

Nr. 10 / Oktober 2021



Newsletter-Recht

In dieser Ausgabe

IHK-Vollversammlungswahl 2022-2027	2
Ich will kandidieren, wie geht das?.....	2
Bis wann muss meine Kandidatur vorliegen?	2
Arbeitsrecht.....	3
Arbeitszeugnis - Beurteilung in Tabellenform	3
Datenschutz.....	4
Pflicht zur Erteilung einer Negativauskunft	4
Gesellschaftsrecht	4
Erneute Verlängerung der Regelungen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Zivilrecht	4
Zustimmungspflicht des Gesellschafters.....	4
Wettbewerbsrecht	5
BGH zur Pflicht von Influencerinnen, ihre Instagram-Beiträge als Werbung zu kennzeichnen.....	5
Onlinerecht	7
Black Friday: Ja oder Nein?	7
Steuern.....	7
Steuerliche Behandlung von Reisekosten und Reisekostenvergütungen bei betrieblich und beruflich veranlassten Auslandsreisen ab 1. Januar 2022	7
Wirtschaftsrecht.....	7
Änderungen im Kaufrecht: Neue Pflichten für den Handel.....	7
Gesetz für faire Verbraucherverträge tritt teilweise in Kraft.....	9
Verordnung über die Prüfung zum zertifizierten Verwalter nach dem Wohnungseigentumsgesetzes	10
Veranstaltungen	12
„Controlling digital – Digitale Finanzbuchführung als Zukunftsmodell“	12
„Betriebsrentenrecht“	12
„Whistleblowing und Compliance“	12

Ich will kandidieren, wie geht das?

Kandidieren ist ganz einfach. Jeder Wahlvorschlag ist ein Selbstvorschlag, der an den Wahlausschuss gesandt wird. Alle Formulare, die sich mit dem Wahlvorschlag befassen, sind im Formularcenter unter <https://wahl.saarland.ihk.de/startseite> eingestellt. Damit wollen wir Ihnen einen möglichst reibungslosen und unkomplizierten Ablauf der Kandidatur ermöglichen. Der Wahlvorschlag ist elektronisch ausfüllbar. Anschließend kann er gedruckt und entweder im Original per Post (IHK Saarland, Wahlausschuss, 66104 Saarbrücken) oder per Fax: 0681 9520-690 oder per Mail mit eingescanntem Dokument wahl@saarland.ihk.de dem Wahlausschuss zugesandt werden. Bei Fragen wenden Sie sich einfach an Ihre persönliche Wahl-Hotline: 0681 9520-600. Wir helfen Ihnen gerne.

Jede Kandidatur besteht aus zwei Teilen: Aus dem Wahlvorschlag selbst sowie der Persönlichen Erklärung. Der Wahlvorschlag muss enthalten: Familienname, Vorname, Geburtsdatum, Beruf oder Stellung im Unternehmen, Bezeichnung des IHK-zugehörigen Mitgliedsunternehmens und dessen Anschrift. Grundsätzlich ist nur zur Kandidatur berechtigt, wer eine entsprechende Führungsposition im Unternehmen innehat. Das ist der Inhaber, der Geschäftsführer, der Vorstandsvorsitzende oder auch der Prokurist. Es können auch Mitarbeiter mit Führungsposition kandidieren. Dann muss zusätzlich eine entsprechende Wahlvollmacht vorgelegt werden. Auch diese halten wir für Sie im Formularcenter bereit. Den Wahlvorschlag unterschreiben Sie als Kandidat selbst. Sie fügen außerdem noch eine Persönliche Erklärung bei, dass Sie zur Annahme der Wahl bereit sind und Ihnen keine Tatsachen bekannt sind, die Ihre Wählbarkeit nach der Wahlordnung der IHK ausschließen. Alle Daten, die wir von Ihnen benötigen, listen wir Ihnen auch noch einmal in unseren Anträgen auf.

Bis wann muss meine Kandidatur vorliegen?

Jedes wahlberechtigte Unternehmen kann **bis Donnerstag, 18. November 2021**, einen Wahlvorschlag für seine Wahlgruppe bzw. Untergruppe bzw. Betriebsgrößenklasse einreichen. Die fristgerecht eingegangenen Vorschläge werden vom Wahlausschuss überprüft. Ist der Wahlvorschlag fehlerhaft, gibt der Wahlausschuss jedem Kandidaten Hinweise, welche etwaigen Mängel innerhalb welcher Frist zu beseitigen sind. Der Wahlausschuss entscheidet abschließend über die Gültigkeit der eingereichten Wahlvorschläge und fasst diese zu der Kandidatenliste zusammen. Diese Liste ist Inhalt des Stimmzettels.

Kontakt

Industrie- und Handelskammer des Saarlandes

Wahlausschuss

Wahl-Hotline: +49 (0) 681 9520 – 600

E-Mail: wahl@saarland.ihk.de

Fax: +49 (0) 681 9520 - 690

Arbeitszeugnis - Beurteilung in Tabellenform

Der Arbeitgeber erfüllt den Zeugnisanspruch eines Arbeitnehmers regelmäßig nicht dadurch, dass er Leistung und Verhalten des Arbeitnehmers im Arbeitsverhältnis in einer an ein Schulzeugnis angelehnten tabellarischen Darstellungsform beurteilt. Vielmehr lassen sich die erforderlichen individuellen Hervorhebungen und Differenzierungen in der Beurteilung nur durch ein im Fließtext formuliertes Arbeitszeugnis angemessen herausstellen. Dies hat das BAG entschieden.

Die Parteien streiten über Inhalt und Form eines Arbeitszeugnisses. Der Kläger war bei der Beklagten als Elektriker beschäftigt. Das Arbeitsverhältnis endete aufgrund einer Kündigung des Klägers. Der Beklagte stellte dem Kläger ein Arbeitszeugnis in Form eines Schulzeugnisses aus.

Das BAG gab der Klage Recht. Ein qualifiziertes Arbeitszeugnis muss auch in seiner äußeren Form den Anforderungen entsprechen, wie sie im Geschäftsleben an ein Arbeitszeugnis gestellt und vom Leser als selbstverständlich erwartet werden. Die Leistungs- und Verhaltensbeurteilung des Klägers in Form einer tabellarischen Darstellung und Bewertung stichwortartig beschriebener Tätigkeiten nach „Schulnoten“ genügt nach Ansicht des BAG nicht den Anforderungen eines qualifizierten Zeugnisses nach §109 GewO.

Das qualifizierte Arbeitszeugnis ist ein individuell auf den einzelnen Arbeitnehmer zugeschnittenes Arbeitspapier, das dessen persönliche Leistung und sein Verhalten im Arbeitsverhältnis dokumentieren soll. Für den Zeugnisleser ist es von hohem Interesse, welche Einzelmerkmale für das konkrete Arbeitsverhältnis von besonderer Bedeutung waren und über welche besonderen Eigenschaften, Kenntnisse und Fähigkeiten der Arbeitnehmer verfügt. Anhand dieser Angaben kann er erkennen, ob die durch das Zeugnis beurteilte Person über die erforderliche Qualifikation und Eignung für den von ihm zu besetzenden Arbeitsplatz verfügt. Ein Zeugnis, in dem - wie im vorliegend Fall - eine Vielzahl einzelner Bewertungskriterien gleichrangig nebeneinander aufgeführt und mit „Schulnoten“ bewertet werden, verfügt nicht über den erforderlichen Informationswert. Die prägenden Merkmale verlieren im Kontext der übrigen Bewertungskriterien ihre Bedeutung.

Individuelle Hervorhebungen und Differenzierungen lassen sich regelmäßig nur durch ein im Fließtext formuliertes Arbeitszeugnis angemessen herausstellen. Nur dann sind sie geeignet, die besonderen Nuancen des beendeten Arbeitsverhältnisses darzustellen.

BAG, Urteil vom 27. April 2021, 9 AZR 262/20

Praxistipp: Es ist nicht leicht, ein Arbeitszeugnis zu formulieren. Was in ein Zeugnis gehört, haben wir Ihnen in unserem Infoblatt → **A12** „[Zeugnis](#)“, [Kennzahl 2353](#), zusammengestellt.

Datenschutz

Pflicht zur Erteilung einer Negativauskunft

Eine Privatperson kann von einer Behörde oder einem Unternehmen Auskunft darüber verlangen, ob und welche Daten über sie gespeichert sind. Werden keine persönlichen Daten verarbeitet, muss dies dem Anfragenden mitgeteilt werden, ein Schweigen reicht nicht. Wenn keine personenbezogenen Daten verarbeitet werden, muss dies daher auch mitgeteilt werden, und zwar in Form einer so genannten Negativauskunft. Die Beantwortung muss spätestens innerhalb eines Monats erfolgen.

AG Lehrte, Beschluss vom 3. Februar 2021, 9 C 139/20

Praxistipp: Mehr Informationen zum Auskunftsrecht finden Sie in unseren Infoblatt → **D13** „[Auskunftsersuchen nach der DSGVO](#)“ unter der [Kennzahl 2356](#) unter www.saarland.ihk.de.

Gesellschaftsrecht

Erneute Verlängerung der Regelungen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Zivilrecht

Das Gesetz über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie (GesRuaCOVBekG) hatte 2020 befristete gesetzliche Regelungen für das AktG, GmbHG, GenG sowie BGB für u. a. „virtuelle“ Hauptversammlungen, Gesellschafterbeschlüsse, Beschlussfassungen von Genossenschaften, Mitgliederversammlungen und Beschlussfassungen von Vereinen eingeführt. Der Zeitraum, für den diese Ausnahmeregelungen gelten, wurde nun erneut verlängert. Die „Sonderregelungen“ der in § 7 Abs. 1 bis 3 sowie Abs. 5 in Bezug genommenen Vorgaben für AktG, GmbHG, GenG und BGB im GesRuaCOVBekG gelten mit Inkrafttreten am 15.09.2021 bis einschließlich 31.08.2022.

Im Gesetz zur Errichtung eines Sondervermögens „Aufbauhilfe 2021“ und zur vorübergehenden Aussetzung der Insolvenzantragspflicht wegen Starkregenfällen und Hochwassern im Juli 2021 sowie zur Änderung weiterer Gesetze wird § 7 des o. g. GesRuaCOVBekG geändert.

Zustimmungspflicht des Gesellschafters

Ein Gesellschafter ist ausnahmsweise verpflichtet, der Auflösung der Gesellschaft zuzustimmen, wenn das Unternehmen keine wirtschaftliche Perspektive mehr hat. Eine Pflicht zu einem bestimmten Abstimmungsverhalten basiert auf der Treuepflicht, wie das Oberlandesgericht Köln entschieden hat.

In dem zugrunde liegenden Fall sollten die Auflösung und Liquidation der AG beschlossen werden, da deren Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage seit Jahren dauerhaft negativ war. Außerdem war das Verhältnis zwischen den Gesellschaftern stark zerrüttet. Ein Aktionär verweigerte jedoch seine Zustimmung zur Auflösung und Liquidation der AG, sodass ein qualifizierter Mehrheitsbeschluss nicht zustande kam.

Das OLG Köln sah hier keinen vertretbaren Grund des Aktionärs, seine Zustimmung zur Auflösung und Liquidation der Gesellschaft zu verweigern. Zwar kann der Aktionär grundsätzlich frei entscheiden, wie er abstimmt. Allerdings muss er auch immer die Interessen des Unternehmens berücksichtigen. Besteht die Gefahr, dass Werte der Gesellschaft vernichtet werden oder drohen Verluste, kann eine Pflicht zu einem bestimmten Abstimmungsverhalten bestehen. Dies gilt nicht nur für den Aktionär, sondern auch für den GmbH-Gesellschafter.

OLG Köln, Beschluss vom 6. Mai 2021, 18 U 133/20

Wettbewerbsrecht

BGH zur Pflicht von Influencerinnen, ihre Instagram-Beiträge als Werbung zu kennzeichnen

Der BGH hat in drei Verfahren über die Frage entschieden, ob Influencerinnen mit ihren Instagram-Beiträgen gegen die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung verstoßen haben. Die Influencerinnen veröffentlichen auf ihren Instagram-Profilen Bilder, die sie oftmals mit kurzen Begleittexten versehen. In einige Bilder haben sie sogenannte "Tap Tags" eingefügt, die beim Anklicken von auf den Bildern zu sehenden Produkten wie etwa Bekleidung erscheinen und die Firmen oder Marken der Hersteller oder Anbieter dieser Produkte nennen. Beim Anklicken eines "Tap Tag" wird der Nutzer auf das Instagram-Profil des jeweiligen Unternehmens weitergeleitet. Der Kläger sieht darin unzulässige Schleichwerbung und nimmt die Beklagten jeweils auf Unterlassung in Anspruch.

Zum Verfahren I ZR 90/20 - Influencer I:

Die Beklagte veröffentlicht auf Instagram insbesondere Bilder von Sportübungen sowie Fitness- und Ernährungstipps. Darüber hinaus unterhält sie eine gewerbliche Internetseite, auf der sie Fitnesskurse und Personaltrainings gegen Entgelt anbietet und einen Online-Shop betreibt. Wird das Profil der Beklagten bei Instagram aufgerufen, erscheint unter anderem ein Hinweis auf diese Internetadresse.

Einer der vom Kläger beanstandeten Instagram-Beiträge der Beklagten betrifft eine "Raspberry Jam" (Himbeer Marmelade). Beim Anklicken des abgebildeten Produkts erscheint ein "Tap Tag" mit dem Namen des Herstellers. Beim Anklicken des "Tap Tags" wird der Nutzer auf das Instagram-Profil des Herstellers weitergeleitet. Für diesen Beitrag hat die Beklagte von dem Hersteller eine Gegenleistung erhalten.

Alle Instanzen haben der Klage stattgegeben. Nach Ansicht des BGH sind die streitgegenständlichen Instagram-Beiträge geschäftliche Handlungen der Beklagten, da sie eine Gegenleistung für den Beitrag zur "Raspberry Jam" erhalten hat. Der Beitrag war nicht hinreichend deutlich als Werbung gekennzeichnet.

Influencer, die mittels eines sozialen Mediums wie Instagram Waren vertreiben, Dienstleistungen anbieten oder das eigene Image vermarkten, betreiben ein Unternehmen. Die Veröffentlichung von Beiträgen dieser Influencer in dem sozialen Medium ist geeignet, ihre Bekanntheit und ihren Werbewert zu steigern und damit ihr eigenes Unternehmen zu fördern. Eine geschäftliche Handlung zugunsten eines fremden Unternehmens stellt die Veröffentlichung eines Beitrags - abgesehen von dem hier vorliegenden Fall, dass die Influencerin dafür eine Gegenleistung erhält -

allerdings nur dar, wenn dieser Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, etwa weil er ohne jede kritische Distanz allein die Vorzüge eines Produkts dieses Unternehmens in einer Weise lobend hervorhebt, dass die Darstellung den Rahmen einer sachlich veranlassten Information verlässt. Allein der Umstand, dass Bilder, auf denen das Produkt abgebildet ist, mit "Tap Tags" versehen sind, reicht für die Annahme eines solchen werblichen Überschusses nicht aus. Bei einer Verlinkung auf eine Internetseite des Herstellers des abgebildeten Produkts liegt dagegen regelmäßig ein werblicher Überschuss vor.

Der die "Raspberry Jam" betreffende Beitrag, für den die Beklagte eine Gegenleistung des Herstellers erhalten hat, verstößt gegen § 5a Abs. 6 UWG, weil der kommerzielle Zweck dieses Beitrags, den Absatz von Produkten dieses Herstellers zu fördern, nicht hinreichend kenntlich gemacht ist und sich auch nicht aus den Umständen ergibt. Insoweit kommt es nicht darauf an, ob die Verbraucher erkennen, dass die Beklagte mit der Veröffentlichung von Beiträgen auf ihrem Instagram-Profil zugunsten ihres eigenen Unternehmens handelt. Für die Verbraucher muss gerade der Zweck eines Beitrags, ein fremdes Unternehmen zu fördern, erkennbar sein. Das Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks eines solchen mit "Tap Tags" und Verlinkungen versehenen Beitrags ist regelmäßig geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung - dem Anklicken des auf das Instagram-Profil des Herstellers führenden Links - zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Zum Verfahren I ZR 125/20 - Influencer II:

Die Beklagte veröffentlicht regelmäßig Bilder von sich selbst mit kurzen Begleittexten zu den Themen Beauty, Mode, Lifestyle und Reisen. Sie hat 1,7 Millionen Abonnenten.

Der BGH hat die Revision des Klägers zurückgewiesen. Die beanstandeten Beiträge stellen nach Ansicht des BGH geschäftliche Handlungen der Beklagten dar. Soweit diese geschäftlichen Handlungen zugunsten des eigenen Unternehmens der Beklagten erfolgten, liegt kein Verstoß vor, weil sich dieser kommerzielle Zweck unmittelbar aus den Umständen ergibt. Die beanstandeten Beiträge stellen mangels Gegenleistung eines Dritten keine kommerzielle Kommunikation bzw. keine Werbung dar.

Zum Verfahren I ZR 126/20:

Die Beklagte veröffentlicht auf Instagram regelmäßig Bilder von sich selbst, oftmals mit kurzen Begleittexten. Darin beschäftigt sie sich vor allem mit Themen wie Mode, ihrem Leben als Mutter eines Kleinkinds, Yoga oder Reisen. Diejenigen Instagram-Beiträge, für die die Beklagte nach eigenem Bekunden von den verlinkten Unternehmen bezahlt wird, kennzeichnet sie mit dem Hinweis "bezahlte Partnerschaft mit ...". Die streitgegenständlichen Beiträge enthielten keine entsprechende Kennzeichnung.

Der BGH die Revision des Klägers zurückgewiesen. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts stellen die beanstandeten Beiträge zwar geschäftliche Handlungen der Beklagten dar. Es liegt jedoch kein Verstoß vor, weil sich dieser kommerzielle Zweck unmittelbar aus den Umständen ergibt.

BGH, Urteile vom 9. September 2021, I ZR 90/20, I ZR 125/20, I ZR 126/20

Praxistipp: Meinungsfreiheit, Pressefreiheit oder gewerbliches Handeln: Das ist der Kern der wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzungen.

Onlinerecht

Black Friday: Ja oder Nein?

Am 26. November 2021 ist es wieder soweit: Zahlreiche Händler nutzen diesen Tag, um mit einmaligen Aktionen und Sonderrabatten Kunden anzulocken. Bekannt wurde diese Tradition als „Black Friday“. 2019 hat das Bundespatengericht die Löschung der Wortmarke „Black Friday“ im Bereich Elektro- und Elektronikwaren sowie für einige Dienstleistungen bestätigt. Auch der BGH hat die Löschung der Marke „Black Friday“ für Werbedienstleistungen bestätigt. Die Marke wurde auf Grund des Urteils für die Dienstleistung „Marketing“, „Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen“, „Planung von Werbemaßnahmen“, „Verbreitung von Werbeanzeigen“ und „Werbung im Internet für Dritte“ sowie für eine Vielzahl weiterer im Zusammenhang mit Werbung stehender Dienstleistung endgültig aus dem Markenregister gelöscht. Damit können im Jahr 2021 Händler „Black Friday“-Aktionen wieder starten. Für diesen Bereich kann der Begriff verwendet werden. Aber Achtung: Ein markenrechtlicher Schutz besteht weiterhin für weitere 900 Waren und Dienstleistungen.

Steuern

Steuerliche Behandlung von Reisekosten und Reisekostenvergütungen bei betrieblich und beruflich veranlassten Auslandsreisen ab 1. Januar 2022

Pandemiebedingt werden die Auslandstage- und Auslandsübernachtungsgelder nach dem Bundesreisekostengesetz zum 1. Januar 2022 nicht neu festgesetzt. Die zum 1. Januar 2021 veröffentlichten Beträge gelten somit für das Kalenderjahr 2022 unverändert fort. Demzufolge sind die durch BMF-Schreiben vom 3. Dezember 2020 zur [„Steuerlichen Behandlung von Reisekosten und Reisekostenvergütungen bei betrieblich und beruflich veranlassten Auslandsreisen ab 1. Januar 2021“](#) veröffentlichten steuerlichen Pauschbeträge auch für das Kalenderjahr 2022 anzuwenden.

Wirtschaftsrecht

Änderungen im Kaufrecht: Neue Pflichten für den Handel

Ab dem 1. Januar 2022 treffen Händler im B2C-Bereich zahlreiche neue Pflichten. Hier ein Überblick:

Aktualisierungspflicht

Völlig neu ist eine Aktualisierungspflicht des Verkäufers für Tablets, E-Bikes, Autos, intelligente Armbanduhren, Navigationssystemen, Saugroboter, Waschmaschinen und sonstige Produkte mit digitalen Komponenten. Die Aktualisierungspflicht soll sicherstellen, dass die Technik auch dann noch funktioniert, wenn sich das digitale Umfeld – zum Beispiel die Cloud-Infrastruktur – ändert. Neben der Interoperabilität geht es dabei auch um die Sicherheit von smarten Geräten, die durch Sicherheits-Updates vor einem unberechtigten Zugriff Dritter auf Daten oder Funktionen geschützt werden sollen.

Dabei schuldet der Verkäufer alle Aktualisierungen, die für den Erhalt der Vertragsmäßigkeit der Sache erforderlich sind. Er muss den Verbraucher auch über die anstehende Aktualisierung informieren. Jenseits von funktionserhaltenden Aktualisierungen ist der Unternehmer aber nicht dazu verpflichtet, verbesserte Versionen der digitalen Elemente zu Verfügung zu stellen.

Die konkrete Dauer der Aktualisierungspflicht ist unbestimmt. Es kommt auf die Verbrauchererwartung an. Je nach den Umständen des Einzelfalls kann die Dauer der Aktualisierungspflicht länger oder kürzer sein. Anhaltspunkte für die Festlegung des Zeitraums können Werbeaussagen, die zur Herstellung der Kaufsache verwendeten Materialien, der Preis und Erkenntnisse über die übliche Nutzungs- und Verwendungsdauer ("life-cycle") sein.

Verschärfung der Beweislast

Verkäufer müssen beim B2C-Kauf künftig nicht – wie bisher – nur in den ersten sechs Monaten, sondern zwölf Monate nach Übergabe der Kaufsache beweisen, dass die Kaufsache mangelfrei war. Die Beweislastverlängerung im B2C-Geschäft hat damit eine empfindliche Verschärfung zulasten des Verkäufers erfahren. Die gesetzliche Vermutung kann zwar – wie bisher – widerlegt werden, etwa wenn der Verkäufer nachweisen kann, dass der Mangel durch unsachgemäße Behandlung oder durch Verschleiß entstanden ist. Eine solche Beweisführung kann aber aufwendig und schwierig sein. Die Verdoppelung der Vermutungsfrist auf ein Jahr wird den Handel deshalb aller Voraussicht nach mit mehr Streitfällen und höheren Kosten belasten.

Vorsicht bei negativer Beschaffenheitsvereinbarung

Beim Verkauf von B-Ware, Vorführgeräten, Ausstellungsstücken oder gebrauchter Ware kann die negative Beschaffenheit zum Beispiel im Hinblick auf Gebrauchsspuren nicht mehr wie bisher über die Produktbeschreibung oder die Ausschilderung der Ware vereinbart werden.

Negative Beschaffenheitsvereinbarungen sind künftig nur noch möglich, wenn der Verbraucher vor der Abgabe seiner Vertragserklärung "eigens" davon in Kenntnis gesetzt wurde, dass ein bestimmtes Merkmal der Ware von den objektiven Anforderungen abweicht. Außerdem muss die Abweichung ausdrücklich und gesondert vereinbart werden. Die Abweichung kann daher auch nicht in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder im Formularvertrag geregelt werden. Im Online-Handel genügt auch ein vorangekreuztes Kästchen nicht, das der Verbraucher deaktivieren kann.
Neue Regeln bei der Gewährleistungsfrist

Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beim Warenkauf beträgt nach wie vor zwei Jahre ab Ablieferung der Sache. Neu sind aber zwei sogenannte Ablaufhemmungen: Bei einem Mangel, der sich innerhalb der regulären Gewährleistungsfrist gezeigt hat, tritt die Verjährung erst vier Monate nach dem Zeitpunkt ein, in dem sich der Mangel erstmals gezeigt hat. Wenn sich also bei einem gekauften PC erst im 23. Monat der Mangel zeigt, kann der Käufer seine Ansprüche beispielsweise noch bis zum 27. Monat nach Lieferung geltend machen. Das Problem: Für den Verkäufer ist kaum nachprüfbar, wann der Mangel sich tatsächlich gezeigt hat.

Darüber hinaus sieht das Gesetz eine Ablaufhemmung vor, wenn der Unternehmer während der Verjährungsfrist einem geltend gemachten Mangel durch Nacherfüllung abhilft. In diesem Fall tritt die Verjährung von Ansprüchen wegen des geltend gemachten Mangels erst nach Ablauf von zwei Monaten nach dem Zeitpunkt ein, in dem die nachgebesserte oder ersetzte Ware dem Verbraucher übergeben wurde. Mit dieser Regelung soll sichergestellt werden, dass der Käufer nach Rückerhalt der Sache prüfen kann, ob durch die Nacherfüllung dem geltend gemachten Mangel abgeholfen wurde. Sichergestellt wird zudem, dass die Verjährung nicht abläuft, während sich die Kaufsache zur Nacherfüllung beim Verkäufer befindet.

Erleichterte Rücktrittsmöglichkeiten für Käufer

Das Gewährleistungsrecht geht wie bisher davon aus, dass der Verkäufer bei einem Sachmangel die Möglichkeit haben soll, den Mangel zu korrigieren. Der Käufer hat deshalb zunächst nur einen Anspruch auf Nacherfüllung. Er kann hiernach Reparatur der mangelhaften Sache oder Lieferung einer neuen, mangelfreien Sache verlangen. Rücktritt, Minderung und Schadensersatz sind dagegen nur möglich, wenn der Käufer dem Verkäufer eine Frist zur Nacherfüllung gesetzt hat und diese ergebnislos verstrichen ist.

Während es im unternehmerischen Geschäftsverkehr bei dieser Regel bleibt, entfällt das Erfordernis der Fristsetzung bei Verbrauchergeschäften. Ausreichend ist hier der bloße Ablauf einer angemessenen Frist. Hat der Unternehmer in diesem Sinne nicht rechtzeitig nacherfüllt, ist der Verbraucher zum Rücktritt berechtigt. Die Auswirkungen dieser vielleicht auf den ersten Blick eher unscheinbar wirkenden Verschärfung des Gewährleistungsrecht können erheblich sein: Ein Kfz-Händler zum Beispiel, der sich mit der Bearbeitung der Reklamation wegen eines überschaubaren Sachmangels zu lange Zeit lässt, läuft nunmehr Gefahr, dass er den Kaufpreis Zug um Zug gegen Rückgabe des gebrauchten Pkw zurückzahlen muss.

Zeit nutzen bis zum Jahreswechsel

Handelsunternehmen sind nun gefordert, die zahlreichen neuen gesetzlichen Regelungen in der Praxis umzusetzen. Das betrifft nicht nur die vorgenannten Neuerungen. Auch bei der Garantie, dem Verkauf von gebrauchten Waren, Unternehmerrückgriff sowie in verschiedener anderer Hinsicht sind neue gesetzlichen Vorgaben zu beachten. Allgemeine Geschäftsbedingungen sollten deshalb überprüft, das Verkaufspersonal geschult, das Beschwerdemanagement angepasst und die Vertragsverhältnisse in Bezug auf Hersteller und/oder Lieferanten mit Blick auf die Neuregelungen angepasst werden. Um Rechtsnachteile zu vermeiden, sollten die notwendigen Maßnahmen möglichst bis zum Inkrafttreten des neuen Kaufrechts am 1. Januar 2022 umgesetzt werden.

Gesetz für faire Verbraucherverträge tritt teilweise in Kraft

Das neue Gesetz für faire Verbraucherverträge soll Verbraucher vor am Telefon aufgeschwatzten Verträgen oder überlangen Vertragslaufzeiten und Kündigungsfristen schützen. Dabei geht es um Energielieferverträge, Verträge für Fitnessstudios, Zeitungs-Abos oder online abgeschlossene Verträge. Die Neuregelung trat in Teilen zum 01. Oktober 2021 in Kraft.

Neben aufgedrängten Verträgen am Telefon und langen Kündigungsfristen verwenden Unternehmen zunehmend Vertragsklauseln in ihren AGB, die es Verbrauchern verwehren, für sie günstigere Angebote zu nutzen. Des Weiteren wird Verbrauchern etwa die Abtretung ihrer Ansprüche gegen einen Unternehmer, um diese durch Dritte geltend machen zu lassen, unverhältnismäßig erschwert. Deshalb sollen sowohl der Vertragsschluss selbst als auch die Vertragsinhalte faireren Regelungen unterliegen. Mindestlaufzeit von bis zu zwei Jahren weiterhin möglich

Künftig gelten strengere Regelungen für die Kündigung im Fall einer automatischen Vertragsverlängerung auf unbestimmte Zeit. Kunden können in einem solchen Fall ab März 2022 monatlich kündigen.

Unter den Fällen, in denen Verbrauchern Verträge aufgedrängt oder untergeschoben werden, ist nach Angaben der Bundesregierung die Anzahl der Beschwerden wegen Anrufen von Energielieferanten oder Dienstleistern, die den Verbraucher zu einem Wechsel des Energielieferanten bewegen wollen, besonders groß. Lieferverträge für Strom und Gas können deshalb künftig nicht mehr allein am Telefon abgeschlossen werden. Damit ein Vertrag wirksam ist, muss er "in Textform", also zum Beispiel per Email, SMS oder auch als Brief oder Fax vorliegen. Zugleich wird darüber hinaus das Textformerfordernis auch auf die Kündigung solcher Verträge erweitert.

Firmen müssen zudem die Einwilligung der Verbraucher in Telefonwerbung dokumentieren und für 5 Jahre aufbewahren. Dadurch soll die Bundesnetzagentur unerlaubte Telefonwerbung effizienter ahnden können.

Ab dem 01.07.2022 wird für dauernde Schuldverhältnisse ein verpflichtender Kündigungsbutton im Online-Bereich eingeführt. Erfüllt der Unternehmer die Voraussetzungen dafür nicht, kann ein Verbraucher einen Vertrag jederzeit und ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist kündigen.

Künftig sind zudem alle Abtretungsausschlüsse, die Unternehmen in ihren AGB für Geldansprüche von Verbrauchern gegen sie formulieren, unwirksam. Dies soll auch für andere Ansprüche und Rechte des Verbrauchers gelten, wenn der Unternehmer kein schützenswertes Interesse hat oder das berechnigte Interesse des Verbrauchers überwiegt.

Quelle: PM der Bundesregierung vom 24. September 2021

Verordnung über die Prüfung zum zertifizierten Verwalter nach dem Wohnungseigentumsgesetz

Nach dem Wohnungseigentumsmodernisierungsgesetz vom 16. Oktober 2020 gehört ab dem 1. Dezember 2022 zur ordnungsmäßigen Verwaltung die Bestellung eines zertifizierten Verwalters. Um eine einheitliche Qualität der Zertifizierung sicherzustellen, ist eine bundeseinheitliche Regelung des Prüfungsverfahrens und der Prüfungsgegenstände erforderlich. Zudem sollen Ausnahmen von der Verpflichtung zur Ablegung einer Prüfung geregelt werden.

Als zertifizierter Verwalter darf sich nach § 26a Absatz 1 Wohnungseigentumsgesetz (WEG) bezeichnen, wer vor einer IHK durch eine Prüfung nachgewiesen hat, dass er über die für die Tätigkeit als Verwalter notwendigen rechtlichen, kaufmännischen und technischen Kenntnisse verfügt.

Die Verordnung wird nun über das Bundeskanzleramt dem Bundesrat zur Zustimmung zugeleitet. Angestrebt wird eine Befassung in der Sitzung am 26. November 2021.

Den Text der Verordnung finden Sie [hier](#).

Veranstaltungen

„Controlling digital – Digitale Finanzbuchführung als Zukunftsmodell“

Dienstag, 2. November 2021, 17.00 bis 19.00 Uhr, Onlineveranstaltung

Referent: Herr Guido Badjura, DATEV eG, Düsseldorf

Gemeinschaftsveranstaltung der IHK Saarland, der Steuerberaterkammer Saarland und der Datev eG

Anmeldungen bis 01.11.2021 unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

„Betriebsrentenrecht“

Donnerstag, 4. November 2021, 14.00 bis 16.00 Uhr, Onlineveranstaltung

Referent: Herr Rechtsanwalt Dr. Kai Hüther, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Kanzlei Rapräger, Saarbrücken

Anmeldungen bis 03.11.2021 unter E-Mail: veranstaltungen@saarland.ihk.de oder per [Direktlink](#).

„Whistleblowing und Compliance“

Montag, 15. November 2021, 16.00 bis 17:30 Uhr, Onlineveranstaltung, IHK Trier

Referent: Herr Rechtsanwalt Prof. Dr. Martin Spaetgens, Fachanwalt für Arbeits- und Medizinrecht sowie Handels- und Gesellschaftsrecht, Kanzlei Spaetgens Rechtsanwälte, Trier

Anmeldungen bis 08. November 2021 unter folgendem Link: https://www.ihk-trier.de/p/Webinar_zu_Whistleblowing_und_Compliance-9-22341.html

Verantwortlich und Redaktion:

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

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

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

Arbeitsrecht, Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz, Wirtschaftsrecht

Ass. iur. Kim Pleines

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

Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz, Onlinerecht, Wettbewerbsrecht, Wirtschaftsrecht

Ass. iur. Georg Karl

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

Gesellschaftsrecht

Ass. iur. Thomas Teschner

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

Gewerberecht

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

Impressum:

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