zu diversen Rechtsfragen im vertikalen Bereich darlegt – jedoch ohne dass diese für nationale oder europäische Gerichte bindend wären. Die zurzeit gültigen Fassungen von Verordnung und Leitlinien datieren aus 2010 und werden am 31. Mai 2022, auslaufen. Zeit also, sich die Entwürfe für die anstehende Überarbeitung der GVO und der dazugehörigen Vertikal-Leitlinien anzusehen.

Im Juli 2021 hat die Kommission ihre ersten Entwürfe für eine neue Vertikal-GVO und die dazugehörigen Vertikal-LL veröffentlicht. Im Großen und Ganzen hält sie dabei an bekannten Prinzipien fest, ohne an den Grundfesten der bisherigen Verordnung zu rütteln. Vielmehr wurden gezielt Punkte adressiert, bei denen es in den letzten zwölf Jahren größere Entwicklungen gab. So wurden Vereinbarungen über den Online-Vertrieb in den Fokus gerückt, Regelungen im Bereich des dualen Vertriebs, der Preisbindung der zweiten Hand und zu Handelsvertretern überarbeitet sowie Vorschriften zum Alleinvertrieb und zu selektiven Vertriebssystemen angepasst.

Online-Vertrieb

Ein wesentlicher Schwerpunkt bei der Überarbeitung der Vertikal-GVO liegt auf dem Online-Vertrieb.

Dafür wird zunächst definiert, dass die Erbringer von Online-Vermittlungsdiensten selbst als Anbieter der Waren und Dienste gelten. Gemeint sind solche Plattformen, die es Unternehmen ermöglichen, ihre Waren und Dienstleistungen anzubieten, indem sie Transaktionen vermitteln, unabhängig davon, ob der Plattformbetreiber selbst als Vertragspartner an der Transaktion beteiligt ist. Die GVO ist somit auch auf Vereinbarungen zwischen Plattformbetreibern und den dort handelnden Händlern anwendbar. Zudem kann ein Plattformbetreiber wegen der Mehrheitigkeit der Vertragsverhältnisse in der Regel nicht als „Handelsvertreter“ privilegiert werden (zum Handelsvertreter später mehr).

Besonderen Wert hat die Kommission darauf gelegt, das Thema Online-Marktplatz-Verbote klar aufzubereiten. Online-Marktplätze sind

Kartellrecht

Plattformen, die Händler und potenzielle Kunden miteinander verbinden, um direkte Käufe zu ermöglichen. In den neuen Vertikal-LL wird nunmehr ausdrücklich klargestellt, dass der Anbieter von Waren und Dienstleistungen die Nutzung von Online-Marktplätzen einschränken kann, solange dadurch nicht generell jeglicher Internetvertrieb – auch faktisch – verhindert wird. Auf eine Unterscheidung, ob es sich um besondere Luxusprodukte handelt oder nicht, kommt es nicht an.

Auch mit Preisvergleichswebseiten und -apps beschäftigen sich die neuen Vertikal-LL. Gemeint sind Seiten, auf denen der Kunden nicht direkt kaufen kann, sondern die auf andere Webseiten verlinken. Solche Plattformen dienen in der Regel dazu, die konkurrierenden Preise für den Verbraucher besser sichtbar zu machen und fördern damit den Wettbewerb. Will ein Hersteller die Nutzung solcher Plattformen einschränken, etwa um sein Markenimage zu schützen, so ist dies nur in engen Grenzen möglich. Grundsätzlich darf der Hersteller keine Beschränkungen solcher Plattformen vornehmen, da er so die Möglichkeiten zum passiven Verkauf der Händler einschränkt. Preisvergleichsportale können nur dann verboten werden, wenn diese gezielt bestimmte Kundengruppen, etwa in bestimmten Gebieten, adressieren und diese dem Hersteller selbst oder anderen Händler rechtmäßig vorbehalten sind. Das ist etwa dann der Fall, wenn die Vergleichswebseite in einer Sprache abgefasst ist, die nur in einem vorbehaltenen Gebiet gängig ist. Das hindert den Hersteller aber nicht daran, bestimmte Qualitätsstandards an Preisvergleichsinstrumente zu stellen.

Zudem stellt die Kommission klar, dass sogenannte Doppelpreissysteme in der Regel zulässig sind. Hierbei geht es darum, dass der Anbieter von Waren und Dienstleistungen für seine Abnehmer unterschiedliche Preise einfordert, je nachdem, ob die Produkte online oder offline weiterverkauft werden sollen. Die Unterscheidung darf vorgenommen werden, falls damit Anreize zu

Investitionen in den Online- oder Offline-Bereich geschaffen, bzw. solche Investitionen belohnt werden sollen. Für die Preisunterschiede sollten die tatsächlichen Kosten berücksichtigt werden, die den Weiterverkäufern auf den verschiedenen Kanälen entstehen.

Der Anbieter kann seinen Abnehmern aber auch bzgl. Online- und Offline-Kanälen unterschiedliche sonstige Kriterien auferlegen. Da es sich um grundlegend unterschiedliche Kanäle handelt, müssen Kriterien an den Onlinehandel nicht denen an den Offlinehandel entsprechen. Dies gilt solange der Onlinevertrieb nicht durch zu hohe Anforderungen (faktisch) verhindert wird. Gemeint ist beispielsweise, dass der Anbieter Vorgaben machen darf, inwieweit der Händler die Kosten für Rücksendungen von Produkten durch den Kunden übernehmen muss. Bisher musste eine gewisse Gleichwertigkeit zwischen den Anforderungen an die verschiedenen Kanäle gewahrt werden.

Klarstellend geht die Kommission auch auf Paritätsklauseln ein – ein Thema, das in den letzten Jahren im Kartellrecht hoch umstritten war. Die neue Vertikal-GVO verbietet ausdrücklich, dass ein Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten nicht daran gehindert werden darf, auf anderen Plattformen zu günstigeren Preisen anzubieten. Solche „weiten Paritätsklauseln“ sind nach dem neuen Entwurf immer verboten. Alle anderen Arten an Paritätsverpflichtungen unterfallen hingegen grundsätzlich der Vertikal-GVO und werden freigestellt. Wenn die Marktanteilsschwelle der GVO jedoch gerissen wird, muss im Einzelfall geprüft werden, ob die jeweilige Verpflichtung mit dem Kartellrecht vereinbar ist.

Dualer Vertrieb

Besonders viel getan hat sich im Bereich des dualen Vertriebs. Hierbei geht es darum, dass der Hersteller von Waren oder Anbieter von Dienstleistungen für den Vertrieb nicht nur auf Händler

Kartellrecht

zurückgreift, sondern parallel auch selbst über eigene Kanäle vertreibt. Problematisch hieran ist, dass Hersteller und Händler dann Wettbewerber sind. Besonders kritisch ist hierbei der Austausch von Informationen zwischen den Unternehmen im Rahmen der gemeinsamen Vertriebstätigkeit. Der neue Entwurf bringt hier Änderungen mit sich.

Zunächst wird der Anwendungsbereich der GVO erweitert: Nicht nur Abreden im dualen Vertrieb zwischen Händler und Hersteller sind freigestellt, sondern auch solche zwischen Händlern und Großhändlern oder Einführern. Wichtige Ausnahme ist, dass Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, die auch Produkte verkaufen, die mit denen auf ihrer Plattform angebotenen Waren Dritter konkurrieren, von der Freistellung ausgenommen sind. Typisches Beispiel dürfte hier Amazon sein, das den Marketplace für Angebote von Dritthändlern betreibt und gleichzeitig eigene Konkurrenzprodukte über seine Plattform verkauft.

Inhaltlich ist die Freistellung nach dem Vertikal-GVO-E nicht mehr so umfassend wie bisher. Als besonders relevant für die Praxis könnte sich etwa herausstellen, dass Vereinbarungen im Bereich des dualen Betriebs nicht mehr nach der GVO freigestellt sein sollen, wenn sie eine Beschränkung des Wettbewerbs bezwecken. Was zunächst sehr naheliegend klingt, wird letztlich zu einem verstärkten Prüfungsaufwand führen. Es ist gerade der Vorteil der GVO, dass intensive rechtliche Prüfungen nicht nötig sind, da es nicht auf solche Feinheiten ankommt, wie die Frage, ob eine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt oder bewirkt wird.

Ebenfalls folgenreich ist, dass der mit dem dualen Vertrieb einhergehende Informationsaustausch nicht mehr ohne Weiteres zulässig sein soll, falls die beteiligten Unternehmen einen gemeinsamen Marktanteil von 10 % oder mehr haben. Diese Neuerung ist auf heftige Kritik aus Praxis und Wissenschaft gestoßen. Bisher war ledig-

lich die allgemeine Schwelle der GVO, nämlich 30 % jeweiliger Marktanteil, zu beachten. Nun ist in jedem Fall eines dualen Vertriebs zu prüfen, ob die Beteiligten gemeinsam 10 % überschreiten. Bei einer so niedrigen Schwelle werden viele Unternehmen zu umfassenden Prüfungen gezwungen sein, die bisher selbstverständlich auf die Freistellung nach der Vertikal-GVO setzen konnten. Zudem ist nicht zu unterschätzen, dass es einen erheblichen Unterschied macht, dass es hier auf den gemeinsamen, nicht wie ansonsten aus der GVO bekannten jeweiligen Marktanteil ankommt. Es obliegt an dieser Stelle zukünftig also den Unternehmen, auch die Marktanteile der anderen Partei so zu überblicken, dass seriöse Aussagen über den gemeinsamen Marktanteil getroffen werden können.

Und auch die Bewertung des Informationsaustauschs ist komplizierter geworden. Die bisherige Fallpraxis, Erfahrungen und Leitlinien beschäftigen sich nur im geringen Maße mit der besonderen Situation beim dualen Vertrieb. Um auf die diesbezügliche Kritik zu reagieren, hat die EU-Kommission im Februar 2022 den Entwurf eines zusätzlichen Abschnitts der Vertikal-LL veröffentlicht. Dieser beschäftigt sich explizit nur mit der Frage des Informationsaustauschs beim dualen Vertrieb. Hiernach ist jeglicher Informationsaustausch beim dualen Vertrieb freigestellt, solange er erforderlich ist, die Produktion und den Vertrieb der Vertragsprodukte oder -dienste zu verbessern. Im Einzelnen hängt die Freistellung dann vom konkreten Vertriebsmodell ab. So wird es im Alleinvertriebssystem beispielsweise erforderlich sein, Informationen über Gebiete und Kundengruppen auszutauschen; bei Franchise-Verträgen Informationen über die Anwendung des einheitlichen Geschäftsmodells; oder bei selektiven Vertriebssystemen Informationen darüber, ob der Händler die Selektionskriterien einhält.

Die Kommission gibt der Praxis zudem eine lange Liste an Beispielen für erforderliche und nicht erforderliche Informationen, die im Rah-

Kartellrecht

men des dualen Vertriebs ausgetauscht werden könnten. So soll zum Beispiel der Austausch technischer Informationen freigestellt sein, die etwa für die Registrierung, Zertifizierung oder Handhabung der Produkte erforderlich sind; Informationen bzgl. der Lieferung oder Preise, die für das Geschäft zwischen Hersteller und Händler erforderlich sind; Informationen über unverbindliche Preisempfehlungen und Marketing; aber auch aggregierte Daten zu Käufern Kunden-Feedback und die Performance anderer Händler.

Umgekehrt ist es in der Regel nicht zulässig, sich über zukünftige Preise auszutauschen, wenn es nicht gerade um die Koordinierung einer kurzfristigen Angebotskampagne geht. Genauso wenig dürfen nicht-aggregierte kundespezifische Daten ausgetauscht werden, die nicht für eine etwaige Personalisierung der Produkte oder die Durchführung des Kundendienstes erforderlich sind.

Mögliche Vorsichtsmaßnahmen, um erst gar nicht in den Verdacht eines kartellrechtswidrigen Informationsaustauschs zu kommen, sind, generell nur aggregierte Informationen mit den Partnern im dualen Vertrieb auszutauschen oder Daten erst verzögert nach ihrer Erzeugung weiterzugeben. Bewährt ist es zudem, technische und administrative Maßnahmen zu ergreifen, wie etwa den Zugang zu den Informationen nur bestimmten Mitarbeitern zu gewähren, die nicht für den Direktvertrieb des Herstellers verantwortlich sind (sogenannte „chinese walls“).

Mit dieser Ergänzung der Leitlinien hat die EU-Kommission der Praxis auf den ersten Blick recht übersichtliche Hilfestellungen zur Bewertung des Informationsaustauschs beim dualen Vertrieb an die Hand gegeben. Wie hilfreich diese tatsächlich sind, wird die Zeit zeigen.

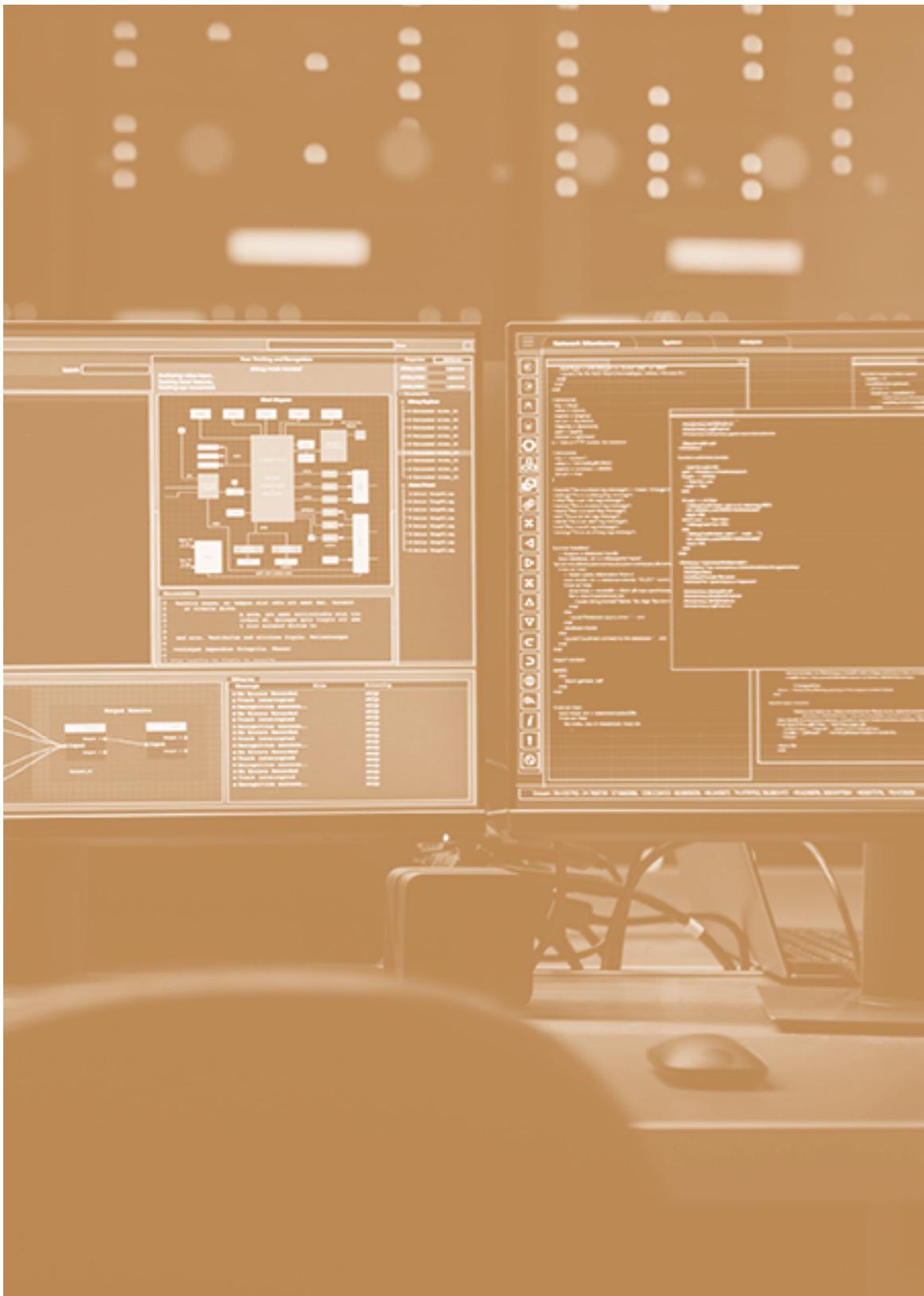
Es bleibt zudem abzuwarten, wie die finale Formulierung in der GVO hier aussehen wird.

Alleinvertrieb und selektive Vertriebssysteme

Auch im hochrelevanten Bereich des Alleinvertriebs und der selektiven Vertriebssysteme gibt es Änderungen durch den Vertikal-GVO-E. Neu ist zunächst, dass ein Alleinvertrieb nicht mehr voraussetzt, dass ein Gebiet oder eine Kundengruppe dem Anbieter selbst oder einem einzigen Abnehmer vorbehalten wird. Vielmehr soll es zukünftig auch möglich sein, ein Alleinvertriebssystem zu unterhalten, in dem das Gebiet oder die Kundengruppe einer begrenzten Anzahl an Abnehmern exklusiv zugewiesen wird. Solange die Anzahl dieser Abnehmer im Verhältnis zum Ziel des Investitionsschutzes steht, steht einer Freistellung dieses Systems nach der Vertikal-GVO nichts entgegen. Hersteller und Großhändler sind zukünftig damit nicht mehr ganz so strikt daran gehalten, pro Gebiet oder Kundengruppe allein einen exklusiven Partner zu haben. Fraglich und nicht ausdrücklich geregelt ist der Fall, dass ein Gebiet dem Anbieter und einem weiteren Abnehmer vorbehalten ist.

Äußerst praxisrelevant: Innerhalb eines Vertriebssystems war es bisher nicht möglich, etwaige Gebiets- oder Kundenschutzvereinbarungen auf die Kunden/Abnehmer des Vertriebspartners weiterzuleiten. Das soll wohl zukünftig möglich sein, wenn diese Kunden mit dem Hersteller/Großhändler eine Vertriebsvereinbarung geschlossen haben. Insofern ergeben sich neue Optionen, mit denen ein Alleinvertriebssystem aus Hersteller-/Anbietersicht weiter stabilisiert werden kann. Für Abnehmer wird die Situation auch einfacher, entsprechenden Forderungen von Anbietern nachzukommen.

Generell hat die EU-Kommission die GVO so angepasst, dass eine Absicherung des Alleinvertriebs und selektiver Vertriebssysteme zukünftig effektiver funktionieren. So hat sie etwa eine bisher bestehende Regelungslücke geschlossen, wonach es anderen Abnehmern, die nicht Teil



Kartellrecht

des selektiven Vertriebssystems waren, möglich war, von außen nicht-zugelassene Händler zu beliefern. In Zukunft ist es also besser möglich, nebeneinander verschiedene Vertriebssysteme für verschiedene Gebiete oder Kundengruppen zu betreiben, ohne dass es zu ungewollten Lieferungen zwischen den Systemen kommt.

Handelsvertreter

Die Vertikal-LL (nicht die GVO selbst) regeln auch das sogenannte „Handelsvertreter-Privileg“, wonach einem Handelsvertreter (nach EU-Recht nicht immer das gleiche wie nach deutschem Recht) beispielsweise Preise oder Tätigkeitsgebiete vorgegeben werden dürfen, ohne dass es sich um einen Kartellrechtsverstoß handelt. Voraussetzung hierfür ist, dass der Handelsvertreter keine Risiken in Bezug auf das vermittelte Geschäft trägt. Hierzu hat die EU-Kommission im Vertikal-LL-E nochmal zwei Punkte klargestellt: Wenn der Handelsvertreter für kurze Zeit während der Abwicklung des Geschäfts Eigentum an der Ware erlangt, sind die Vereinbarungen nach wie vor freigestellt, wenn damit keine weiteren Risiken oder Kosten einhergehen. Zudem erfolgt auch eine Freistellung, wenn der Handelsvertreter zwar Risiken trägt, der Auftraggeber diese aber vollständig deckt. Das kann so aussehen, dass der Auftraggeber die Kosten 1:1 erstattet, aber auch durch Pauschalbeträge oder Prozentsätze am Erlös solange abgesichert ist, dass der Handelsvertreter unter dem Strich keinen Verlust an einem Geschäft machen kann.

Zudem soll es möglich sein, dass ein Handelsvertreter auch gleichzeitig unabhängiger Händler für denselben Anbieter ist (sog. Handelsvertreter mit Doppelprägung). Eine Freistellung vom Kartellrecht erfolgt aber nur dann, wenn die Produkte klar unterscheidbar und die Tätigkeiten und Risiken klar voneinander getrennt sind. Dem Händler muss es absolut freistehen, ob er seine Tätigkeiten um die als Handelsvertreter erweitern möchte. In diesem Fall müssen bisherige Investitionen, die auch für die neue Tätigkeit als Han-

delsvertreter von Nutzen sind, anteilig ausgeglichen werden.

Dauer von Wettbewerbsverboten

Eine weitere Änderung mit hoher Praxisrelevanz betrifft die maximale Dauer, für die ein Wettbewerbsverbot (immer nur für Abnehmer) vereinbart werden kann. Bisher galt eine zeitliche Grenze von maximal fünf Jahren mit der Bedingung, dass sich das Wettbewerbsverbot nach den fünf Jahren nicht stillschweigend verlängert. Letzteres wurde aus dem Vertikal-GVO-E gestrichen. Vielmehr soll es in Ordnung sein, wenn sich das Verbot nach fünf Jahren stillschweigend verlängert, solange gewährleistet ist, dass mit einer angemessenen Kündigungsfrist und zu angemessenen Kosten wirksam neu verhandelt oder gekündigt werden kann. Dadurch ergeben sich neue Gestaltungsmöglichkeiten für die Praxis, die sich unter dem Strich aber auch nicht zu sehr von der bisherigen Rechtslage unterscheiden sollten.

Preisbindung der zweiten Hand

Zu guter Letzt hat sich die EU-Kommission auch der „Preisbindung der zweiten Hand“ angenommen. Dabei geht es um solche Vereinbarungen, die unmittelbar oder mittelbar die Festsetzung von Fest- oder Mindestverkaufspreisen bezwecken. Die Kommission stellt klar, dass es ihrer Ansicht nach zulässig ist, wenn ein Anbieter seinen Abnehmern verbietet, Preise unterhalb eines Mindestwerbepreises zu bewerben. Das gilt aber nur, solange es dem Abnehmer unbenommen bleibt, letztlich einen niedrigeren tatsächlich anzuwenden.

Zudem darf ein Anbieter grundsätzlich Preisüberwachungssysteme einsetzen, solange diese nicht mit anderen Faktoren verbunden sind, die (faktisch) zu einer Preisbindung führen. Das sind heute vor allem technische Tools und Instrumente, die z.B. Onlineshops analysieren.

Kartellrecht

Für die Praxis dürfte es gleichwohl problematisch bleiben, wenn Anbieter ihre Abnehmer kontrollieren.

Der Vertikal-LL-E bietet auch Beispiele für Situationen, in denen eine Preisbindung wahrscheinlich einzelfreigestellt wäre: Preisbindungen bei der Einführung eines neuen Produkts; im Rahmen koordinierter Sonderaktionskampagnen (regelmäßig 2-6 Wochen); oder zur Verhinderung von Trittbrettfahrerproblemen, wo sich Kunden bei teuren Anbietern beraten lassen und später bei günstigeren kaufen. Derartige Fälle können gerechtfertigt sein.

Wie geht es weiter?

Die neue Vertikal-GVO soll am 01. Juni 2022 in Kraft treten und bis zum 31. Mai 2034 gültig bleiben. Vereinbarungen, die nach der bisher gültigen GVO freigestellt waren, nach der neuen jedoch nicht mehr, bleiben bis zum 31. Mai 2023 übergangsweise freigestellt. Danach gilt das Kartellverbot ohne Wenn und Aber. Insofern sollten Unternehmen ihre vertikalen Vereinbarungen auf den Prüfstand stellen und die nächsten Monate nutzen, um etwaige problematische Verträge anzupassen.

Für sämtliche Fragen zum Kartellrecht stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Simon Kohm
0221 650 65-200
simon.kohm@loschelder.de

Dr. Hans-Georg Schreier, LL.M.
0221 650 65-180
hans-georg.schreier@loschelder.de





Digitalisierung

Updatepflichten für digitale Produkte

Zum 1. Januar 2022 haben mit dem digitalen Vertragsrecht Updatepflichten Einzug gehalten in das Bürgerliche Gesetzbuch. Digitale Produkte und Waren mit digitalen Elementen wie Apps, Cloud-Angebote, Online-Spiele oder E-Book-Reader, die smarte Waschmaschine oder das „Connected Car“ sind seither gesetzestunmittelbar auf dem aktuellen Stand zu halten.

Nach den Neuregelungen werden alle Aktualisierungen für digitale Produkte geschuldet, die für den „Erhalt der Vertragsmäßigkeit“ benötigt werden. Das sind zuvörderst Sicherheitsupdates, aber auch weitere Aktualisierungen, etwa der jeweils neue Kartensatz für das Navigationssystem. Werden die Aktualisierungen nicht bereitgestellt, führt dies zu einem Produktmangel. Der Verbraucher hat dann Anspruch gegen seinen Anbieter, diesen Mangel zu beheben.

Mit der bloßen Bereitstellung der Aktualisierungen erfüllt der Unternehmer indes noch nicht die ihm obliegenden Informationspflichten. Die Aktualisierungspflichten des Unternehmers

umfassen auch die Pflicht, den Verbraucher über die erstellten, zur Verfügung stehenden Aktualisierungen zu informieren. Es ist die originäre Aufgabe des das Produkt anbietenden Unternehmens, dafür Sorge zu tragen, dass Verbraucher über Aktualisierungen informiert werden. Der Gesetzeswortlaut ist strikt: Der Unternehmer hat „sicherzustellen“, dass der Verbraucher über die Aktualisierungen informiert ist. Eigenständig durchführen muss er diese Information aber nicht. Er kann sich dazu eines Dritten, z.B. des Herstellers, etwa als Erfüllungsgehilfe, bedienen.

Notwendiger Inhalt

Informiert werden muss nicht nur über das Vorhandensein einer Aktualisierung, sondern auch über Inhalt, Notwendigkeit und Auswirkungen einschließlich der Folgen einer unterlassenen Installation. Er muss den Verbraucher ausreichend über die Folgen einer unterlassenen Installation informieren und eine leicht verständliche und fehlerfreie Installationsanleitung bereitstellen. Bereits unter altem Recht hatte eine unzureichende Information über die

Auswirkungen eines Updates nach einer Entscheidung aus dem Herbst 2021 zu einer Rückabwicklung geführt. Entschieden worden war der Fall noch vor Inkrafttreten der §§ 327 ff. BGB, deren grundlegende Wertentscheidungen sich indes in der Argumentation des LG München bereits wiederfinden, wenn auch angeknüpft an die allgemeinen Regelungen der §§ 241 Abs. 1, 280 Abs. 1 BGB.

Dauer der Updatepflichten

Die Updatepflichten treffen den Unternehmer für einen bestimmten Zeitraum: Schuldet der Unternehmer die dauerhafte Bereitstellung des digitalen Produkts, hat er Aktualisierungen für die Dauer des Bereitstellungszeitraums zur Verfügung zu stellen. In den übrigen Fällen, insb. bei einmaligem oder auch wiederholtem Leistungsaustausch, richtet sich die Dauer der objektiven Updatepflicht nach dem Zeitraum, den der Verbraucher „aufgrund der Art und des Zwecks des digitalen Produkts und unter Berücksichtigung der Umstände und der Art des Vertrags für die Bereitstellung von Aktualisierungen erwarten kann“. Die berechnete Erwartungshaltung ist produktbezogen und einzelfallabhängig. Sie ist etwa von der üblichen Verwendungsdauer abhängig und von Aussagen in der Werbung.

Rechtsfolgen bei Verstößen

Kommt der Unternehmer seinen Updatepflichten nicht nach, begründet dies einen Produkt- bzw. einen Sachmangel, der gesetzliche Gewährleistungsrechte des Verbrauchers zur Folge hat. Auch wenn sich die Aktualisierungspflichten bei Waren mit digitalen Elementen nur auf die digitalen Elemente bezieht, führt ein Verstoß gegen die Pflichten zu einem Sachmangel an der gesamten Kaufsache.

Resumée: Herausforderungen in der Praxis und verbesserter Verbraucherschutz

Mit der Einführung von Updatepflichten ist der Gesetzgeber einen bedeutsamen Schritt gegangen, der in Anbetracht der schnell voranschreitenden Digitalisierung unerlässlich war: Digitale Angebote sind nur dann nutzbar, wenn Sicherheitsaktualisierungen und oftmals auch eine Reihe weiterer Updates bereitstehen. Dies auch gesetzlich entsprechend vorzusehen, ist insofern folgerichtig.

In der Umsetzung allerdings hätte der Gesetzgeber deutlich über die beinahe 1:1-Umsetzung der EU-Vorgaben hinausgehen können und sollen: Auslegungsspielräume hinsichtlich dem geschuldeten Umfang und insbesondere auch der erforderlichen Zeitspanne führen zu Rechtsunsicher-

heiten. Der Erfüllungsaufwand für Unternehmen steigt damit, ohne einen konkreten Mehrwert für die geschützten Verbraucher. Erst die anstehende Anwendung der Vorschriften in der Praxis wird, gerade auch durch zu erwartende konkretisierende Rechtsprechung, diese Rechtsunsicherheit beseitigen können.

Der Verbraucher jedenfalls profitiert von der Absicherung dauerhafter Updates, die vom Anbieter für die gesamte übliche Nutzungsdauer bereitgestellt werden müssen. Damit wird dem Anbieter die Möglichkeit genommen, durch Einstellung von Sicherheitsupdates verfrüht zu Ersatzbeschaffungen zu zwingen.

Für sämtliche Fragen zu digitalen Produkten und Updatepflichten steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Kristina Schreiber
0221 650 65-337
kristina.schreiber@loschelder.de





Datenschutz- und Wettbewerbsrecht

Die Voraussetzungen von Direktwerbung im Datenschutz- und Lauterkeitsrecht – ein Überblick

Die Konferenz der unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder hat jüngst eine Orientierungshilfe zur Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung veröffentlicht. Dies möchten wir zum Anlass nehmen, Sie über die datenschutz- und lauterkeitsrechtlichen Voraussetzungen der Verarbeitung von Daten für Werbezwecke zu informieren und einen Blick auf die möglichen Folgen von Verstößen zu werfen. Hier ist derzeit insbesondere im Datenschutzrecht eine Tendenz zu beobachten, nach der Betroffenen für (kaum spürbare) Verstöße geringfügige Schmerzensgelder zugesprochen werden. Da bei Werbeaktionen regelmäßig eine Vielzahl von Personen betroffen ist, bergen auch diese im Einzelfall niedrigen Schmerzensgelder für Unternehmen erhebliche Haftungsrisiken.

Voraussetzungen der Verarbeitung personenbezogener Daten für Werbezwecke

Einem Unternehmen, das Werbemaßnahmen an einzelne, eigens ausgesuchte Personen adressieren möchte (Direktwerbung), stehen dafür eine Vielzahl von Optionen zur Verfügung: der Versand von Katalogen oder Anschreiben, Telefonanrufe, E-Mails oder Nachrichten per Fax, mit oder ohne vorherige Analyse der Empfänger in Bezug auf ihre Interessenschwerpunkte. Diese und viele weitere Arten der Direktwerbung haben alle gemeinsam, dass sie die Verarbeitung

personenbezogener Daten (Adressen, Telefon- oder Faxnummern, E-Mail-Adressen) erfordern. Sie sind daher nur zulässig, wenn eine Erlaubnisnorm existiert, die die Verarbeitung zulässt. Im Fall von Werbung ist dies entweder Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 lit. f) DSGVO (Verarbeitung aufgrund berechtigter Interessen) oder Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 lit. a) DSGVO (Einwilligung). Die erste der beiden Möglichkeiten hat aus Sicht der Unternehmen den unschätzbaren Vorteil, dass Werbung geschaltet werden darf, ohne dass eine Einwilligung der Betroffenen eingeholt wird – der potentielle Adressatenkreis wird dadurch erheblich erweitert. Mit einer Einwilligung sind dagegen auch intensivere und damit häufig effizientere Werbemaßnahmen möglich. Nachfolgend stellen wir dar, wo im Einzelnen die Grenzen verlaufen.

Werbemaßnahmen ohne Einwilligung

Dass Daten zu Werbezwecken verarbeitet werden dürfen, ohne dass hierfür eine Einwilligung vorliegt, ist bereits in der DSGVO selbst angelegt. In Erwägungsgrund 47 wird dazu festgehalten, dass die Verarbeitung von Daten zum Zwecke der Direktwerbung „als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung“ angesehen werden kann. Welche Maßnahmen demnach ohne Einwilligung zulässig sind, ergibt sich aus dem Erwägungsgrund freilich nicht. So viel sei vorweggenommen: besonders groß ist der Spielraum von Unternehmen in diesem Bereich nicht.

Wahl der Mittel

Zunächst sind sie in der Wahl der Werbemittel erheblich eingeschränkt. Hierzu gibt § 7 Abs. 1 UWG, der die Auslegung der DSGVO in diesem Bereich maßgeblich beeinflusst, vor, dass die Verwendung automatischer Anrufe, elektronischer Post oder eines Faxgeräts nur auf der Grundlage einer Einwilligung zulässig ist. Ausnahmen bilden nur E-Mails, die an Bestandskunden versendet werden und die Werbung für Produkte enthalten, die denen, die der Kunde bereits gekauft hat, ähneln (dieses Phänomen dürfte den meisten bekannt sein – man bestellt online ein Buch und erhält fortan regelmäßig Werbung für ähnliche Produkte, ohne dass man hierfür eine Einwilligung erteilt hat).

Ein Telefonanruf zu Werbezwecken bedarf gegenüber Verbrauchern und Unternehmern einer Einwilligung. Unterschiede bestehen nur insoweit, als ein Verbraucher eine Einwilligung ausdrücklich erklärt haben muss, während gegenüber einem Unternehmer auch auf der Grundlage einer mutmaßlichen Einwilligung zum Telefonhörer gegriffen werden darf. Dafür, dass ein Unternehmer mit einem Anruf mutmaßlich einverstanden ist, bedarf es allerdings konkreter Anhaltspunkte, z. B. aus einer Vorbestellung.

Zuletzt verbietet der Auffangtatbestand des § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG die Verwendung von sonstigen für den Fernabsatz geeigneten Mitteln der kommerziellen Kommunikation, durch die ein Verbraucher hartnäckig angesprochen wird.

Art der Verarbeitung

Darüber hinaus sind Unternehmen auch bei der konkreten Verarbeitung der Daten eingeschränkt. Erlaubt ist regelmäßig ausschließlich der Versand von Werbung, unzulässig dagegen eine Analyse und Vorauswahl der Kundendaten

anhand von Interessengebieten oder weiteren zugänglichen Informationen, um eine höhere „Trefferwahrscheinlichkeit“ der Werbemaßnahmen zu erzielen. Das betrifft insbesondere auch die Hinzuziehung öffentlich zugänglicher Informationen aus sozialen Netzwerken. Die einzigen, ohne Einwilligung zulässigen Vorauswahlen, sind Maßnahmen wie die Filterung von Daten anhand von Merkmalen, die nicht zu zusätzlichen Erkenntnissen über die Person führen, etwa anhand von Postleitzahlen oder nach dem Alphabet.

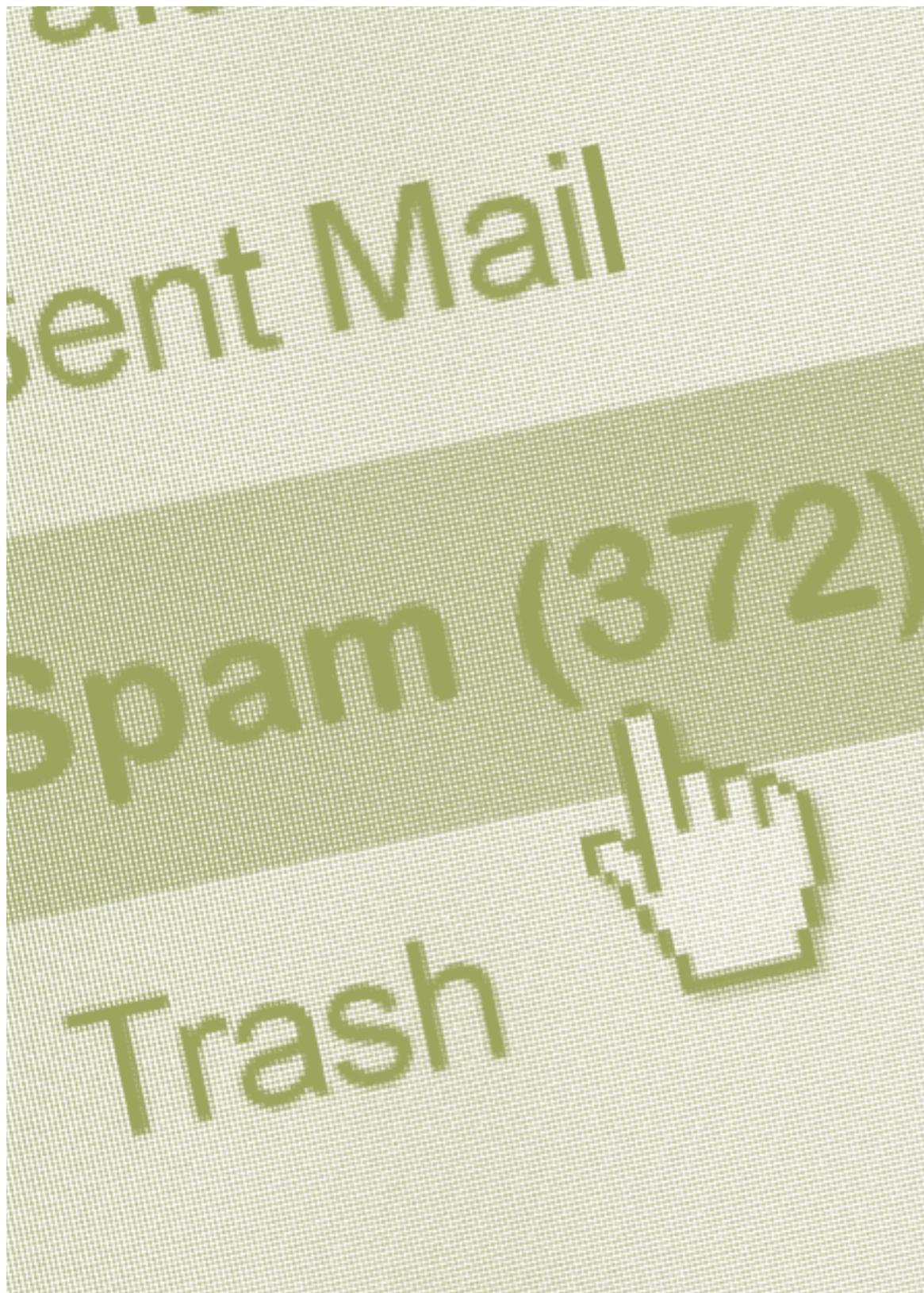
Herkunft der Daten

Zuletzt ist ein Unternehmen auch beim Bezug personenbezogener Daten nicht frei. Die Daten müssen zwar nicht unmittelbar beim Betroffenen erhoben werden, aber die Erhebung der Daten von Dritten oder aus öffentlich zugänglichen Quellen führt regelmäßig dazu, dass die Daten nicht ohne Einwilligung für Werbezwecke verarbeitet werden dürfen. Die Verwendung von Impressumsdaten für Werbezwecke ist unzulässig, ebenso wie die Sammlung von E-Mail-Adressen aus Weiterempfehlungen von Dritten („Freundeswerbung“).

Am Ende bleibt daher faktisch ohne das Vorliegen einer Einwilligung gegenüber Verbrauchern nur die Verwendung von physischen Briefen oder sonstigen Papiersendungen und die Werbung per E-Mail gegenüber Bestandskunden möglich. Gegenüber Unternehmern darf zusätzlich auch per Telefon geworben werden, aber nur, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür bestehen, dass der Empfänger den Anruf wünscht.

Werbemaßnahmen, für die eine Einwilligung erforderlich ist

Alle intensiveren Datenverarbeitungen sind nur aufgrund einer Einwilligung zulässig. Das betrifft die effiziente und kostengünstige Werbung per



E-Mail genauso wie die Analyse von Daten, um einen potentiellen Kundenkreis einzugrenzen und gezielter Werbung schalten zu können. Die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten zu Werbezwecken erfordert stets eine Einwilligung.

Weitere Voraussetzungen

Ist die Frage einer Rechtsgrundlage für geplante Werbemaßnahmen erörtert und gelöst, bestehen zudem einige weitere Voraussetzungen für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Werbezwecken. Unabhängig von der Rechtsgrundlage müssen die Betroffenen über die Verarbeitung ihrer Daten nach Art. 13, 14 DSGVO informiert werden. Erfolgt die Datenverarbeitung auf der Grundlage einer Einwilligung, ist dabei auf das Widerspruchsrecht des Betroffenen hinzuweisen. Erfolgt die Datenverarbeitung dagegen aufgrund berechtigter Interessen, muss der Betroffene gesondert auf sein Widerspruchsrecht nach Art. 21 Abs. 2 DSGVO hingewiesen werden.

Zusätzlich muss der Verantwortliche organisatorisch ein Widerspruchs- und Einwilligungsmanagement sicherstellen. Dass der Betroffene in die Verarbeitung seiner Daten eingewilligt hat, muss der Verantwortliche bereits nach allgemeinen Grundsätzen (Art. 5 Abs. 2 DSGVO) im Zweifel nachweisen können. § 7a Abs. 2 S. 1 UWG fordert zudem eine Aufbewahrung von Einwilligungen in Telefonwerbung für fünf Jahre nach der letzten Verwendung. Erhebt ein Betroffener Widerspruch gegen die Verarbeitung seiner Daten zu Werbezwecken, muss sichergestellt werden, dass er keine Werbung mehr erhält. Ausnahmen bestehen allenfalls für einen Übergangszeitraum von zwei Wochen und auch dann nur, wenn Werbung bereits vorbereitet wurde und es unverhältnismäßig wäre, etwa einen einzelnen aus vielen Briefen wieder herauszusuchen.

Folgen von Verstößen

Fehler bei der Verarbeitung von Daten zu Werbezwecken können empfindliche Folgen nach sich ziehen. Im Datenschutzrecht drohen Bußgelder und Schadensersatzforderungen von Betroffenen. Beides kann ein Unternehmen hart treffen. Bußgelder erreichen eine maximale Höhe von 20 Millionen Euro oder vier Prozent des Jahresumsatzes eines Unternehmens, je nachdem, welcher Betrag höher ist. Schadensersatzforderungen sind dagegen zwar im Einzelfall regelmäßig gering und umfassen lediglich einige hundert oder wenige tausend Euro. Im Datenschutzrecht ist derzeit aber eine starke Tendenz zu Massenklageverfahren zu beobachten, bei denen eine Vielzahl Betroffener gleichzeitig Ansprüche geltend macht. Aufgrund der Masse der Verfahren, die auch bei unrechtmäßigen Werbemaßnahmen drohen, entsteht hier ein erhebliches Haftungsrisiko für Unternehmen.

Zusätzlich drohen lauterkeitsrechtliche Folgen. Diese fallen anders aus als im Datenschutzrecht. Ein Schadensersatzanspruch steht nach § 9 Abs. 1 UWG n. F. weiterhin nur Mitbewerbern des unlauter handelnden Unternehmens zu. Die neu eingeführte Anspruchsgrundlage des § 9 Abs. 2 UWG n.F., die erstmals auch im UWG Verbrauchern einen Schadensersatzanspruch eröffnet, umfasst keine Verstöße gegen § 7 UWG. Gleiches gilt für den ebenfalls neu eingeführten Bußgeldtatbestand des § 19 UWG n. F., welcher nur bei den in § 5c UWG n.F. aufgelisteten Verstößen einschlägig ist.

Ein Verstoß gegen § 7 UWG begründet allerdings einen Unterlassungsanspruch nach § 8 UWG. Dieser steht Mitbewerbern, aber auch qualifizierten Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen, der Verbraucherzentrale, zu. Dem Unterlassungsgläubiger steht grundsätzlich nach § 13 Abs. 3 UWG auch ein Anspruch auf Kostenersatzung für die Abmahnung zu. Insofern ist in

Datenschutz- und Wettbewerbsrecht

den hier relevanten Fällen eine wichtige Ausnahme zu berücksichtigen: Mitbewerbern steht dieser Anspruch nämlich nicht zu, wenn sie eine Verletzung der DSGVO abmahnen. Der Unterlassungsanspruch ist darauf gerichtet, jede Form von Verstößen zukünftig zu verbieten. Er ist nicht darauf beschränkt, Handlungen nur gegenüber demjenigen nicht mehr vorzunehmen, der von der rechtswidrigen Verarbeitung der personenbezogenen Daten betroffen ist. Von dem Anspruch sind alle Verbraucher erfasst. Allerdings umfasst das Verbot aufgrund der unterschiedlichen rechtlichen Beurteilungsmaßstäbe nicht zwingend alle Formen der Kontaktaufnahmen. So kann etwa bei einer unzulässigen telefonischen Kontaktaufnahme eine Kontaktaufnahme auf dem Postweg weiter möglich sein. Der Unterschied rechtfertigt sich dadurch, dass die Zusendung eines Briefes in der in der Regel weniger belästigend wirkt als ein Anruf. Hier ist aber eine Beurteilung im Einzelfall erforderlich.

Für sämtliche Fragen zu den datenschutzrechtlichen und lauterkeitsrechtlichen Aspekten von Direktwerbung stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Malte Göbel
0221 650 65-337
malte.goebel@loschelder.de

Dr. Gianna Perino-Stiller
0221 650 65-231
gianna.perino-stiller@loschelder.de





Gesellschaftsrecht

Virtuelle Gesellschafterversammlungen in der GmbH

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass Gesellschafterversammlungen in Präsenz nicht immer möglich sind. Eine praktische Alternative können virtuelle Gesellschafterversammlungen sein, die in neuen Gesellschaftsverträgen auch häufiger zugelassen werden.

Unter einer virtuellen Gesellschafterversammlung wird üblicherweise die Durchführung einer Gesellschafterversammlung unter Ausnutzung von Fernkommunikationsmitteln verstanden, die eine gleichzeitige physische Anwesenheit der Gesellschafter an einem Ort entbehrlich macht. Es gibt unterschiedliche technische Formate, die für eine solche Versammlung in Betracht kommen, auch wenn nicht alle gleich geeignet sind und daher in der Praxis unterschiedlich häufig anzutreffen sind. Zu denken ist etwa an Videobesprechungen (z. B. Microsoft Teams, Zoom), Telefonkonferenzen, Chats usw.

Präsenzveranstaltung als gesetzlicher Grundsatz

Das Recht der GmbH geht im Grundsatz von einer Präsenzveranstaltung unter Anwesenheit der Gesellschafter aus. Alternativ ist eine Beschlussfassung im sogenannten Umlaufverfahren möglich, in dem die Gesellschafter schriftlich über die Beschlussgegenstände abstimmen können. Eine virtuelle Gesellschafterversammlung kennt das GmbH-Recht nicht. Obwohl während der Corona-Pandemie vermehrt ein Bedürfnis für

nicht präsenzte Gesellschafterversammlungen aufgekommen ist, hat der Gesetzgeber im Corona-Maßnahmengesetz nur für die Aktiengesellschaft, nicht aber für die GmbH, die Möglichkeit eröffnet, virtuelle Versammlungen durchzuführen. Für die GmbH wurde lediglich die Durchführung des Umlaufverfahrens erleichtert. Diese Erleichterungen gelten nach derzeitigem Stand nur für Beschlüsse, die bis zum 31. August 2022 gefasst werden.

Ermöglichung virtueller Gesellschafterversammlungen im Gesellschaftsvertrag

In Ermangelung einer gesetzlichen Regelung können virtuelle Gesellschafterversammlungen in der GmbH wirksam durchgeführt werden, wenn der Gesellschaftsvertrag dies zulässt. Wird eine virtuelle Gesellschafterversammlung ohne entsprechende Grundlage im Gesellschaftsvertrag einberufen, sind darin gefasste Gesellschafterbeschlüsse nach der derzeitigen Rechtslage anfechtbar oder sogar nichtig.

Gestaltung der gesellschaftsvertraglichen Regelung

In der Gestaltung der gesellschaftsvertraglichen Regelung sind die Gesellschafter weitestgehend frei. Wie immer sollte auf klare Formulierungen geachtet werden. Zunächst muss die Regelung deutlich machen, ob virtuelle Gesellschafterversammlungen überhaupt zugelassen werden.

Gesellschaftsrecht

Der Gesellschaftsvertrag sollte außerdem zumindest beispielhaft aufführen, welche Formate erlaubt sein sollen (Videokonferenz, Telefonkonferenz usw.). Wichtig ist weiterhin, das Verhältnis zur klassischen Präsenzveranstaltung klarzustellen. Virtuelle Versammlungen können etwa als Alternative neben Präsenzveranstaltungen treten, diese aber auch dergestalt ergänzen, dass Gesellschafterversammlungen teilweise präsent und teilweise virtuell abgehalten werden (hybrides Modell). Ob Präsenzveranstaltungen zugunsten virtueller Versammlungen hingegen im Gesellschaftsvertrag generell ausgeschlossen werden können, ist bisher noch nicht abschließend geklärt. Davon sollte abgesehen werden.

Darüber hinaus sind vielseitige flankierende Bestimmungen denkbar, die an den Bedürfnissen des jeweiligen Unternehmens ausgerichtet werden sollten. Der Gesellschaftsvertrag kann etwa vorsehen, wer für die Wahl der Verfahrensart – virtuell, präsent oder hybrid – zuständig ist und Voraussetzungen für die jeweilige Verfahrensart aufstellen. Fehlt eine solche Regelung im Gesellschaftsvertrag, obliegt es grundsätzlich den Geschäftsführern für die anstehende Gesellschafterversammlung nach ihrem Ermessen eine Verfahrensart zu wählen.

Ferner kann es sinnvoll sein, Einladungen zu (virtuellen) Gesellschafterversammlungen per E-Mail zuzulassen, da auf diese Weise etwa ein Einladungslink zum Videomeeting zweckmäßigerweise mitverteilt werden kann. Einladungen per E-Mail sind bei entsprechender Regelung im Gesellschaftsvertrag zulässig. Ebenso kann der Vertrag für das jeweilige Format der virtuellen Versammlung Abstimmungsregelungen vorsehen oder einen Versammlungsleiter bestimmen, der etwa bei einer Videokonferenz Teilnehmern das Wort erteilt. In der Praxis enthalten viele Verträge bereits detaillierte Vorschriften zu Gesellschafterversammlungen, jedoch sind diese meist eher auf Präsenzveranstaltungen zugeschnitten und daher nicht immer optimal auf die Besonderheiten virtueller Medien abgestimmt.

Praktische Herausforderungen bei der Durchführung einer virtuellen Gesellschafterversammlung

Virtuelle Gesellschafterversammlungen stellen Unternehmen teilweise vor Herausforderungen und Probleme, die nicht immer rechtlicher Natur sind. Im Gegensatz zu einer Präsenzversammlung kann bei einer virtuellen oder hybriden Versammlung nur schwieriger sichergestellt werden, dass keine unbefugten Personen teilnehmen und auf diese Weise an Informationen gelangen, die (noch) nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind. Es besteht jedenfalls abstrakt immer ein Risiko, dass Dritte im Hintergrund mithören. Allerdings dürften derartige Themen bei Gesellschaften mit überschaubarem Gesellschafterkreis und bei einem Versammlungsformat mit Bildübertragung weniger relevant werden als bei Gesellschaften mit großem Gesellschafterkreis oder im Falle bildloser virtueller Versammlungen.

Ferner ist es technischen System inhärent, dass Störungen und Fehler auftreten oder durch unbefugte Dritte gezielt herbeigeführt werden können. Solche Störungen und Fehler können den Ablauf der Gesellschafterversammlung erschweren oder gar das Abstimmungsergebnis verfälschen. Falls den Teilnehmern während der Gesellschafterversammlung Störungen oder Fehler auffallen, sollte der Versammlungsleiter informiert, die Versammlung unterbrochen und erst nach Behebung des Problems fortgesetzt werden. Im Übrigen ist es in der Rechtsprechung bisher weitestgehend ungeklärt, welche Auswirkungen erst nachträglich erkannte Fehler oder Störungen auf die Wirksamkeit von Gesellschafterbeschlüssen haben.

Fazit

Rein virtuelle sowie hybride Gesellschafterversammlungen bieten insbesondere GmbHs mit einer Vielzahl von Gesellschaftern Vorteile, weil den Gesellschaftern ortsunabhängig die Teilnahme ermöglicht wird. Zudem können vir-

Gesellschaftsrecht

virtuelle Gesellschafterversammlungen auch stattfinden, wenn unvorhersehbare Ereignisse – wie zuletzt die Corona-Pandemie – Präsenzversammlungen erschweren oder unmöglich machen. Auch wenn die praktische Durchführung teilweise nicht frei von Herausforderungen ist und gewisse Rechtsfragen noch ungeklärt sind, ist GmbHs zu empfehlen, vorsorglich virtuelle Gesellschafterversammlungen im Gesellschaftsvertrag zu erlauben. Ohne entsprechende Klauseln im Vertrag können virtuelle Versammlungen nach derzeitiger Rechtslage nicht wirksam durchgeführt werden. Zukünftig könnte sich dies ändern, weil es einen Regierungsentwurf gibt, der die Möglichkeit vorsieht, Gesellschafterversammlungen auch fernmündlich oder mittels Videokommunikation abzuhalten, sofern sämtliche Gesellschafter sich damit in Textform einverstanden erklären. Dennoch kann es auch zukünftig ratsam sein, im Gesellschaftsvertrag die virtuelle Gesellschafterversammlung detaillierter zu regeln, weil die vom Gesetzgeber geplante Regelung sehr knapp ausfällt.

Bei Fragen zur (virtuellen) Gesellschafterversammlung in der GmbH und anderen Fragen zum Gesellschaftsrecht stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Frank Heerstraßen

0221 650 65-180

frank.heerstrassen@loschelder.de

Dr. André Michels

0221 650 65-180

andre.michels@loschelder.de





Versicherungsrecht

Das Urteil des Bundesgerichtshof (BGH) vom 26. Januar 2022 – IV ZR 144/21 zur Betriebsschließungsversicherung

Die Frage, ob Betriebsschließungen infolge der Corona-Pandemie unter einer Betriebsschließungsversicherung vom Deckungsumfang umfasst sind, hat die Gerichte in den letzten Jahren intensiv beschäftigt. Nach unzähligen, teils klageabweisenden, teils stattgebenden Urteilen, hat nun der BGH am 26. Januar 2022 ein erstes Urteil zu dieser Frage gefällt. Die Entscheidung ist von enormer praktischer Bedeutung, da die dem Urteil zugrundeliegende Klauselgestaltung im Wesentlichen den alten GDV-Musterbedingungen entspricht und die wohl am häufigsten verwendete Gestaltung der Versicherungsbedingungen darstellt. Der vorliegende Beitrag fasst die wesentlichen Aussagen des Urteils des BGH sowie des Folgeurteils des LG München zusammen.

Streitgegenständliche Klauselgestaltung

Nach der dem BGH-Urteil zugrunde liegenden Klauselgestaltung leistet der Versicherer Entschädigung, wenn die zuständige Behörde aufgrund des Infektionsschutzgesetzes (IfSG) den versicherten Betrieb zur Verhinderung der Verbreitung von meldepflichtigen Krankheiten oder Krankheitserregern beim Menschen schließt. Nach § 2 der Versicherungsbedingungen sind meldepflichtige Krankheiten und Krankheitserreger im Sinne der Zusatzbedingungen die folgenden, im IfSG in den §§ 6 und

7 namentlich genannten Krankheiten und Krankheitserreger. Dem schließt sich ein Katalog von Krankheiten und Krankheitserregern an, in denen weder das Coronavirus noch die Krankheit COVID erwähnt sind.

In den Vorinstanzen wurde die Klage des Gastwirtes, der sein Restaurant aufgrund der Coronaschutzverordnung des Landes Schleswig-Holstein schließen musste, abgewiesen. Auch die Revision zum BGH blieb ohne Erfolg.

Wesentliche Aussagen des BGH-Urteils

Zutreffend führt das Gericht aus, dass der Eintritt des Versicherungsfalles nicht an die Verwirklichung einer innerbetrieblichen, sogenannten intrinsischen Gefahr geknüpft ist. Damit ist für den Eintritt des Versicherungsfalles nicht Voraussetzung, dass tatsächlich Coronafälle in dem versicherten Betrieb auftreten. Weder der Wortlaut noch der systematische Zusammenhang der Klausel gebiete eine entsprechende Auslegung.

Der BGH lehnt den Versicherungsschutz jedoch deswegen ab, weil der in den Versicherungsbedingungen enthaltene Katalog der Krankheiten und Krankheitserreger abschließend sei. Obwohl dem BGH im Ergebnis nicht zuzustimmen ist, ist die Begründung des Gerichts weitestgehend nachvollziehbar.

Versicherungsrecht

Der BGH führt aus, dass die abschließende Natur des Katalogs für den Versicherungsnehmer aufgrund der Formulierung der Klausel erkennbar sei. Aufgrund der Formulierung „im Sinne dieser Zusatzbedingungen“ und der anschließenden Begrenzung auf „die folgenden“ Krankheiten und Krankheitserreger, seien die Versicherungsbedingungen für den Versicherungsnehmer auch aus sich heraus ohne Hinzuziehung des IfSG verständlich. Vor diesem Hintergrund sei die ergänzende Bezugnahme in § 2 Nr. 2 der Versicherungsbedingungen für den durchschnittlichen Versicherungsnehmer lediglich als Klarstellung zu verstehen, dass sich der Versicherer bei der Abfassung des Katalogs an § 6 und 7 IfSG orientiert hätte. Dafür spreche auch der erkennbare Zweck und Sinnzusammenhang der Klausel. Der durchschnittliche Versicherungsnehmer werde zwar einerseits ein Interesse an einem möglichst umfassenden Versicherungsschutz haben, andererseits aber nicht davon ausgehen können, dass der Versicherer auch für nicht im Katalog aufgeführte Krankheiten und Krankheitserreger die Deckung übernehmen will, die, wie hier, unter Umständen erst Jahre nach Vertragsschluss auftreten und bei denen für den Versicherer wegen der Unklarheit des Haftungsrisikos keine sachgerechte Prämienkalkulation möglich ist.

Ein anderes Verständnis folge auch nicht aus dem Begriff „namentlich“. Aus der Stellung des Wortes im Satzgefüge ergebe sich für den durchschnittlichen Versicherungsnehmer, dass nur die mit Namen benannten Krankheiten und Krankheitserreger vom Versicherungsschutz umfasst sein sollen. Dagegen könne der durchschnittliche Versicherungsnehmer nicht annehmen, dass der Begriff lediglich ein Synonym für „insbesondere“, „vor allem“, „beispielsweise“ oder „hauptsächlich“ sei.

Auch der ausdrückliche Risikoausschluss für Prionenerkrankungen, also seltene, fortschreitende, tödliche und derzeit nicht behandelbare degenerative Erkrankungen des Gehirns

(und selten anderer Organe), stehe dem nicht entgegen. Aus der Sicht des durchschnittlichen Versicherungsnehmers komme dem Ausschluss nur die klarstellende Bedeutung zu, dass Prionenerkrankungen oder der entsprechende Verdacht nicht versichert sein sollen. Selbst wenn ein solcher Risikoausschluss bei einer abschließenden Aufzählung der versicherten Krankheiten und Krankheitserreger grundsätzlich nicht erforderlich sein sollte, werde der durchschnittliche Versicherungsnehmer nicht allein aus der Existenz eines solchen Ausschlusses auf eine fehlende Abgeschlossenheit des Katalogs schließen.

Diese Argumentation des BGH ist nicht nachvollziehbar. Maßgebliches Argument des BGH für die Abgeschlossenheit des Katalogs ist, dass es einer entsprechenden katalogartigen Auflistung nicht bedurft hätte, wenn nach den Versicherungsbedingungen alle nach §§ 6 und 7 IfSG meldepflichtigen Krankheiten und Krankheitserreger vom Versicherungsschutz umfasst sein sollten. Vor diesem Hintergrund macht aber der ausdrückliche Ausschluss von Prionenerkrankungen keinen Sinn. Hier hätte der BGH zumindest darauf eingehen müssen, warum aus der missverständlichen Formulierung der Versicherungsbedingungen keine Intransparenz im Sinne des § 307 BGB folgt.

Nach Auffassung des BGH halte die Klausel jedoch der Inhaltskontrolle nach § 307 BGB stand. Die kontrollfähige Klausel sei weder intransparent noch unangemessen benachteiligend. Auch eine Gefährdung des Vertragszwecks liege nicht vor. In dieser Hinsicht sind die Ausführungen des BGH nicht überzeugend. Insbesondere ist nicht nachvollziehbar, dass der BGH die Klausel trotz der Widersprüchlichkeiten (Verweis auf das IfSG, katalogartige Auflistung, Ausschluss von Prionenerkrankungen) für aus sich heraus klar und verständlich hält. Ungünstig ist auch, dass der BGH keine Abwägung dahingehend vornimmt, ob die Unklarheitenregelung nach § 305c Abs. 2 BGB zur Anwendung kommt.

Versicherungsrecht

Fazit

Das Urteil des BGH hat im Hinblick auf die streitgegenständliche Klauselgestaltung für Klarheit gesorgt. Für andere Klauselgestaltungen trifft der BGH jedoch keine Aussage. So ist es auch nachvollziehbar, dass das Landgericht (LG) München mit Urteil vom 24. Januar 2022 – 14 HK O 11212/20 unter Verweis auf das hier besprochene Urteil des BGH, einer Klage mit einem leicht abweichenden Bedingungswerk stattgegeben hat. Begrüßenswert ist, dass der BGH festgestellt hat, dass eine intrinsische Gefahr nicht Voraussetzung für die Gewährung für Versicherungsschutz ist. Es bleibt abzuwarten, wie der BGH in Fällen, die andere Klauselgestaltungen betreffen, entscheiden wird.

Bei Fragen zur Betriebsschließungsversicherung und allgemein zum Versicherungsrecht stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Wilfried Rüffer
0221 650 65-214
wilfried.rueffer@loschelder.de

Dr. Sandra Orlikowski-Wolf
0221 650 65-206
sandra.orlikowski-wolf@loschelder.de

Dr. Elena Gubenko
0221 650 65-214
elena.gubenko@loschelder.de





Neue LOSCHELDER-Veröffentlichung: Praxishandbuch zur digitalen Transformation im Personalbereich, erschienen im Otto Schmidt Verlag

Personalarbeit 4.0 – mit der Digitalisierung ändert sich die Arbeitswelt fundamental: Alt-bekanntes wird modifiziert; hinzu kommen neue Formen der Zusammenarbeit und Arbeitsteilung. Welche rechtlichen Probleme und Herausforderungen können sich ergeben? Wie können diese im Sinne einer „Best Practice“ gelöst werden?

Das Werk behandelt in 29 Kapiteln die Herausforderungen, die sich im Zuge der digitalen Transformation im Personalbereich stellen. Für Lösungsvorschläge im Rahmen der Best

Practices werden insgesamt über 60 Formulare, Muster und Vertragsklauseln zur Verfügung gestellt. Weitere übergreifende Themenbereiche werden mit abgedeckt: Flexibilisierung der Arbeit, unternehmensübergreifende Zusammenarbeit und Freelancer, digitale Prozesse und Datenschutz, Schutz von Know-how, Arbeitsschutz 4.0, Recruitment und Personalentwicklung, Social Media und Web 2.0.

Die Kapitel beantworten jeweils drei Fragen:

- Worum geht es?
- Welche rechtlichen Probleme und Herausforderungen können sich ergeben?
- Wie können diese rechtlichen Probleme (im Sinne einer Best Practice) gelöst und gestaltet werden?

Jedes Kapitel ist als in sich geschlossener Beitrag konzipiert. Dies soll es dem Leser ermöglichen, sich mit dem behandelten Thema in kurzer Zeit vertraut zu machen. Das Handbuch richtet sich an Unternehmensjuristen, HR-Experten in Unternehmen und Fachanwälte.

Bearbeitet wurden die Themen von einem Loschelder-Autorenteam rund um die Herausgeber Dr. Detlef Grimm und Dr. Jonas Singraven. Auto-

ren des Werkes sind die Loschelder-Anwälte Farzan Daneshian, LL.M., Dr. Stefan Freh, Arne Gehrke, LL.M., Dr. Malte Göbel, Dr. Detlef Grimm, Dr. Simon Kohm, Dr. Sebastian Pelzer, Dr. Patrick Pommerening.

Neue LOSCHELDER-Veröffentlichung: Digitale Angebote – Praxishandbuch, erschienen im Beck-Verlag

Apps und Cloud-Services, Software für die Textverarbeitung oder E-Books, Plattformen und Chats zur Kundenbindung: Digitale Angebote sind wesentlicher Bestandteil unseres beruflichen wie privaten Alltags geworden. Umso bedeutsamer wird damit auch, welche rechtlichen Anforderungen bei Entwicklung, Bereitstellung und Vertrieb solcher digitaler Angebote zu beachten sind. Der Gesetzgeber hat sich dem u. a. mit einem seit dem 1.01.2022 geltenden „Digitalen Vertragsrecht“ gewidmet, eine Vielzahl weiterer Digitalvorschriften aber auch tradierter Rechtsvorgaben wollen darüber hinaus beachtet werden.

In eigener Sache



Das neu im Beck-Verlag erschienene Praxishandbuch „Digitale Angebote – Neuer Rechtsrahmen für ihre Entwicklung von der Idee bis zum Vertrieb“ schließt in diesem Bereich eine Lücke, indem es den Anwender durch alle maßgeblichen Rechtsvorgaben, strukturiert nach dem Entwicklungszyklus digitaler Produkte von der Idee bis zur Marktfähigkeit führt und ihm so einen praxistauglichen Überblick über alle relevanten Rechtsfragen im Zyklus der Entwicklung digitaler Angebote verschafft, während andere Werke jeweils einzelne Rechtsfragen losgelöst vom Entwicklungs- und Vertriebsprozess vertieft behandeln. Bearbeitet wurden die diversen Themen von einem Loschelder-Autorenteam rund um die Heraus-

geberin Dr. Kristina Schreiber. Autoren des Werkes sind die Loschelder-Rechtsanwälte Dr. Kristina Schreiber, Dr. Simon Kohm, Dr. Hans-Georg Schreier und Dr. Patrick Pommerening, die ehemalige Loschelder-Promotionsstipendiatin Claire Vierbuchen und die Loschelder-Mitarbeiter Julia Esser und Dr. Hendrik Eppelmann.

Veröffentlichungen

Farzan Daneshian, LL.M.
Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2022
(Mitautor)

Dr. Stefan Freh
Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2022
(Mitautor)

Arne Gehrke, LL.M.
Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2022
(Mitautor)

Arne Gehrke, LL.M.
Anmerkung zu BAG, Urteil vom 14.07.2021 - 10
AZR 190/20 – Bauträger ist kein Baubetrieb!
IBR 2022, S. 16

Dr. Malte Göbel
Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2022
(Mitautor)

Dr. Detlef Grimm
Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2022
(Herausgeber, Mitautor)

Dr. Luise Hauschild
Interessengegensätze bei der Dauertestaments-
vollstreckung über Gesellschaftsanteile
NWB Erben und Vermögen 2022, S. 84 ff.

Dr. Luise Hauschild
Testamentsvollstreckung im Spannungsfeld von
Family und Business Governance
RFamU 2022, S. 51 ff.

Dr. Simon Kohm

Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Otto Schmidt Verlag, Köln 2022
(Mitautor)

Dr. Simon Kohm

Anmerkung zu LG Mannheim, Urteil v.
10.06.2021, Az. 14 O 83/21 Kart – Sportverband
darf Bedingungen für Aufstieg in höhere Liga
pandemiebedingt anpassen
GRUR-Prax 2022, S. 162
(zusammen mit Romy Dreesen)

Dr. Simon Kohm

Schreiber (Hrsg.) Digitale Angebote –
Neuer Rechtsrahmen für ihre Entwicklung
von der Idee bis zum Vertrieb
C.H. Beck Verlag, München 2022
(Mitautor)

Dr. Sebastian Pelzer

Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Otto Schmidt Verlag, Köln 2022
(Mitautor)

Dr. Gianna Perino-Stiller

„36 Monate Garantie“ ohne Hinweis auf unter-
schiedliche Garantiegeber ist irreführend
GRUR-Prax 2022, S. 58

Dr. Patrick Pommerening

Schreiber (Hrsg.) Digitale Angebote –
Neuer Rechtsrahmen für ihre Entwicklung
von der Idee bis zum Vertrieb
C.H. Beck Verlag, München 2022
(Mitautor)

Dr. Patrick Pommerening

Grimm/Singraven (Hrsg.) Digitalisierung
und Arbeitsrecht
Personalarbeit 4.0 | Gestaltung, Best Practices
Otto Schmidt Verlag, Köln 2022
(Mitautor)

Veröffentlichungen

Dr. Kristina Schreiber

Schreiber (Hrsg.) Digitale Angebote –
Neuer Rechtsrahmen für ihre Entwicklung
von der Idee bis zum Vertrieb
C.H. Beck Verlag, München 2022
(Herausgeberin, Mitautorin)

Dr. Kristina Schreiber

Anmerkung zu VG Wiesbaden,
Beschluss v. 01.12.2021, Az. 6 L 738/21.WI
Unzulässiger Transfer der IP Adresse in die USA
GRUR-Prax 2022, S. 17

Dr. Hans-Georg Schreier, LL.M.

Schreiber (Hrsg.) Digitale Angebote –
Neuer Rechtsrahmen für ihre Entwicklung
von der Idee bis zum Vertrieb
C.H. Beck Verlag, München 2022
(Mitautor)

Veranstaltungen

Dr. Kristina Schreiber
Digitale Produkte rechtskonform gestalten
und vertreiben
21.06.2022 Online
25.10.2022 Online
Beck Akademie Seminare

Dr. Cedric Meyer
11. Umweltakademie Fresenius-Fachtagung –
Fortbildung für Mehrfachbeauftragte:
„Die Neuordnung des Bundeswasserrechts –
Was kommt und worauf müssen sich die
Unternehmen einstellen?“
22.–23.06.2022 in Köln
Umweltakademie Fresenius

Dr. Detlef Grimm, Dr. Stefan Freh
Interessenausgleich und Sozialplan
31.08.2022 Online
DeutscheAnwaltAkademie

Dr. Kristina Schreiber
12. NRW IT-Rechtstag 2022
15.–16.09.2022 in Köln
Kölner AnwaltVerein

Dr. Stefan Maaßen
Kompaktkurs Wettbewerbsrecht
22.–23.09.2022 in Frankfurt am Main
DeutscheAnwaltAkademie
Digitale Produkte rechtskonform gestalten
und vertreiben

Dr. Cedric Meyer
Fachkundelehrgang Gewässerschutz -
„Rechtlicher Rahmen des Gewässerschutzes
mit dem neuen Wasserhaushaltsgesetz“
24.–27.10.2022 in Essen / Hybrid-Seminar
Haus der Technik e.V.

Dr. Martin Brock, Dr. Stefan Maaßen
GeschGehG in der Praxis – an der Schnittstelle
von Arbeitsrecht und Gewerblichem Rechtsschutz
08.12.2022 in München
DeutscheAnwaltAkademie

Impressum

Herausgeber:
LOSCHELDER RECHTSANWÄLTE
Partnerschaftsgesellschaft mbB

Konrad-Adenauer-Ufer 11
50668 Köln
Tel. 0221 65065-0
Fax 0221 65065-110
info@loschelder.de
www.loschelder.de

Konzept, Gestaltung:
wiehl, Co.

Fotografie:
iStock/gettyimages, Asbach

A close-up photograph of several metal parts, likely pistons or valves, with a green tint overlay. The parts are arranged in a row, with the central one in sharp focus. The top surface of the central part is engraved with the number '50' and a small logo. The background is blurred, showing other similar parts.

Loschelder

Konrad-Adenauer-Ufer 11
50668 Köln

0221 650 65-0
www.loschelder.de