



Newsletter – Arbeits- und Wirtschaftsrecht 08/2011

„*Es muss sich alles ändern, damit alles so bleibt, wie es ist.*“ Wir haben in eigener Sache den Leitspruch des Tancredi Falconeri in *Giuseppe Tomasi di Lampedusa* „Der Leopard“ aufgegriffen und unsere Website in Design und Inhalten modernisiert, damit alles in gewohnter Qualität so bleibt, wie es ist. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Arbeitsrecht

Das Hessische Landesarbeitsgericht hat mit Urteil vom 24.11.2010 unter dem Aktenzeichen 8 Sa 492/10 klargestellt, dass **erhebliches Überziehen der Pausenzeiten** eine fristlose Kündigung rechtfertigt. Nach der Entscheidung kann es einen wichtigen Grund für eine außerordentliche Kündigung darstellen, wenn ein Arbeitnehmer Pausenzeiten erheblich überzieht. Das gilt insbesondere dann, wenn er seine Anwesenheitszeiten falsch dokumentiert und durch das Überschreiten der Pausen ein Sicherheitsrisiko entsteht.

Wirtschaftsrecht

Bewertungsportale im Internet gewinnen zunehmend an Bedeutung. Mit Blick auf **Hotelbewertungen im Internet** hat das Kammergericht Berlin jüngst entschieden (Urteil vom 15.07.2011, Aktenzeichen 5 U 193/10), dass Betreiber von Internet-Bewertungsportalen für Reiseleistungen nicht verpflichtet sind vor der Veröffentlichung von Nutzer-Bewertungen Nachforschungen hinsichtlich der Richtigkeit der eingesandten Hotelbewertungen anzustellen. Der Schutz der bewerteten Tourismusunternehmen sei durch die Möglichkeit gewährleistet, durch eine Beschwerde eine Überprüfung und vorläufige Abschaltung der Bewertung zu bewirken.

Die Beteiligten des Verfahrens stritten um eine negative Bewertung eines Hotels im Internet. Nach den Ausführungen des Kammergerichts Berlin sind Betreiber von Bewertungsportalen nicht verpflichtet, Nachforschungen vor Veröffentlichung anzustellen. Eine Vorabprüfung sei im Hinblick auf die Gefahren nicht geboten. Die Möglichkeit, sich im Internet anonym zu äußern stelle zwar eine Gefahr für die Betreiber von Hotels dar. Die Vielzahl von Bewertungen würde es dem Benutzer des Portals allerdings erlauben, Einzelstimmen kritisch einzuordnen und „Ausreißer“ zu erkennen.

Pflegerecht

Das LSG Berlin-Brandenburg hat mit Beschluss vom 15.03.2011 (Az. L 27 P 75/10 B) die **Veröffentlichung eines Transparenzberichts verhindert**. Art. 12 Absatz 1 GG schützt Unternehmen in ihrer beruflichen Betätigung vor inhaltlich



unzutreffenden Informationen oder vor Wertungen, die auf sachfremden Erwägungen beruhen. Es begegnet Zweifeln, ob die „Pflege-Transparenzvereinbarung ambulant“ (PTVA) vom 29.01. 2009 den gesetzlichen Vorgaben des § 115 Absatz 1 litt. a) Satz 6 SGB XI gerecht wird, wonach neben den Kriterien der Veröffentlichung auch „die Bewertungssystematik“ zu vereinbaren ist, und damit als Normsetzungsvereinbarung überhaupt Bindungswirkung für die einzelne Pflegeeinrichtung entfalten kann. Rechtliche Bedenken bestehen auch insoweit, als nach der PTVA die verschiedenen Bewertungskriterien unterschiedslos gleich gewichtet werden und damit massive Verzerrungen der Bewertungsergebnisse, insbesondere im Hinblick auf die Ergebnisqualität, zu befürchten sind. Zweifelhaft ist auch, ob die PTVA der an der in § 115 Absatz 1 a Satz 1 SGB XI vorausgesetzten Vergleichbarkeit der zu veröffentlichenden Leistungen und deren Qualität gerecht wird.

Medien-, Urheber- und Wettbewerbsrecht

Werbung gehört für jedes Unternehmen zum Geschäft. Sofern sich ein Unternehmen hierbei auch des **Doppelgängers eines Prominenten** bedient läuft es Gefahr, in eine gerichtliche Auseinandersetzung zu geraten. Es könnte nämlich die unzulässige Vereinnahmung einer Persönlichkeit zu Werbezwecken vorliegen. Dann muss aber eine derart prägnante Ähnlichkeit vorliegen, dass von einem „echten“ Doppelgänger ausgegangen werden kann und die Öffentlichkeit annehmen kann, dass es sich bei dem Darsteller in der Werbung um den Prominenten handelt. Setzt das Unternehmen allerdings für die Werbekampagne nur einen bestimmten Menschentyp ein, der mit einem Prominenten verwechselt werden kann, reicht dies noch nicht aus (LG Hamburg 05.08.2011, 324 O 134/11). Das Telekommunikationsunternehmen „Congstar“ darf also weiterhin mit der Kunstfigur „Andy“ werben, der eben kein Doppelgänger des berühmten Stylisten Bruce Darnell sein soll.

Rückfragen?

Ihre Rückfragen beantworten wir selbstverständlich gerne.

Dr. Ulbrich & Kaminski Rechtsanwälte
Hellweg 2
44787 Bochum

Telefon +49 (0)234 579 521-0
Telefax +49 (0)234 579 521-21

E-Mail: kontakt@ulbrich-kaminski.de
www.ulbrich-kaminski.de