

**Steuerrecht aktuell:****Plus für Arbeitgeber:  
Das Ende des ELENA-Projektes**

Bekanntermaßen wurde nach längeren Beratungen im Bundestag und Bundesrat im April 2009 das sogenannte „ELENA-Gesetz“ verabschiedet. Ziel war eigentlich die Entlastung der Arbeitgeber von Bürokratie, indem ELENA ab 2012 verschiedene Arbeitgeberbescheinigungen, wie insbesondere die Lohnsteuerbescheinigung ersetzen sollte. Seit dem 01.01.2010 mussten daher Arbeitgeber entsprechende Arbeitnehmerdaten an eine zentrale Datensammelstelle übermitteln.

Sehr schnell nach Einführung zeigte sich jedoch, dass die neuen Meldepflichten von kleinen und mittleren Unternehmen als erhebliche bürokratische Mehrbelastung empfunden wurden. Interessant war aber zudem auch, dass die öffentliche Verwaltung sich über die dort entstehenden erheblichen Zusatzkosten beschwerte. Letztlich wurden Verfassungsbedenken wegen der Speicherung zahlreicher eigentlich nicht benötigter Daten über Arbeitnehmer geäußert.

Daraufhin hatte zunächst im November 2010 der Koalitionsausschuss der Bundesregierung beschlossen, das ELENA-Erhebungsverfahren auszusetzen. Zunächst scheiterte das Aussetzen an Unstimmigkeiten innerhalb der Bundesregierung. Am 18.07.2011 wurde jedoch in einer gemeinsamen Mitteilung des Bundeswirtschaftsministers unter der neuen Leitung des Vizekanzlers Rößler sowie des Bundesarbeitsministeriums das Ende des Verfahrens zum elektronischen Entgeltnachweis (ELENA) verkündet. Der entsprechende Gesetzesentwurf soll in Kürze vorgelegt werden, um umgehend Rechtsklarheit herzustellen und die Meldepflichten auch formal abzuschaffen. In diesem Zusammenhang soll auch sichergestellt werden, dass die bisher gespeicherten Daten unverzüglich gelöscht und die Arbeitgeber von den bestehenden elektronischen Meldepflichten entlastet werden sollen.

Unter anderem der Deutsche Unternehmenssteuerverband, dem der Unterzeichner als Vize-

präsident angehört, wie auch der Bund der Steuerzahler haben sich erfolgreich für die Aufhebung der kosten- und zeitintensiven Meldepflichten zugunsten der Arbeitgeber eingesetzt.

**Dr. Christoph Goetz**

Rechtsanwalt  
Fachanwalt für Steuerrecht  
Fachanwalt für Erbrecht  
Vizepräsident des DUV –  
Dt. Unternehmenssteuerverband

**Wettbewerbsrecht aktuell:****Tücken moderner Kommunikationsformen / Wie vermeiden Sie Abmahnungen?**

Das Internet sowie moderne Kommunikationsformen eröffnen heute ein immer breiteres Spektrum unterschiedlicher Werbeformen, Informationsquellen und Präsentationsmöglichkeiten (bspw. Werbe-E-mails, online Verkaufsangebote, auf der Homepage hinterlegte AGB, etc.).

Allerdings bergen diese billigen, schnellen und durch Automatisierung arbeitssparenden Kommunikationsarten auch Gefahren. Zum einen hat letztlich jedermann Zugriff bspw. auf auf der Homepage ausgestellte Informationen. Zum anderen ist es vielfach üblich, Email mit werblichem Inhalt per Knopfdruck an einen immer größeren Adressatenkreis zu versenden.

Damit wächst nicht nur die Anzahl derer, die potentiell mit den Informationen in Berührung kommen, sondern auch die Gefahr, dass unzulässige geschäftliche Handlungen entdeckt werden. Bereits kleinste Versehen bei Formulierungen oder bei dem Versand von Werbe-E-mails können zu Abmahnungen und gerichtlichen Verboten führen. Zusätzlich steigt aufgrund einer stetig wachsenden Zahl von Informationspflichten und neuen gerichtlichen Leitlinien das Risiko, sich gesetzeswidrig zu verhalten.

Beispielhaft erwähnt seien die folgenden Fälle, die in den letzten Monaten immer häufiger Gegenstand gerichtlicher Überprüfungen gewesen sind:

### 1) Unzulässige Werbe-Email

Der BGH hat in einem Grundsatz-Urteil vom 20.05.2009 geurteilt, dass bereits die einmalige unverlangte Zusendung einer E-Mail mit Werbung einen rechtswidrigen Eingriff in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb darstellen kann (I ZR 218/07). Im Klartext bedeutet dies, dass Unternehmen, die Werbe-Emails wahllos an potentielle Kunden versenden, Gefahr laufen, abgemahnt zu werden.

Gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG ist Werbung u.a. mittels elektronischer Post stets als unzumutbare Belästigung einzustufen. Von diesem Grundsatz macht § 7 UWG selbst zwei Ausnahmen: (1) im Falle der ausdrücklichen Einwilligung des Adressaten, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG, sowie (2) im Falle einer bestehenden Geschäftsbeziehung gemäß den detaillierten Voraussetzungen in § 7 Abs. 3 UWG.

Zu beachten ist, dass der Begriff der Werbung generell weit auszulegen ist. Nach Ansicht des BGH ist Werbung „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern“.

### 2) Abmahnung durch Wettbewerber wegen fehlerhafter AGB

Bisher war es umstritten, inwieweit die bürgerlich-rechtlichen Vorschriften zur AGB-Kontrolle, aber auch etwa die Bestimmungen über den Verbrauchgüterkauf Marktverhaltensregelungen im Sinne des Wettbewerbsrechts darstellen und damit von Wettbewerbern abmahnfähig sind. Der BGH hat nunmehr in einem Urteil vom 31.03.2010 festgehalten, dass Marktverhaltensregelungen auch Regelungen sein können, die die Durchführung von Verträgen zum Gegenstand haben (I ZR 34/08). Konkret ging es um einen Gewährleistungsausschluss in Online-Verkaufsbedingungen, bei denen unklar war, ob sie sich allein an Gewerbetreibende richteten oder auch auf Verbraucher Anwendung fänden. Der Kläger, ein Mitbewerber, hielt den Gewährleistungsausschluss wegen Verstoßes gegen zwingende Vorschriften des BGB für unwirksam und nahm die Beklagte erfolgreich auf Unterlassung in Anspruch.

Für die Praxis bedeutet dies, dass nunmehr die Gefahr besteht, von einem Wettbewerber wegen unwirksamer AGB abgemahnt zu werden.

### 3) Neue Widerrufsbelehrung

Immer wieder Gegenstand von Abmahnungen und gerichtlichen Überprüfungen sind Widerrufsbelehrungen. Verbrauchern steht im Fernabsatz ein Widerrufsrecht zu. Über dieses Widerrufsrecht ist der Verbraucher klar und verständlich zu belehren. Genügt die Widerrufsbelehrung diesen Anforderungen nicht, hat dies für den Verwender der Widerrufsbelehrung unter anderem zwei entscheidende Folgen: zum einen kann das Widerrufsrecht unbefristet ausgeübt werden. Zum anderen kann der Verwender abgemahnt und aufgefordert werden, eine strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung abzugeben. Der BGH hat in seinem jüngsten Urteil vom 28.06.2011 (XI ZR 349/10) nochmals betont, dass bereits kleinste textliche Abweichungen von der Musterwiderrufsbelehrung zur Unwirksamkeit führen können.

Zu beachten ist, dass – obwohl die letzte Änderung erst rund 1 Jahr zurückliegt – die bisherige Musterwiderrufsbelehrung mit Wirkung zum 04.08.2011 erneut angepasst wurde. Damit müssen auch die Widerrufsbelehrungen angepasst werden. Hierfür gibt es eine dreimonatige Übergangsfrist bis zum 04.11.2011.

### 4) Fazit

So verlockend die arbeitssparenden Kommunikationsarten auch sein mögen: prüfen Sie zunächst sorgfältig, ob die inhaltlichen und formalen Anforderungen eingehalten werden. Insbesondere bei der Hinterlegung von AGB auf der Homepage sowie der Versendung von Werbe-Emails ist noch mehr Vorsicht geboten als bisher schon. Andernfalls besteht die Gefahr, nicht nur auf Unterlassung in Anspruch genommen zu werden, sondern darüber hinaus ggf. auch auf Auskunft und / oder Schadensersatz.

Wir beraten Sie gern bei der Erstellung / Überarbeitung Ihrer AGB oder helfen Ihnen im Fall von Abmahnungen.

**Dr. Christian Stolze**  
Rechtsanwalt



**Thomas Prehn**  
Rechtsanwalt

