

▶ Arbeitsrecht

Keine Entgeltfortzahlung bei Arbeitsunwilligkeit

| Verweigert ein Arbeitnehmer nach einer Kündigung bis zum Ende der Beschäftigungszeit seine Arbeitsleistung, entfällt sein Anspruch auf Entgeltfortzahlung trotz gleichzeitiger Krankheit (Landesarbeitsgericht Rheinland-Pfalz, Urteil vom 2.2.2015, Az. 2 Sa 490/14). |

Hintergrund | Ein Anspruch auf Entgeltfortzahlung gemäß § 3 Abs. 1 Entgeltfortzahlungsgesetz besteht bei einer Arbeitsunfähigkeit nur, wenn die Erkrankung der einzige Grund für den Ausfall der Arbeitsleistung ist. Ist der Arbeitnehmer hingegen gar nicht bereit zu arbeiten, muss der Arbeitgeber den Lohn nicht fortzahlen. Bereits das Bundesarbeitsgericht hatte die Unwilligkeit des Arbeitnehmers, seine Arbeitsleistung bis zum Ende der Kündigungsfrist zu erbringen, als einen Ausschlussgrund für die Entgeltfortzahlung anerkannt (Urteil vom 24.3.2004, Az. 5 AZR 355/03). Gegen die fehlende Arbeitsbereitschaft kann der Arbeitnehmer auch nicht vorbringen, dass das Arbeitsverhältnis aufgrund der Kündigung zerrüttet gewesen sei. Für diesen Fall müsste der Arbeitnehmer einen Auflösungsantrag gemäß § 9 Abs. 1 S. 1 Kündigungsschutzgesetz stellen.

PRAXISHINWEIS | In der Praxis ist es für den Arbeitgeber schwierig, die Arbeitsfähigkeit bzw. die Arbeitsunwilligkeit trotz vorgelegter Krankmeldung zu beweisen. Mögliche Arbeitsverweigerungen sollten daher so umfassend wie möglich – am besten schriftlich – dokumentiert werden.

▶ Praxismarketing

Unternehmens-/Praxiswebsites: Was Nutzer erwarten

| Nutzer von Unternehmens- und Praxiswebsites suchen vor allem klare Informationen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage von Greven Medien im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Konsumforschung. Als bevorzugte Informationen über kleine Unternehmen (zum Beispiel Arztpraxen, Restaurants und Ladengeschäfte) nannten die Befragten: |

- Öffnungszeiten (91,7 Prozent)
- Preislisten (79,1 Prozent)
- Kontaktmöglichkeit (77,3 Prozent)
- Exakte Adressdaten (77,2 Prozent)
- Produktübersicht (76,7 Prozent)
- Anfahrtsskizze (50,6 Prozent)
- Fotos und Videos (40,0 Prozent)
- Bewertungen zum Unternehmen (29,7 Prozent)
- Links zu Social-Media-Kanälen (5,4 Prozent)

PRAXISHINWEIS | Überprüfen Sie, welche Informationen Ihre Website bereitstellt und wie leicht Sie zu finden sind (siehe auch PP 01/2012, Seite 10).

Vergütungsanspruch
muss überhaupt
bestehen



ARCHIV

Ausgabe 1 | 2012
Seite 10-12