



Unser **monatlich erscheinender Newsletter Recht | Fair Play** enthält u.a. aktuelle Informationen in den für Ihr Unternehmen wichtigen Rechtsgebieten und hält Sie über neueste Entwicklungen von Gesetzgebung und Rechtsprechung auf dem Laufenden.

Inhaltsverzeichnis:

1. Arbeitsrecht

- Ferienjobs: Dies müssen Unternehmer bei der Beschäftigung von Schülern beachten
- Homeoffice: Arbeitgeber müssen Präsenzordnungen nachvollziehbar begründen

2. Firmen-, Handels- und Gesellschaftsrecht

- GmbH-Recht: Feststellung der Gesellschafterstellung trotz Eintragung in der Gesellschafterliste möglich
- Keine Haftung für Altverbindlichkeiten bei bloßer Weiternutzung einer Marke

3. Wettbewerbsrecht

- Werbung in Podcasts

4. Internetrecht

- Fehlerhafte Anzeigen in Suchmaschinen
- Influencer-Werbung: Klare Grenzen für kommerzielle Inhalte
- Durchschnittsbewertungen müssen transparent sein

5. Zivilrecht, Gewerberecht, Gewerbliche Schutzrechte, Sonstiges

- BGH: Insolvenzverwalter kann auch Geldauflagen aus Strafverfahren zurückfordern

1. Arbeitsrecht

Ferienjobs: Dies müssen Unternehmer bei der Beschäftigung von Schülern beachten

Die Ferienzeit nutzen viele Schülerinnen und Schüler auch dazu, erste Erfahrungen im Berufsleben zu sammeln und natürlich eigenes Geld zu verdienen. Auch für Arbeitgeber kann die Beschäftigung im Rahmen eines Ferienjobs interessant sein: Nicht selten können dadurch Personalengpässe ausgeglichen und möglicherweise Nachwuchskräfte gewonnen werden.

Bei der Beschäftigung von Schülern sind verschiedene rechtliche Vorgaben zu beachten, insbesondere das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) und die Kinderarbeitsschutzverordnung (KindArbSchV). Hier sind beispielsweise das Mindestalter für die Beschäftigung, die zu beachtenden Arbeits- und Ruhezeiten und unzulässige Tätigkeiten geregelt. Zuständige Aufsichtsbehörden für die Einhaltung des Kinder- und Jugendarbeitsschutzes sind in Hessen die Regierungspräsidien.

Weitere Informationen: Das Hessische Ministerium für Arbeit- Integration, Jugend und Soziales hält im Internet [Informationen zum Jugendarbeitsschutz](#) bereit.

Homeoffice: Arbeitgeber müssen Präsenzordnungen nachvollziehbar begründen

Das Arbeitsgericht Düsseldorf hat mit Urteil vom 11. Februar 2026 entschieden, dass Arbeitgeber eine bislang gelebte Homeoffice-Praxis nicht ohne nachvollziehbare sachliche Gründe erheblich einschränken dürfen. Zwar besteht grundsätzlich kein automatischer Anspruch auf Homeoffice. Wird jedoch eine weitreichende Präsenzpflcht angeordnet, muss der Arbeitgeber nachvollziehbar darlegen können, warum diese Maßnahme geeignet und erforderlich ist, bestehende organisatorische oder kommunikative Probleme tatsächlich zu lösen.

Im entschiedenen Fall war ein IT-Mitarbeiter über mehrere Jahre hinweg regelmäßig im Homeoffice tätig gewesen. Nachdem es im Zusammenhang mit einem SAP-Projekt zu organisatorischen Schwierigkeiten gekommen war, ordnete der Arbeitgeber an, dass der Mitarbeiter künftig nur noch an einem Tag pro Woche von zu Hause aus arbeiten dürfe. Zur Begründung verwies er auf Defizite bei Kommunikation, Projektsteuerung und Zusammenarbeit innerhalb der Abteilung.

Das Arbeitsgericht stellte zunächst klar, dass allein die langjährige Nutzung von Homeoffice keinen dauerhaften Rechtsanspruch begründe. Weder aus einer betrieblichen Übung noch aus einer allgemeinen organisatorischen Regelung ließe sich im konkreten Fall ein Anspruch auf Homeoffice ableiten. Auch die Bezeichnung von Homeoffice als „Privileg“ ändere daran nichts.

Die konkrete Weisung des Arbeitgebers hielt das Gericht dennoch für unwirksam. Zwar könne der Arbeitgeber den Arbeitsort grundsätzlich im Rahmen seines Direktionsrechts bestimmen. Dabei müsse er jedoch die Interessen beider Seiten angemessen berücksichtigen und eine ermessensfehlerfreie Entscheidung treffen. Daran fehlte es hier. Nach Auffassung des Gerichts hatte der Arbeitgeber zwar auf organisatorische Probleme hingewiesen, aber nicht nachvollziehbar erläutert, weshalb eine weitgehende Anwesenheitspflicht des Mitarbeiters diese Probleme tatsächlich beheben sollte. Besonders ins Gewicht fiel, dass externe Projektbeteiligte weiterhin überwiegend remote arbeiteten.

Das Gericht wertete die Maßnahme deshalb eher als Entzug eines bislang gewährten Vorteils denn als sachlich begründete Organisationsentscheidung. Die Anordnung hielt der gerichtlichen Billigkeitskontrolle nach § 106 Gewerbeordnung (GewO) daher nicht stand.

Praxishinweis: Die Entscheidung zeigt, dass Unternehmen zwar grundsätzlich über den Arbeitsort ihrer Beschäftigten entscheiden können. Werden bestehende Homeoffice-Regelungen jedoch deutlich eingeschränkt, sollte die Entscheidung sorgfältig dokumentiert und nachvollziehbar begründet werden. Arbeitgeber müssen darlegen können, warum die angeordnete Präsenz im konkreten Fall geeignet und erforderlich ist, die angestrebten betrieblichen Ziele zu erreichen.

ArbG Düsseldorf, Urteil vom 11. Februar 2026, Az.: 3 Ca 6587/25

2. Firmen-, Handels- und Gesellschaftsrecht

GmbH-Recht: Feststellung der Gesellschafterstellung trotz Eintragung in der Gesellschafterliste möglich

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat klargestellt, dass ein GmbH-Gesellschafter auch dann ein rechtliches Interesse an der gerichtlichen Feststellung seiner materiell-rechtlichen Gesellschafterstellung haben kann, wenn er bereits in der beim Handelsregister aufgenommenen Gesellschafterliste eingetragen ist. Die bloße Eintragung in die Gesellschafterliste beseitigt bestehende Unsicherheiten über die tatsächliche Gesellschafterstellung nicht zwingend.

Dem Urteil lag ein Streit über die Wirksamkeit einer Anteilsübertragung zugrunde. Die Klägerin war aufgrund einer zunächst eingereichten Gesellschafterliste als Inhaberin von 75 Prozent der Geschäftsanteile ausgewiesen worden. Später wurden jedoch weitere Gesellschafterlisten

eingereicht, in denen die Klägerin nicht mehr als Gesellschafterin aufgeführt war. Die Gesellschaft bestritt die Wirksamkeit des Anteilserwerbs und damit die Gesellschafterstellung der Klägerin.

Der BGH bestätigte die Vorinstanzen und stellte klar, dass die materiell-rechtliche Gesellschafterstellung unabhängig von der Eintragung in der Gesellschafterliste besteht. Zwar vermittele § 16 Absatz 1 Satz 1 GmbH-Gesetz dem in der Gesellschafterliste Eingetragenen gegenüber der Gesellschaft grundsätzlich die Ausübung der Mitgliedschaftsrechte. Diese sogenannte Legitimationswirkung ersetze jedoch nicht die Klärung der tatsächlichen Rechtslage. Bestreite die Gesellschaft die Gesellschafterstellung ernsthaft, bestehe weiterhin ein berechtigtes Interesse an einer gerichtlichen Feststellung.

BGH, Urteil vom 21. April 2026, Az.: II ZR 50/25

Keine Haftung für Altverbindlichkeiten bei bloßer Weiternutzung einer Marke

Ein neuer Inhaber kann das Unternehmen des Altinhabers unter der bisherigen Firma fortführen. Er haftet dann grundsätzlich für alle Verbindlichkeiten, die der Altinhaber vor der Firmenfortführung begründet hat, Paragraph 25 Absatz 1 Handelsgesetzbuch (HGB). Der neue Inhaber kann dies nur vermeiden, wenn er in das Handelsregister einen Haftungsausschluss für die Altverbindlichkeiten eintragen lässt, Paragraph 25 Absatz 2 HGB.

Der neue Inhaber kann die bisherige Bezeichnung des Unternehmens aber auch bloß als Geschäftsbezeichnung oder Marke weiterverwenden. Dann liegt keine Firmenfortführung vor und der neue Inhaber haftet auch nicht für die Altverbindlichkeiten. In der Folge ist auch kein Haftungsausschluss mehr notwendig. Dies hat zur Konsequenz, dass auch das Registergericht einen beantragten Haftungsausschluss des neuen Inhabers ablehnen darf. So hat es das Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf mit seinem Beschluss vom 13. März 2026 entschieden (Az.: 3 W 24/26).

Aber Achtung: Für den Rechts- und Geschäftsverkehr muss erkennbar sein, dass die bisherige Bezeichnung des erworbenen Unternehmens bloß als Marke oder Geschäftsbezeichnung weiterverwendet wird. Das kann zum Beispiel durch den Zusatz „Eine Marke der“ zuzüglich des eigenen Firmennamens deutlich werden.

Im vorliegenden Fall hatte eine GmbH ein Unternehmen erworben und meldete beim Handelsregister einen Haftungsausschluss an. Die GmbH beabsichtigte, die Geschäftsbezeichnung des erworbenen Unternehmens lediglich als Marke zu nutzen mit dem Zusatz „Eine Marke der“ zuzüglich ihres eigenen Firmennamens. Darin lag keine Firmenfortführung und das Registergericht lehnte die Eintragung rechtskonform ab. Denn die GmbH könne nur einen einzigen Firmennamen verwenden, sodass sie nicht gleichzeitig den alten Firmennamen fortführen könne. Für die Vertragspartner der GmbH sei aufgrund des Zusatzes „Eine Marke der“ ersichtlich gewesen, dass das alte Unternehmen nicht fortgeführt werde. Somit bestünde auch kein Risiko einer Haftung für Altverbindlichkeiten.

3. Wettbewerbsrecht

Werbung in Podcasts

Das sogenannte Trennungsgebot zwischen werblichen und redaktionellen Inhalten gilt auch für Podcasts und ähnliche Audioformate.

Im Rahmen eines Podcast sendete ein Unternehmen zunächst einen redaktionellen Inhalt. Darauf folgte ein Block mit einem Inhalt, welcher sich erst im Laufe der Übertragung als Werbung für eine Dienstleistung herausstellte.

Die Wettbewerbszentrale sah in diesem Vorgehen eine Irreführung des Verbrauchers im Sinne des Wettbewerbsrechts. Der tatsächliche Übergang vom redaktionellen in den werblichen Inhalt,

etwa durch eine Ansage oder eindeutiges Tonsignal, sei für den Verbraucher an dieser Stelle nicht erkennbar gewesen. Der Nutzer habe in diesem Fall keine Möglichkeit gehabt bewusst zu entscheiden, ob er die Werbung tatsächlich hören möchte oder lieber überspringen. Das betreffende Unternehmen gab daraufhin eine Unterlassungserklärung gegenüber der Wettbewerbszentrale ab.

Fazit: Werbung ist auch in Podcasts oder ähnlichen Audioformaten so zu kennzeichnen, dass diese für den Nutzer bereits bei Beginn als solche erkennbar ist.

[Pressemitteilung der Wettbewerbszentrale vom 31. März 2026](#)

4. Internetrecht

Fehlerhafte Anzeigen in Suchmaschinen

Beauftragt ein Händler einen Suchmaschinenbetreiber mit der Gestaltung und Ausspielung einer Werbeanzeige, so haftet er trotzdem für etwaige in der Anzeige enthaltene Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht, entschied der Bundesgerichtshof (BGH) im März dieses Jahres.

Beklagt war ein Versandhändler, der einen Suchmaschinenanbieter mit der Schaltung von Anzeigen für Haushaltsgeräte beauftragt hatte, wobei der Suchmaschinenbetreiber selbst über Gestaltung und Platzierung der Anzeigen entscheiden konnte. Dabei wurde jedoch eine gesetzlich vorgeschriebene Angabe zur Energieeffizienzklasse der Geräte nicht gemacht. Entsprechende Informationen waren erst auf der Zielseite des Händlers zu finden.

In diesem Zusammenhang trifft § 8 Absatz 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) folgende Regelung: „Werden Zuwiderhandlungen in einem Unternehmen von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen, so sind der Unterlassungsanspruch und der Beseitigungsanspruch auch gegen den Inhaber des Unternehmens begründet“. Das Gericht sah daher den Versandhändler in der Verantwortung, da der Betreiber der Suchmaschine Beauftragter im Sinne des § 8 Absatz 2 UWG sei. Zudem habe der Händler ihm die Produktinformationen zur Verfügung gestellt. Damit sei ein entsprechender Einfluss des Händlers auf den Inhalt möglich gewesen. Außerdem profitiere der Händler wirtschaftlich von der Anzeige, zum Beispiel durch Förderung seines Absatzes.

Fazit: Unternehmen sollten sicherstellen, dass alle Pflichtangaben übermittelt werden und entsprechender Einfluss auf die Darstellung der Anzeige genommen werden kann.

BGH, Urteil vom 11. März 2026, Az.: I ZR 28/25

Influencer-Werbung: Klare Grenzen für kommerzielle Inhalte

Werbliche Social-Media-Beiträge, die zwischen redaktionellen Inhalten stehen, müssen bereits in der Profilübersicht unmissverständlich als solche erkennbar sein. Dies hat das Landgericht (LG) Köln mit Urteil vom 12. Mai 2026 entschieden.

Demnach ist eine Platzierung von Hinweisen innerhalb der Caption nicht ausreichend. Nach Ansicht des Gerichts muss der kommerzielle Zweck eines Beitrags bereits in der Profilübersicht, dem sogenannten „Grid“, beim allerersten Blick auf das Vorschaubild ersichtlich sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Vorschau wie ein rein redaktioneller Beitrag wirkt. Damit schließt sich dieses wegweisende Urteil der strengen Linie des Bundesgerichtshofs (BGH) an, wonach eine Werbekennzeichnung zu spät kommt, wenn der Verbraucher den Inhalt erst anklicken muss, um die werbliche Absicht zu erkennen.

Im vorliegenden Verfahren ging es um ein bundesweit agierendes Unternehmen, das Online-Plattformen für Veranstaltungsempfehlungen betreibt. Auf den dazugehörigen Instagram-Profilen

veröffentlichte die Betreiberin in regelmäßigen Abständen Content zu Freizeitangeboten, Partys und Events. Das Problem dabei war eine erhebliche Intransparenz für die Social-Media-Nutzer: Zwischen echten, redaktionell aufbereiteten Freizeittipps fanden sich immer wieder bezahlte Werbeposts für bestimmte kommerzielle Veranstaltungen, ohne dass die Profilelemente optisch voneinander abgegrenzt wurden. Dieser Verschmelzung der Inhalte setzt das Gericht klare Grenzen.

LG Köln, Urteil vom 12. Mai 2026; Az.: 88 O 1/26

BGH-Rechtsprechung zum Thema: „Influencer I“, BGH-Urteil vom 9. September 2021, Az.: I ZR 90/20; „Influencer II“, BGH-Urteil vom 9. September 2021 und „Plüschelöwe“, BGH-Urteil vom 9. September 2021, Az.: I ZR 126/20; „Influencer III“, BGH-Urteil vom 13. Januar 2022, Az.: I ZR 35/21

Durchschnittsbewertungen müssen transparent sein

Das Landgericht (LG) München I hat festgestellt, dass die angegebene Durchschnittsbewertung auf einer Bewertungsplattform nicht nach einer betriebsinternen „Geheimformel“ berechnet werden darf. Außerdem dürfe nicht über die Anzahl der in die Durchschnittsbewertung eingeflossenen Einzelbewertungen getäuscht werden.

Im zugrundeliegenden Fall hatte ein Arzt seine 1,5-Sterne-Bewertung auf Grundlage von 16 Feedbackgebern in Frage gestellt, weil er sich nach eigener Berechnung bei 4,2 von 5 Sternen sah. Das Gericht bestätigte, dass die Berechnung nicht nach unklaren Kriterien erfolgen dürfe.

LG München I, Urteil vom 28. April 2026, Az.: 33 O 5016/25

5. Zivilrecht, Gewerberecht, Gewerbliche Schutzrechte, Sonstiges

BGH: Insolvenzverwalter kann auch Geldauflagen aus Strafverfahren zurückfordern

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat eine auch für Unternehmen und Geschäftsführer praxisrelevante Frage des Insolvenzrechts entschieden: Zahlungen, die zur Einstellung eines Strafverfahrens geleistet wurden, können später vom Insolvenzverwalter zurückgefordert werden.

Im konkreten Fall hatte ein Schuldner eine Geldauflage nach § 153a Strafprozessordnung (StPO) erfüllt, um ein Strafverfahren zu beenden. Nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens verlangte der Insolvenzverwalter die gezahlten Beträge zurück.

Nach Auffassung des BGH unterliegen solche Zahlungen grundsätzlich der Insolvenzanfechtung. Die Erfüllung einer Geldauflage stelle eine sogenannte inkongruente Deckung dar und könne daher unter bestimmten Voraussetzungen rückgängig gemacht werden. Bei direkten Zahlungen an gemeinnützige Einrichtungen seien diese selbst und nicht die Landeskasse der richtige Anfechtungsgegner.

Fazit: Die Entscheidung erweitert die Möglichkeiten von Insolvenzverwaltern, Vermögenswerte zur Masse zurückzuholen. Für Geschäftsführer, Unternehmer und Berater bedeutet das Urteil, dass selbst Zahlungen im Zusammenhang mit Strafverfahren in einer Unternehmenskrise später noch insolvenzrechtlich überprüft werden können.

BGH, Urteil vom 12. März 2026, Az.: IX ZR 18/25

Dieser Newsletter soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl er mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.