

SERVICE-SEITEN Finanzen Steuern Recht

Ratgeber für Unternehmer

Sonderbeilage der MediaWorld GmbH – Agentur für Marketing & Verlag | www.service-seiten.info | Ausgabe Hannover 2013

Orientierungshilfe für Mittelstand und Industrie

Unternehmensnachfolge

Erfolg durch richtige Strategie

Insolvenzverfahren

Chancen erkennen und nutzen


mediaworld
Agentur für Marketing & Verlag

Impressum

Service-Seiten Finanzen Steuern Recht
Ratgeber für Unternehmer
Ausgabe Hannover 2013

Herausgeber (V. i. S. d. P.)
MediaWorld GmbH
Timo Grän, Martin Voß
(auch Verlagsgeschäftsführung)

Verlag
MediaWorld GmbH
Agentur für Marketing & Verlag
Bankplatz 8
38100 Braunschweig
Telefon 0531 482010-20
Telefax 0531 482010-21
info@mediaworldgmbh.de
www.mediaworldgmbh.de

Grafische Gestaltung
MediaWorld GmbH
Monique Dobrzalak, Joey Mertinke, Franziska Pott

Auflage
ca. 40 000 Stück

Verteilung
Beilage niedersächsische WIRTSCHAFT
Ausgabe Mai 2013

Druck und Auflagennachweis
westermann druck GmbH
www.westermann-druck.de

Verlagsrechte
Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlags.
Einsender von Manuskripten, Briefen u. ä.
erklären sich mit einer redaktionellen Bearbeitung
einverstanden. Alle Angaben ohne Gewähr.

Anzeigen
Timo Grän, Jens Arnemann

Anzeigentarif
Mediadaten Ausgabe 2013

Titelbild
panthermedia/Cristiano Ribeiro

Bildquellennachweis
panthermedia (www.panthermedia.de)

Nächste Ausgabe
Frühjahr 2014

Veröffentlichungen
Timo Grän, GF MediaWorld GmbH
Telefon 0531 482010-10
graen@mediaworldgmbh.de

Internet
www.service-seiten.info



Inhalt

3	Vorwort Herausgeber
4	Grußwort Beirat
5	Übersicht Fachlicher Beirat
6	Grußwort
7	Pflege von Geschäftsbeziehungen
8	Direktmarketing
9	Werbung im Internet
10	Die elektronische Rechnung
12	Mittelbare Patentverletzung oder Mittäterschaft
14	Lieber sicher als reich
15	Wirtschaftsspionage und Cyberattacken
16	Der Notfall-Koffer
19	Wettbewerbsrecht im Vertrieb
20	Erfolgreiche Unternehmensnachfolge durch Unternehmensverkauf
24	Interne und externe Unternehmensnachfolge
27	Sicherheiten für Gründungsfinanzierung
28	Optimieren Sie Ihre Finanzierungsstruktur
29	Beteiligungen der MBG verbessern die Finanzierungsstruktur...
31	Vorhandene Ressourcen effektiv nutzen
32	Steuern und Firmenwagen
34	Mediation
36	Gläubigerausschuss: Chance oder Bürde?
37	Moderne Insolvenzverwaltung: Der Insolvenzverwalter als professioneller Partner
38	Neue Wege der Sanierung im Insolvenzverfahren
40	Chancen des Insolvenzplanverfahrens nutzen!



Timo Grän

Martin Voß, LL.M.
Rechtsanwalt

Vorwort Herausgeber

Sehr geehrte Unternehmerinnen und Unternehmer,

dieses Jahr ist für Deutschlands Unternehmer spannend. Die konkrete Ausgestaltung der Bewältigung der Eurokrise und deren Folgen sowie die anstehende Bundestagswahl seien hierbei nur exemplarisch genannt. Sie – als Entscheider in Mittelstand und Industrie – müssen auf die teilweise rasanten Veränderungen der Märkte und Neuerungen in der Gesetzgebung und Rechtsprechung auch daher wohl mehr denn je vorbereitet sein. Schließlich sollen sich die Kreativität und Flexibilität bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen auch tatsächlich erfolgreich auswirken. Böse Überraschungen können oftmals durch fachkundigen und vorausschauenden Rat vermieden werden.

Die Service-Seiten Finanzen Steuern Recht, die für die Leser der Region Hannover nunmehr mit der vierten Jahresausgabe erscheinen, sollen Sie dabei unterstützen. Der Anspruch des Ratgebers als „Orientierungshilfe für Mittelstand und Industrie“ ist es, für verschiedenste wirtschaftsrelevante Problemstellungen aktuelle und zielführende Lösungsansätze aufzuzeigen. Dies spiegelt sich erneut in der Vielzahl der interessanten Beiträge – überwiegend von Autoren aus der Region verfasst – wider.

Das Konzept ist unverändert geblieben: Alle Fachbeiträge sind durch den Fachlichen Beirat mit der gewohnten Akribie überprüft worden. So ist garantiert, dass in den Berichten fachlich umfassend und werbefrei informiert und zudem auch auf etwaige Risiken und Nachteile von Lösungsmöglichkeiten hingewiesen wird.

Die diesjährige, Ihnen vorliegende Ausgabe erscheint im Übrigen – wie Sie unschwer ersehen können – in einem neuen Design. Unser Magazin ist zudem nun auch als ePaper unter www.service-seiten.info abrufbar.

Wir wünschen Ihnen eine informative sowie Nutzen stiftende Lektüre und – nicht nur geschäftlich – ein erfolgreiches Jahr 2013!

Herzlichst,

Timo Grän

Martin Voß, LL.M.



Dipl.-Kfm. Ulrich Gehrke
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater
Gehrke econ Gruppe

Grußwort Beirat

Liebe Leserinnen und Leser,

nichts ist so beständig wie der Wandel!

Im September steht die nächste Bundestagswahl an und so kommt es, dass wir seit März einen Stillstand in der Rechtspflege beobachten können. Aber was kommt danach?

Auch der Regierungswechsel in Niedersachsen hat schon einige Ankündigungen hervorgebracht, so dass wir auf die konkreten Umsetzungen in Gesetzen gespannt sein dürfen.

An dieser Stelle möchten wir um das Verständnis der Leserinnen und Leser werben. Bei der aktuellen Diskussionsslage wird es uns Beraterinnen und Beratern nicht immer leicht gemacht, Ihnen absolut sichere und zukunftsfeste Ratschläge mit auf den Weg zu geben. Im Worst-Case-Szenario müssen wir nach der Bundestagswahl u. a. mit einer Vermögensteuer für Privatpersonen und/oder Unternehmen, höheren Auflagen für

Vermieter, der Umverteilung der Kosten des Atomausstieges und steigenden Belastungen aus Arbeitgeber-sicht rechnen. Sie sollten sich bei Ihren langfristigen Planungen also ein Höchstmaß an Flexibilität bewahren und dabei helfen Ihnen erfahrene Berater.

Die diesjährige Ausgabe der Service-Seiten spiegelt die aktuell diskutierten Themen aus den Bereichen Finanzen, Steuern und Recht wider. Wir freuen uns, wenn die nachfolgenden Artikel Ihnen eine erste Hilfestellung zur Überwindung dieser Zeit der Unsicherheit bieten. Im Namen des gesamten Beirates bedanke ich mich bei den Autoren, die mit ihren Beiträgen den Puls der Zeit treffen und Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, einen Ratgeber an die Hand geben.

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre!

Dipl.-Kfm. Ulrich Gehrke

Fachlicher Beirat

Service-Seiten Finanzen Steuern Recht



Dr. iur. Josef Fullenkamp, Rechtsanwalt

1977 – 1984 Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Bielefeld
 1984 – 1986 Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Bielefeld
 1986 Zulassung als Rechtsanwalt
 1989 – 2002 Singularzulassung als Rechtsanwalt am OLG Celle
 seit 2002 Rechtsanwalt in Hannover
 seit 2006 Lehrbeauftragter der Leibniz Universität Hannover
 seit 2011 Partner bei BRANDI Rechtsanwälte am neu eröffneten Standort Hannover



Dipl.-Kfm. Ulrich Gehrke, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater

1979 – 1981 Studium der Volkswirtschaftslehre mit Vordiplom an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
 1981 – 1985 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
 1982 Tätigkeit bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Main Hurdman (KPMG), Südafrika
 1985 Tätigkeit bei der Wirtschaftsprüfungunternehmung Peat Marwick (KPMG) in Minneapolis, Minnesota, USA
 1986 Prüfungsassistent bei Arthur Anderson & Co. Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft mbH (Ernst & Young), Hamburg
 1990 Bestellung zum Steuerberater
 1991 Wechsel in die Sozietät Gehrke – Grethe – Voges und Partner Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Hannover und Halle
 1992 Partner der Sozietät Gehrke – Grethe – Voges und Partner, Hannover
 1993 Bestellung zum Wirtschaftsprüfer
 1995 Gründung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Concilium GmbH
 2003 Bestellung zum Qualitätskontrollprüfer durch die WP-Kammer
 2010 Fusion mit der econ Unternehmensgruppe, seither Gehrke econ Gruppe, Steuerberater – Wirtschaftsprüfer – Rechtsanwälte – Unternehmensberater, Hannover



Dipl.-Ing. Joachim Gerstein, Patentanwalt, European Trademark + Design Attorney

1989 – 1994 Studium der Elektrotechnik in Hannover
 1994 – 1996 Ausbildung zum Patentanwalt in Hannover und Hamburg
 1996 – 1997 Referendariat am Deutschen Patentamt und Bundespatentgericht, München
 1998 Zulassung zum Patentanwalt, European Trademark + Design Attorney und Europäischen Patentanwalt
 seit 1998 Patentanwalt in Hannover
 seit 2001 Partner bei Gramm, Lins & Partner GbR Patent- und Rechtsanwälte, Braunschweig – Hannover
 seit 2002 Lehrbeauftragter an der FH Hannover – „Gewerbliche Schutzrechte“



Manuel Sack, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Insolvenzrecht

1983 – 1990 Studium an der Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg i. Br. und der Universität Hamburg
 1991 – 1994 Referendariat in Hamburg
 1994 Zulassung als Rechtsanwalt
 1994 – 1996 Rechtsanwalt bei Curschmann Rechtsanwälte, Hamburg
 1997 – 1999 Rechtsanwalt bei Brinkmann & Partner
 seit 2000 Partner bei Brinkmann & Partner
 2001 Fachanwalt für Insolvenzrecht



Dr. iur. Christian Hinsch
Vorstandsvorsitzender HDI-Gerling Industrie Versicherung AG



Grußwort

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

auch im vergangenen Jahr haben uns die Wirtschaftsforschungsinstitute wieder mit Meldungen über den Erfolg der deutschen Exportindustrie erfreut. Unsere Produkte und Dienstleistungen sind auf den globalen Märkten gefragt. Dieser Erfolg ist nicht das Ergebnis nur einiger weniger großer global agierender Unternehmen, vielmehr ist der deutsche Mittelstand Träger dieses Erfolgs. Auch in unserer Region gibt es zahlreiche Unternehmen, die in den letzten Jahren den Schritt auf fremde Märkte gewagt haben und dort erfolgreich sind.

Aus eigener Erfahrung beim Aufbau unseres weltweiten Auslandsnetzwerkes weiß ich, dass zu einem erfolgreichen Agieren auf globalen Märkten mehr gehört als der Transport eines im Inland erfolgreichen Produktes ins Ausland. Zum einen unterscheiden sich die Märkte durch Vertriebsformen und Präferenzen ihrer Verbraucher: So kann ein Produkt, das in einem Markt ein Verkaufsschlager ist, auf einem anderen Markt ein Ladenhüter sein. Von großer Bedeutung sind zum anderen aber oft auch die rechtlichen Rahmenbedingungen des jeweiligen Landes. Unterschiede in den Rechtsordnungen, dem Verbraucherschutz, dem Vertriebsrecht und der Steuergesetzgebung machen den Schritt ins Ausland oft zu einer Herausforderung. Zum

Erfolg im Ausland bedarf es deshalb eines starken Netzwerkes von Experten und Beratern vor Ort.

Ist das im Inland anders? Nein, auch im Inland brauchen wir hohe Kompetenz in den Bereichen Finanzen, Steuern und Recht. Am besten von Fachleuten aus unserer Nähe, so dass stabile und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen entstehen können. In dieser Publikation finden Sie sachkundige und hilfreiche Beiträge aus den genannten Bereichen von lokalen Experten, die in verständlicher Form aktuelle Themen aufgreifen und vertiefen. Sie zeigen, wie stark unsere Region auch in diesen Bereichen aufgestellt ist. Mich beeindruckt dabei vor allem die Breite der Themenauswahl in dieser Publikation über unterschiedliche Branchen hinweg.

Allen Lesern wünsche ich viel Freude mit dieser Ausgabe der Service-Seiten, viel Erfolg für das Jahr 2013 und bei künftigen unternehmerischen Plänen.

Ihr

Dr. Christian Hinsch

Pflege von **Geschäftsbeziehungen**

Wenn die schönste Nebensache der Welt zum Strafrechtsfall wird...

**Michael Weber-Blank, NLP M. | Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht, Fachanwalt für Strafrecht
Zertifizierter Compliance Officer, Wirtschaftsmediator (DAA)
BRANDI Rechtsanwälte, Hannover**

Gerne luden sich Geschäftspartner früher gegenseitig zum Spiel ihres Lieblingsclubs ein. Ob der Eingeladene nun Angestellter oder Geschäftsinhaber war, das interessierte niemanden. Unter Vertriebsmitarbeitern galt und gilt bis heute immer noch die Devise: Kontakte sind alles und die wollen gepflegt werden. Mit was könnte man Kontakte besser pflegen, als mit dem gemeinsamen Besuch einer Sportveranstaltung. So verfuhr auch der Inhaber einer kleinen Maschinenbaufirma, als er im Jahr 2011 vier Angestellte aus einer Baufirma, mit denen er ständig Kontakt pflegte, in die von ihm für diese Saison gemietete Fußballloge seines Erstligaver eins einlud. Die Besteuerung hatte sein Steuerberater für ihn geregelt. Die Karten im Wert von jeweils rd. 400 Euro waren pauschal versteuert nach § 37b EStG. Damit hatte der Firmeninhaber die Sache für sich abgehakt. Als morgens um 8.00 Uhr die Staatsanwaltschaft mit Beamten der Abteilung Korruptionsermittlung und einem Durchsuchungsbeschluss bei ihm zu Hause erschienen, glaubte er noch an einen Irrtum.

Sportvereine sind immer häufiger Informationsquellen für den Fiskus

Immer häufiger prüft die Finanzverwaltung inzwischen Sportvereine. Sie lässt sich gelegentlich der Prüfung des Vereins auch die Listen aller Käufer von Logenplätzen geben. Der Betriebsprüfer schreibt nun Kontrollmitteilungen an die Besteuerungsämter der kaufenden Firmen. Hier beginnt die Sache nun schwierig zu werden. In den 1980er-Jahren war es noch üblich und auch zulässig, Einladungen zum Fußball oder zu anderen Veranstaltungen auszusprechen und die Kosten bei Teilnahme von Geschäftspartnern auch als Betriebsausgaben geltend zu machen.

Seit Beginn der 1990er-Jahre wurde die Abzugsfähigkeit von nützlichen Aufwendungen eingeschränkt

Steuerrechtlich wurde mit Beginn der 1990er-Jahre die Abzugsfähigkeit von Schmiergeldern schrittweise verboten. 1997 wurde dann die Strafbarkeit der Bestechung und Bestechlichkeit im Geschäftsverkehr in das Strafgesetzbuch eingeführt und sie hat seitdem eine steile Karriere hingelegt. Aus einer bis dahin weitgehend unbeachtet im Gesetz zum unlauteren Wettbewerb schlummernden Regelung ist heute eine zentrale Korruptionsvorschrift geworden. Heute ist jede Zuwendung an einen angestellten Geschäftspartner, die nicht mehr als üblich zu beurteilen ist, eine Bestechung und die Buchung als Betriebsausgabe eine Steuerhinterziehung.

Die Auffassungen zur Angemessenheit gehen auseinander

Natürlich hängt die strafrechtliche Beurteilung davon ab, was noch üblich ist und was nicht mehr. Bei der Beurteilung, was noch als üblich und damit als straflos anzusehen ist, legen Staatsanwälte und Korruptionsermittler jedoch gänzlich andere Werte zugrunde als Unternehmer. Während die Logenkarte mit rund 400 Euro für den Unternehmer eine durchaus angemessene und aus seiner Sicht übliche Zuwendung ist, beginnt für viele Ermittler in Deutschland bereits bei 100 Euro die kritische Grenze. Logenplätze jedenfalls sind für diesen Preis nicht zu haben, ein ordentliches Geschäftsessen fast auch nicht mehr. Kommen die Ermittler zu der Überzeugung, dass die Höhe der Zuwendung nicht mehr üblich ist, kann die Zuwendung an einen angestellten Geschäftspartner eine Bestechung im Geschäftsverkehr darstellen.



Trotz steuerrechtlicher Lösung kann Strafbarkeit vorliegen

Besonders befremdlich für den Unternehmer ist es, dass der Gesetzgeber mit verschiedenen Regelungen – etwa im § 37b EStG oder dem sogenannten „Business-Seat-Erlass“ – durchaus Regelungen anbietet, die es erlauben, diese Sachverhalte steuerlich legal abzubilden. Daraus schließt mancher, dass dann ein solcher Fall doch insgesamt legal sein muss. Doch im Steuerrecht gilt die wirtschaftliche Betrachtungsweise und die orientiert sich eben nicht an der formalen Betrachtung eines Rechtsgeschäfts – von Einheitlichkeit der Rechtsordnung keine Spur. Weil Geld eben nicht stinkt, nimmt der Fiskus auch Geld aus illegalen Geschäften, ohne dass damit etwas zu ihrer strafrechtlichen Bewertung gesagt wäre.

Neue Vertriebsideen ohne Geschenke sind zukünftig gefragt

In multinationalen Konzernen steht schon längst nicht mehr der Inhaber beim Kunden. Vertriebsabteilungen mit Tausenden von Mitarbeitern wollen überwacht und gelenkt werden. Viele von diesen Mitarbeitern aber werden erfolgsabhängig vergütet. Da greift schon manch einer in die Kiste mit den Fußballkarten, um das ersehnte Geschäft abzuschließen. Die Kunst wird zukünftig darin liegen, eine Philosophie des Vertriebs ohne Geschenke, die viele Inhaber selbst noch gar nicht akzeptieren, bis nach unten zu transportieren und glaubhaft durchzusetzen.

Direktmarketing

Rechtliche Grenzen für Telefon- und E-Mail-Werbung

Joachim Rudo

Rechtsanwalt, Diplom-Volkswirt, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz
Brinkmann.Weinkauf Rechtsanwälte Partnerschaft, Hannover



Die Bedeutung des Direktmarketings nimmt weiter zu. Allerdings ist die massenhafte Verwendung von E-Mail-Werbung und Telefonwerbung oft mit Belästigungen für die Betroffenen verbunden. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) schränken die Werbemöglichkeiten deutlich ein und verlangen das Vorliegen einer vorherigen Einwilligung nicht nur bei Verbrauchern, sondern auch bei der Werbung gegenüber Unternehmen.

Telefonwerbung

Werbeanrufe bei Verbrauchern sind grundsätzlich nur dann erlaubt, wenn der Angerufene zuvor ausdrücklich eingewilligt hat. An die Formulierung der Einwilligungserklärung stellt die Rechtsprechung hohe Anforderungen. Es genügt nicht, dass mit einem Stammkunden bereits seit Langem eine geschäftliche Beziehung besteht. Zum Beispiel liegt keine ausdrückliche Einwilligung vor, wenn ein Verbraucher, der ein Zeitschriftenabonnement gekündigt hat, angerufen wird, um sich nach den Gründen für die Kündigung zu erkundigen und ihm dabei dann angeboten wird, den bestehenden Vertrag fortzusetzen oder einen neuen Vertrag abzuschließen.

Auch Telefonanrufe gegenüber Gewerbetreibenden sind nur dann zulässig, wenn der Angerufene zuvor eingewilligt hat oder wenn der Anrufer von einer mutmaßlichen Einwilligung ausgehen darf. Dies kann bei einer ständigen Geschäftsbeziehung oder bei Anhaltspunkten für einen konkreten Bedarf des angerufenen Unternehmens der Fall sein. Im Streitfall liegt die Beweislast aber beim Anrufer.

Sowohl bei Werbeanrufen gegenüber Verbrauchern als auch gegenüber Unternehmen darf die Identität nicht verschleiert und die Rufnummer des Anrufers nicht unterdrückt werden.

Telefaxwerbung

Auch Telefaxwerbung ist ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers grundsätzlich unzulässig, weil dieser durch Kosten für Papier, Strom, Toner und Wartung belastet und sein Faxgerät blockiert wird.

Wichtig: Das grundsätzliche Verbot der Telefaxwerbung ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung gilt nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch gegenüber Unternehmen!

E-Mail-Werbung

Die Zusendung von Werbemails ist ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers unzulässig. Dies gilt nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch für Werbemails an Gewerbetreibende. Eine mutmaßliche Einwilligung reicht nicht aus. Im Streitfall muss der Werbende das Vorliegen einer Einwilligung beweisen, was in der Praxis oft zu Schwierigkeiten führt. Es genügt nicht, den Empfänger in der E-Mail darauf hinzuweisen, dass er weitere E-Mails dieser Art abbestellen kann. Erforderlich als Nachweis ist eine schriftliche Einwilligungserklärung oder das sogenannte Double-Opt-In-Verfahren. Dabei muss nach der Eingabe der E-Mail-Adresse bei der Anmeldung (z. B. für einen Newsletter) der Inhaber der E-Mail-Adresse durch Antwort auf eine Check-Mail des Werbenden seinen Wunsch nach Erhalt von Werbemails noch einmal bestätigen.

Nur ausnahmsweise sind Werbemails gegenüber Bestandskunden auch ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung zulässig, wenn die strengen Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG eingehalten werden. Dies setzt voraus, dass der Werbende die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf ähnlicher Waren oder Dienstleistungen von dem Kunden erhalten hat, der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und sowohl anfangs bei Erhebung seiner E-Mail-Adresse als auch bei jeder späteren Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann.

Social-Media-Marketing

Auch bei Facebook-Werbemaßnahmen muss das Verbot der elektronischen Werbung ohne vorherige Einwilligung des Adressaten beachtet werden. Dass es hier bislang nur zu wenigen Abmahnungen und Klagen gekommen ist, darf nicht zu dem Schluss verleiten, man dürfe anderen Nutzern ohne deren vorherige Einwilligung Werbebotschaften senden.

RECHTSFOLGEN BEI VERSTÖßEN

Verstöße gegen die Vorgaben des UWG bei Telefon-, Telefax- und E-Mail-Werbung führen nicht nur zu einem Unterlassungsanspruch der Werbedressaten, sondern können darüber hinaus zu teuren Abmahnungen oder gar Klagen durch Wettbewerber oder Verbände führen. Verstöße gegen das Verbot der unerlaubten Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern können von der Bundesnetzagentur mit einer Geldbuße von bis zu 50 000 Euro geahndet werden.



Werbung im Internet

Wie man Keyword-Advertising und Meta-Tags richtig nutzt

Dipl.-Inf. Sebastian Aisch | Patentanwalt, European Patent, Trademark + Design Attorney
Gramm, Lins & Partner Patent- und Rechtsanwaltssozietät GbR, Hannover

Nahezu jedes Unternehmen ist heutzutage mit einer Internetpräsenz online. Suchmaschinenanbieter wie Google®, Yahoo® oder Microsoft BING® bieten dem Internetnutzer die Möglichkeit, anhand von Suchbegriffen die Internetpräsenz der Unternehmen aufzufinden. Durch die Benutzung von Meta-Tags oder eines Keyword-Advertisings lässt sich das Suchergebnis stark beeinflussen. Werden hierbei fremde Marken verwendet, führt dies schnell zu rechtlichen Problemen.

Meta-Tags und Keyword-Advertising – was ist das eigentlich?

Meta-Tags sind Informationen innerhalb einer Internetseite, die bei der Darstellung der Internetseite dem Nutzer nicht angezeigt werden, durch eine Suchmaschine jedoch referenzierbar sind und somit neben dem sichtbaren Inhalt der Internetseite ebenfalls als Grundlage für das Suchergebnis dienen. Durch die richtige Wahl der Meta-Tag-Begriffe kann der Inhaber der Internetpräsenz das Suchergebnis zu seinen Gunsten beeinflussen.

Beim Keyword-Advertising hingegen werden bestimmte Schlüsselwörter mit einer Werbeanzeige verknüpft. Wird eines der Schlüsselwörter dann für eine Suchanfrage bei dem Suchmaschinenanbieter eingegeben, so erscheint von dem eigentlichen Suchergebnis räumlich getrennt die mit dem Schlüsselwort verknüpfte Werbeanzeige. Klickt der Internetnutzer auf die Werbeanzeige, so wird er meist auf die Internetpräsenz des werbenden Unternehmens weitergeleitet. Keyword-Advertising wird daher oft verwendet, um sich unabhängig vom Suchergebnis zu präsentieren.

Fremde Marken als Meta-Tags

Die Verwendung von fremden Marken als Meta-Tags auf den Internetseiten der eigenen Internetpräsenz wurde vom höchsten deutschen Zivilgericht grundsätzlich als Markenrechtsverletzung angesehen, wenn auf der eigenen Internetpräsenz durch die fremde Marke geschützte Waren oder Dienstleistungen präsentiert und angeboten werden und es hierbei zu Verwechslungen

mit dem Unternehmen des Markeninhabers kommen kann. Soll also mithilfe der fremden Marke als Meta-Tag auf das eigene Konkurrenzprodukt hingewiesen werden, um bspw. dessen Absatz zu erhöhen, liegt eine Markenrechtsverletzung vor. Es ist daher höchste Vorsicht geboten, fremde Marken – identisch oder ähnlich – als MetaTags für die eigene Internetpräsenz zu verwenden.

Etwas anderes gilt jedoch, wenn die fremde Marke für die auf der eigenen Internetpräsenz angebotenen Waren oder Dienstleistungen eine beschreibende Sachangabe darstellt. Auch für den Fall, dass die Werbung mit der fremden Marke grundsätzlich erlaubt ist (§ 23 MarkenG), bspw. dann, wenn der Händler mithilfe der fremden Marke auf Waren oder Dienstleistungen des Markeninhabers hinweist, die der Händler rechtmäßig bewirbt, ist die Verwendung der fremden Marke als Meta-Tag unkritisch.

Fremde Marken im Keyword-Advertising

Beim Keyword-Advertising – bspw. mittels Google AdWords – liegt die Sachlage anders. Die Verwendung einer fremden Marke als Schlüsselwort für das Keyword-Advertising ist hier grundsätzlich erlaubt, solange die aufgrund des Schlüsselwortes erscheinende Werbeanzeige eindeutig auf das eigene Unternehmen hinweist. Ist jedoch für den aufmerksamen Internetnutzer nicht oder nur schwer zu erkennen, ob die in der erscheinenden Anzeige beworbenen Waren oder Dienstleistungen aus dem Unternehmen des Markeninhabers oder vielmehr aus dem eigenen Unternehmen stammen, so ist grundsätzlich von einer Markenrechtsverletzung auszugehen.

In einer jüngsten Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes (Az. C-323/09) zum Thema Keyword-Advertising wurde darüber hinaus eine Beeinträchtigung der fremden Marke und somit eine Markenrechtsverletzung angenommen, wenn es dem Markeninhaber durch die Verwendung der fremden Marke beim Keyword-Advertising wesentlich erschwert wird, seine Marke einzusetzen, um Verbraucher anzuziehen und an sich zu binden. Denn dadurch würde der gute Ruf einer Marke ausgenutzt und verwässert, was nicht mit einem gesunden und lauterem Wettbewerb in Einklang zu bringen ist.



FAZIT

Während bei Meta-Tags die Verwendung fremder Marken zu Werbezwecken nur sehr eingeschränkt möglich ist, ist beim Keyword-Advertising grundsätzlich mehr Spielraum. Die erscheinende Werbeanzeige muss klar und deutlich auf das eigene Unternehmen hinweisen und darf den Markeninhaber nicht unzumutbar belasten. Es empfiehlt sich daher, von Zeit zu Zeit die eigenen Marken in Suchmaschinen einzugeben, um festzustellen, ob nicht Mitbewerber den guten Ruf der eigenen Marke ausnutzen.

Die elektronische Rechnung

Möglichkeiten und offene Fragen der vereinfachten Rechnungsstellung seit Juli 2011

Monika Lindner | Wirtschaftsprüferin, Steuerberaterin | Hannover

Dr. iur. Eckhard Groß | Rechtsanwalt, Steuerberater | Bielefeld

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Bisher wurden auf elektronischem Weg übermittelte Rechnungen umsatzsteuerlich nur anerkannt, wenn eine qualifizierte elektronische Signatur oder der elektronische Datenaustausch (EDI) verwendet wurden. Nach Umsetzung der geänderten EU-Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie können seit Mitte 2011 elektronische Rechnungen leichter auch für die Umsatzsteuer verwandt werden, da die Anforderungen insofern deutlich gesenkt wurden. Ein im Juli vom Bundesministerium der Finanzen (BMF) veröffentlichtes Anwendungsschreiben definiert Begrifflichkeiten, erläutert die anzuwendenden Verfahren und reduziert Haftungsrisiken des Rechnungsausstellers.



Nach § 14 Abs. 1 Umsatzsteuergesetz (UStG) ist eine Rechnung ein Dokument, mit dem über eine Lieferung oder sonstige Leistung abgerechnet wird, gleichgültig, wie dieses Dokument im Geschäftsverkehr bezeichnet wird. Eine elektronische Rechnung ist eine Rechnung, die in einem elektronischen Format ausgestellt und empfangen wird (§ 14 Abs. 1 S. 8 UStG). Das BMF macht deutlich, dass mit der Neuregelung Papier- und elektronische Rechnungen umsatzsteuerrechtlich gleich zu behandeln sind, diese Gleichstellung jedoch zu keinen weiteren Anforderungen an die Ordnungsmäßigkeit von Papierrechnungen führt.

Vor- und Nachteile der elektronischen Rechnung

Bei Ausgangsrechnungen ergeben sich Einsparungen bei Druck-, Porto- und Verpackungskosten. Durch eine automatisierte Weiterverarbeitung elektronischer Eingangsrechnungen kann beim Empfänger eine aufwendige und fehleranfällige manuelle Übertragung der Rechnungsdaten in das Buchführungssystem unterbleiben. Zudem können durch kürzere Bearbeitungszeiten eher Skontovorteile genutzt werden. Allerdings müssen Unternehmen dazu notwendige, ggf.

umfangreiche Anpassungen ihrer IT-Systeme und innerbetrieblichen Abläufe vornehmen.

Verfahren zur Übermittlung

Der Rechnungsaussteller entscheidet frei, wie er elektronische Rechnungen übermittelt. Wenn die Zustimmung des Rechnungsempfängers vorliegt, bestehen keine Einschränkungen in Bezug auf das Format. Neben den bisherigen Verfahren kann die Übermittlung also per E-Mail (ggf. mit Anhang), De-Mail, Computer-Fax bzw. Faxserver oder Web-Download erfolgen. Erfolgt der Empfang auf einem Standard-Telefax, liegt eine Papierrechnung vor. Die Zustimmung geschieht regelmäßig stillschweigend, indem der Rechnungsempfänger einer elektronischen Rechnung nicht widerspricht. Da dieser allerdings ein für ihn ungeeignetes Übermittlungsverfahren ablehnen darf, ist es sinnvoll, vorab entsprechende Vereinbarungen zu treffen. Auf diese Weise kann auch der Empfänger für ihn vorteilhafte „Empfangskanäle“ vorgeben, etwa eine zentrale E-Mail-Adresse, so dass der Eingang an der richtigen Stelle seines Rechnungswesens gewährleistet ist.

Ordnungsgemäße Übermittlung der Rechnung

Sowohl Papier- als auch elektronische Rechnungen müssen neben den bisherigen inhaltlich erforderlichen Angaben (insb. § 14 Abs. 4 UStG) zukünftig auch drei weitere Kriterien erfüllen:

Für die Echtheit der Herkunft einer Rechnung muss die Identität des Rechnungsausstellers sichergestellt sein. Für die Unversehrtheit des Inhalts dürfen die nach dem UStG erforderlichen Angaben während der Übermittlung der Rechnung nicht geändert worden sein. Für eine inhaltlich richtige Rechnung spricht etwa, dass die Rechnung weder ge- noch verfälscht wurde oder auf andere Weise verändert worden ist. Die Lesbarkeit einer Rechnung stellt auf das unmittelbare Lesen durch das menschliche Auge ab. Demgegenüber sind insbesondere EDI-, XML-Nachrichten oder andere strukturierte Nachrichtenformen im Ori-



Foto: panthermedia/Oleksii Akhrimenko

ginalformat nicht lesbar, sondern werden erst durch eine entsprechende und notwendige Konvertierung einsehbar. Die genannten Kriterien gelten auch bei Sonderformen der Rechnungsstellung wie bspw. Gutschriften und Anzahlungsrechnungen.

Innerbetriebliches Kontrollverfahren

Werden die beiden beispielhaft genannten Verfahren (qualifiziert elektronische Signatur oder EDI) nicht verwendet, sieht das Gesetz vor, die erläuterten drei Kriterien durch ein innerbetriebliches Kontrollverfahren zu gewährleisten, das einen verlässlichen Prüfpfad zwischen Rechnung und Leistung schaffen kann. Eine Rechnungseingangsprüfung muss sicherstellen, dass ausschließlich inhaltlich richtige Rechnungen über tatsächlich erbrachte Leistungen bezahlt werden. Das elektronisch übermittelte Rechnungsdokument soll deshalb stets im Kontext eines Geschäftsvorgangs (als Bestandteil einer Kette von Dokumenten wie bspw. Auftragschein, Vertrag, Beförderungsschein, Zahlungsaufforderung) gesehen, in Beziehung gesetzt und letztlich geprüft werden. Bestimmte technische Verfahren werden hierbei seitens des BMF ebenso wenig vorgegeben wie eine gesonderte Dokumentationspflicht des innerbetrieblichen Kontrollverfahrens nebst Prüfpfad.

Daraus wird deutlich, dass die Art und Form des innerbetrieblichen Kontrollverfahrens der Größe, Tätigkeit und Art des Steuerpflichtigen angemessen sein darf bzw. muss und sowohl EDV-unterstützte als auch manuelle Verfahren zum Einsatz kommen können. Dies dient aber lediglich dazu, die korrekte Übermittlung der Rechnung, nicht aber die materiellen Voraussetzungen des Vorsteuerabzugs zu überprüfen. In der Praxis dürften sich diese beiden Prüfungen überschneiden. Deshalb ist dem Rechnungsempfänger der Vorsteuerabzug auch zu gewähren, wenn dessen Voraussetzungen erfüllt sind, unabhängig davon, ob ein innerbetriebliches Kontrollverfahren im Vorfeld durchgeführt wurde oder nicht.

Aufbewahrung

Rechnungen sind derzeit nach Umsatzsteuerrecht zehn Jahre lang aufzubewahren. Nähere Bestimmungen zur Form der Aufbewahrung von Buchhaltungsunterlagen enthält die Abgabenordnung. Zu beachten sind zudem die allgemeinen Grundsätze für eine ordnungsgemäße DV-gestützte Buchführung sowie die Anforderungen für eine elektronische Betriebsprüfung. Während der zehn Jahre müssen die drei o. g. Kriterien sowohl bei Papier- als auch bei elektronischen Rechnungen erfüllt werden. Damit wird deutlich, dass elektronische Rechnungen nach Erhalt in ihrem ursprünglich übermittelten Format aufzubewah-

ren sind und eine Ablage in Papierform diesen Maßgaben nicht genügt. Eine Verletzung der Aufbewahrungsfristen stellt zwar eine Ordnungswidrigkeit dar, führt jedoch nicht zur Versagung des Vorsteuerabzugsrechts aus den übermittelten Rechnungen, wenn die Voraussetzungen für den Vorsteuerabzug anderweitig nachgewiesen werden.

Für elektronisch aufbewahrte Rechnungen, d. h. elektronisch übermittelte oder auch nachträglich digitalisierte Rechnungen, erlaubt das Umsatzsteuergesetz auch die Aufbewahrung im Gebiet der Europäischen Union. Voraussetzung ist, dass ein jederzeitiger und vollständiger Online-Zugriff und ein Herunterladen und Verwenden der Daten im Inland gewährleistet sind.

Außerdem muss der Aufbewahrungsort dem für die Umsatzbesteuerung zuständigen Finanzamt unaufgefordert und schriftlich mitgeteilt werden. Zu beachten ist, dass der Unternehmer nicht verlangen kann, dass der Online-Zugriff ausschließlich von seinen Räumen aus vorgenommen werden darf. Er muss vielmehr dem Finanzamt den Zugriff auch vom Amt aus einräumen (Grundsatz der Prüfung an Amtsstelle). Soweit ein Unternehmer darüber hinaus Rechnungen elektronisch in Drittstaaten aufbewahren möchte, gelten die Regelungen der Abgabenordnung, wonach u. a. ein vorheriger Antrag beim zuständigen Finanzamt notwendig ist.

Haftung bei unrichtigem bzw. unberechtigtem Steuerausweis

Werden für ein und dieselbe Leistung mehrere Rechnungen ausgestellt und übermittelt, ohne dass sie als Kopie oder Duplikat gekennzeichnet sind, liegt grundsätzlich ein unberechtigter Steuerausweis vor und der Rechnungsaussteller schuldet den unrichtig ausgewiesenen Steuerbetrag. Gerade bei elektronischen Rechnungen besteht ein erhöhtes Risiko einer Mehrfachversendung. Das BMF will dennoch in solchen Fällen § 14c UStG nicht anwenden, so dass für diese Mehrstücke keine Umsatzsteuer geschuldet wird. Allerdings ist bei Korrekturen darauf zu achten, dass ursprünglich versandte Rechnungen auch ordnungsgemäß storniert werden.

Foto: panthermedia/Marc Dietrich



FAZIT

Insgesamt sind wesentliche Fragen zu den elektronischen Rechnungen nunmehr weitgehend geklärt, so dass die Anwendung in der Praxis rechtssicher erfolgen kann.

Offen ist vor allem noch, ob ein Serverprotokoll zur Dokumentation der elektronischen Übermittlung ausreicht. Aufgrund von Risikoaspekten raten wir deshalb, die entsprechende E-Mail zusammen mit dem Rechnungsdokument elektronisch aufzubewahren, um gegenüber der Finanzverwaltung nachweisen zu können, zu welchem Zeitpunkt das Recht auf Vorsteuerabzug besteht.

Mittelbare Patentverletzung oder Mittäterschaft

Haftungsgefahren des Zulieferers bei Patentverletzung durch den Kunden

Dipl.-Ing. Joachim Gerstein | Patentanwalt, European Patent, Trademark + Design Attorney
Gramm, Lins & Partner Patent- und Rechtsanwaltssozietät GbR, Hannover



Eine unmittelbare Patentverletzung setzt die Verwirklichung sämtlicher Merkmale eines Patentanspruchs voraus. Hieran fehlt es oft bei der Zulieferung von Teilen an einen Kunden, der durch Zusammenbau dann ein patentverletzendes Erzeugnis herstellt. Der Zulieferer ist bei einer solchen häufig vorkommenden Situation nicht unerheblichen Haftungsrisiken ausgesetzt. Es gilt, die Risiken zu erkennen und geeignete Maßnahmen zur Risikominimierung zu treffen.

Bei einer Patentverletzung wird unterschieden zwischen einer unmittelbaren Patentverletzung durch Verwirklichung aller Merkmale eines Patentanspruchs und einer mittelbaren Patentverletzung durch Lieferung eines im Patentanspruch enthaltenen Mittels an einen unmittelbaren Patentverletzer.

Unmittelbare Patentverletzung

Der Umfang, in dem ein Patent Schutz bietet (Schutzbereich), ist durch die Patentansprüche des erteilten Patents festgelegt. Die Herstellung, das Anbieten, Inverkehrbringen und Gebrauchen eines derart patentgeschützten Gegenstandes ist nach § 9 Patentgesetz (PatG) verboten. Ein Verstoß auch in Unkenntnis des Patents begründet einen Anspruch des Patentinhabers auf Unterlassung und bei schuldhaftem Verhalten auch Schadensersatzansprüche. Hierzu reicht bereits Fahrlässigkeit – z. B. durch Unterlassen zumutbarer Maßnahmen zur Verhinderung von Patentverletzungen – aus.

Für eine Patentverletzung ist in erster Linie derjenige verantwortlich, der ein Erzeugnis herstellt, anbietet oder in Deutschland in den Verkehr bringt, das alle Merkmale eines Patentanspruchs aufweist. Es stellt sich nun die Frage, inwieweit darüber hinaus auch diejenigen als Mittäter belangt werden können, die zu der Verwirklichung der Patentverletzung beigetragen haben.

Voraussetzungen einer Mittäterschaft

Als Mittäter ist ein Zulieferer für eine eigentlich von seinem Kunden begangene Patentverletzung mitver-

antwortlich, wenn die Verletzungshandlung gemeinschaftlich begangen wurde. Voraussetzung ist ein bewusstes und gewolltes Zusammenwirken von Zulieferer und Kunde (§ 830 Abs. 1 S. 1 BGB). Dies kann z. B. eine Anstiftung des Kunden zur Patentverletzung oder eine vorsätzliche Förderung der Patentverletzung sein. Zulieferer und Kunde müssen sich somit zusammengetan haben, um sozusagen in gemeinsamer Verantwortung ein Produkt herzustellen. Auf die Kenntnis eines dem Vorhaben entgegenstehenden Patents kommt es hierbei nicht an. Entscheidend ist, dass der Zulieferer in Kenntnis des Endproduktes, in dem das Zulieferteil eingesetzt werden soll, das Zulieferteil an den Kunden liefert.

Es reicht für eine Tatbeteiligung aus, wenn der Mittäter ungenügende Vorsorge gegen eine mögliche Rechtsverletzung getroffen hat. Daher führt bereits das fahrlässige Ermöglichen einer Patentverletzung zur Tatbeteiligung, sofern eine Rechtspflicht verletzt wurde.

Sorgfaltspflichten

Es besteht die Pflicht für jeden Gewerbetreibenden, sich mit zumutbarem Aufwand Kenntnis darüber zu verschaffen, ob eine Ware patentverletzend ist oder nicht. Dies kann durch eine Patentrecherche mit „Freedom-to-operate“-Gutachten oder im Falle des Importeurs durch Rückversicherung der Patentfreiheit beim Hersteller erfolgen. Was ist aber nun zumutbar?

Im Falle eines am Import von patentgeschützten MP3-Geräten beteiligten Spediteurs hat der BGH eine Grenze der zumutbaren Prüfungspflicht gezogen (Az. Xa ZR 2/08 – „MP3-Player-Import“). Generell trifft einen Spediteur keine Prüfungspflicht im Hinblick auf Schutzrechtsverletzungen durch eine transportierte Ware. Erst wenn dem Spediteur konkrete Anhaltspunkte für eine Schutzrechtsverletzung vorliegen, kann eine Pflicht zur Einholung von Erkundigungen und ggf. zur eigenen Prüfung der Ware entstehen. Der Spediteur ist allerdings eine Ausnahme, da er keine Verfügungsgewalt über von ihm transportierte Erzeugnisse hat, um patentver-



letzende Handlungen (Herstellung, Vertrieb, Import, Gebrauch und Besitz) vornehmen zu können.

Ein Importeur von im Ausland hergestellten Erzeugnissen hat in Deutschland eine Herstellerfunktion, so dass für ihn dieselben hohen Anforderungen an eine Schutzrechtsprüfung gelten wie für Hersteller. Dies gilt insbesondere für den Import aus Ländern wie China, Taiwan oder Russland.

Einem Risiko der Mittäterschaft sind aber auch im Ausland tätige Firmen ausgesetzt, die in Kenntnis der Bestimmung des Produktes (z. B. Import nach Deutschland) an Kunden patentverletzende Produkte mit Gefahrenübergang im Ausland verkaufen.

Auch ein Projektpartner, der im Auftrag eines Kunden an einer unmittelbaren Patentverletzung mitwirkt, darf sich nicht einfach auf die Erfüllung der Prüfungspflicht durch seinen Kunden verlassen. Eine vertragliche Regelung zur Übertragung der Prüfungspflicht auf den Kunden reicht nicht aus. Entscheidend ist, dass der Projektpartner tatsächlich die Einhaltung einer solchen Vertragspflicht überprüft und ggf. vom Kunden geeignete und zumutbare Maßnahmen einfordert, um die Schutzrechtslage zu prüfen.

Haftungsrisiko des Mittäters

Wer als Mittäter an einer Patentverletzung mitwirkt, haftet für eine Patentverletzung durch den Kunden gesamtschuldnerisch (§ 840 Abs. 1 BGB). Das bedeutet, dass der Zulieferer neben seinem Kunden im vollen Umfang für die eigentlich vom Kunden begangene unmittelbare Patentverletzung einzustehen hat, sofern er nicht mit der gebotenen Sorgfalt die Schutzrechtslage geprüft hat. Der Schadensersatz bemisst sich wahlweise auf Basis einer angemessenen Lizenzgebühr oder nach dem Gewinn des Patentverletzers. Durch die gesamtschuldnerische Haftung kann der Patentinhaber vom Zulieferer nicht nur den Gewinn des Zulieferers, sondern auch den Gewinn seines Kunden, d. h. des unmittelbaren Patentverletzers, fordern.

Mittelbare Patentverletzung

Die Mitwirkung an einer Patentverletzung durch Anbieten oder Liefern von Mitteln, die sich auf ein wesentliches Element einer Erfindung beziehen, d. h. von Teilen, die zur Verwirklichung sämtlicher Merkmale eines Patentanspruchs durch den unmittelbaren Patentverletzer genutzt werden, ist durch den Tatbestand der mittelbaren Patentverletzung (§ 10 PatG) explizit geregelt. Eine solche Mitwirkung geht über die oben erläuterte Mittäterschaft und Störerhaftung für eine unmittelbare Patentverletzung hinaus.

Voraussetzungen einer mittelbaren Patentverletzung

Die entscheidende Frage ist, ob ein Beitrag zur Patentverletzung geleistet wurde. Hierzu müssen sich die angebotenen oder gelieferten Mittel auf ein wesentliches Element der Erfindung beziehen. Weiterhin müssen diese Mittel dazu geeignet und bestimmt sein, für die Benutzung der Erfindung verwendet zu werden.

Wesentliche Elemente einer Erfindung sind alle in einem Patent genannten Mittel, ohne die das patentgeschützte Erzeugnis nicht funktionsfähig ist. Dabei kommt es nicht darauf an, ob die Mittel ansonsten frei verwendbar sind oder nicht.

Ein Zulieferer leistet regelmäßig keinen Beitrag zur Patentverletzung, wenn allgemein im Handel erhältliche Erzeugnisse geliefert werden, die in vielerlei Weise eingesetzt werden können. Bei solchen Massenwaren – wie Nägel, Schrauben oder Standardbauteile der Elektronik – ist es dem Anbieter nicht zuzumuten, sich Kenntnis über die geplante Verwendung durch den Kunden zu verschaffen.

Sorgfaltspflichten

Der mittelbare Patentverletzer musste entweder wissen, dass das gelieferte Mittel für die Benutzung der Erfindung verwendet werden soll oder es musste eine hinreichend sichere Erwartung für die patentverletzende Bestimmung bestehen.

Tatsächlich wird der Zulieferer üblicherweise in die Produktentwicklung seines Kunden mit eingebunden, um ein an den Einsatzzweck angepasstes Produkt zu liefern. Der Zulieferer kennt dann die Bestimmung des von ihm gelieferten Teils. Damit wird der Zulieferer regelmäßig die für eine mittelbare Patentverletzung erforderliche Kenntnis von der Eignung und Bestimmung des gelieferten Teils für die vom Kunden geplante Nutzung haben.

Der Zulieferer kann sich nicht darauf berufen, dass er das Patent nicht kannte. Auf die tatsächliche Kenntnis der Existenz eines Patentes kommt es – wie auch bei der unmittelbaren Patentverletzung – nicht an.

Haftungsrisiko des mittelbaren Patentverletzers

Neben dem Schadensersatz, der z. B. auf Basis des Gewinns des Zulieferers berechnet werden kann, läuft der Zulieferer auch noch Gefahr, von seinem Kunden als eigentlicher unmittelbarer Patentverletzer in Anspruch genommen zu werden. Dieser kann sich in der Praxis oftmals darauf berufen, dass ihm der Zulieferer eine mangelbehaftete Sache geliefert habe, die aufgrund des Patentes nicht für die vorgesehene Bestimmung nutzbar ist (Rechtsmangel).

FAZIT

Als Zulieferer sollte man sich auf keinen Fall auf den Hersteller eines Endproduktes verlassen, sondern selbst oder zusammen mit dem Kunden sorgfältig die Schutzrechtslage prüfen. Nur durch eine „Freedom-to-Operate“-Analyse zur Schutzrechtslage lassen sich die hohen Anforderungen an Unternehmen zur Prüfung der Schutzrechtsfreiheit der gelieferten Produkte erfüllen. Standardklauseln in Lieferverträgen zu Rechtsmangelhaftung und ggf. Freistellung des Kunden bei Schutzrechtsverletzungen erhöhen das Haftungsrisiko.

Lieber **sicher** als reich

Warum private Sicherheitsberatung?

Dipl.-Verww. (FH) Helmut Marhauer | Geschäftsführer, Polizeidirektor a. D.
marhauer Sicherheitsberatung UG (haftungsbeschränkt), Hildesheim



Das Thema „Sicherheit“ bereitet sowohl Bürgern als auch Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Verwaltung zunehmend Probleme, nachzulesen u. a. in einer Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach (FAZ v. 18.09.2011), der zufolge fast 60% der Deutschen ihr Leben lieber sicherer planen, als in größerem Wohlstand leben zu wollen.

Welche Risiken werden befürchtet?

Sicher leben hat viele Facetten. Im Kern geht es darum, vor ungerechtfertigten Eingriffen in die persönliche Integrität, das Eigentum, das private und berufliche/unternehmerische Handeln gefeit zu sein.

Bedrohungspotenziale werden nicht nur darin gesehen, Opfer von Straftaten wie Raub, Einbruchsdiebstahl, Betrug und Unterschlagung werden zu können. Große Sorge besteht vor Gefahren aus dem Netz: Datendiebstahl oder -missbrauch, Computerviren usw.

Unternehmen unterschätzen oft, Opfer von Kriminalität werden zu können. So zeigt die Studie „Wirtschaftskriminalität in Deutschland 2012/2013“ der KPMG, dass jeder vierte Mittelstandsbetrieb in den vergangenen zwei Jahren Opfer von Wirtschaftskriminalität wurde, Großkonzerne noch häufiger. Insgesamt werden laut KPMG jährlich mehr als 600 000 Vergehen in deutschen Firmen aufgedeckt. Knapp die Hälfte der Täter sind Firmenmitarbeiter.

Sicherheitsgewährleistung als Staatsaufgabe

Für die Sicherheit und die Strafverfolgung sind in unserer Gesellschaft Polizei und Justiz zuständig. Sie schreiten aber erst ein, wenn eine konkrete Gefahr erkennbar ist bzw. zumindest der Verdacht einer Straftat besteht. Darüber hinaus ist die Polizei präventiv tätig und berät in der Kriminalitätsvorbeugung. Weitere staatliche Stellen sowie private Organisationen und Initiativen entwickeln ebenfalls Präventionsprogramme, vornehmlich zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Gewalt und Sucht.

Mittlerweile werden staatlicherseits aber auch Kooperationsvereinbarungen zwischen Polizei, Sicherheitsverbänden und Sicherheitsdienstleistern auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene abgeschlossen, nachdem die Konferenz der Innenminister/-senatoren die Zusam-



menarbeit mit privaten Sicherheitsdienstleistern 2008/2009 in die Fortschreibung ihres Sicherheitsprogramms eingebracht hat. Private Sicherheitsberatung ist somit notwendige Ergänzung der staatlichen Sicherheitsvorsorge.

Eigeninitiative ist notwendig

Sicherheitsgewährleistung durch den Staat allein ist nicht möglich. Für den vorbeugenden Schutz von Personen, Wertsachen, Gebäuden, Unternehmen sind die Verantwortlichen aufgefordert, eigene Vorsorge zu leisten – im privaten Bereich, zunehmend aber auch in Wirtschaftsunternehmen. Einige Unternehmen unterhalten bereits eine eigene Betriebssicherheit oder verpflichten Sicherheitsdienstleister, die sowohl beratende als auch operative Aufgaben durchführen.

Vielfach wird das aber noch nicht oder nicht im notwendigen Umfang getan. Eine große Zahl von Unternehmen schützt sich der vorgenannten Studie zufolge nur unzureichend. So gibt es oft kaum Sicherheitstechnik, wenig Mitarbeiterschulung, keine Frühwarnsysteme. Reagiert wird erst, wenn der Schadensfall bereits eingetreten ist.

Die Gründe reichen von Kostenvermeidung über nicht ausreichend vorhandenes Bewusstsein für Gefährdungen bis hin zu fehlenden Kenntnissen über die Mittel und Möglichkeiten der eigenen Sicherheitsvorsorge. Das kann existenzgefährdend für den Betrieb sein, deshalb muss rechtzeitig gehandelt werden.

Unterstützung durch Sicherheitsberatung

Optimaler Schutz erfordert fachkundige Beratung und Planung. Professionelle Sicherheitsberater kennen die Gefährdungspotenziale. Sie erstellen individuelle Sicherheitsanalysen sowie darauf angepasste Maßnahmenkonzepte, die zum jeweiligen Betrieb passen. Auf diese Weise ist man vor eigenen Fehleinschätzungen, vor qualitativ nicht ausreichenden sowie auch vor überzogenen Investitionen in die Sicherheit geschützt. Bei der Auswahl eines Sicherheitsberaters kann es von Vorteil sein, den in der Nähe befindlichen Kleinunternehmer heranzuziehen. Er garantiert in aller Regel Direktkontakt, Individualisierung, Schnelligkeit und Flexibilität. Oftmals kennt man sich, das fördert zusätzlich Vertrauenswürdigkeit.

HINWEIS

Hinweise auf Unternehmen der Sicherheitsberatung findet man in den örtlichen Branchenverzeichnissen sowie (mit orts- bzw. gebietsbezogener Recherche) im Internet.



Wirtschaftsspionage und Cyberattacken

Unternehmen sind mit einer
Sicherheitsstrategie gefordert

Leider ist dieser Fall keine Seltenheit mehr: Mehrere Hundert Firmenangehörige eines norddeutschen Hochtechnologieunternehmens werden mit personalisierten E-Mails mit Schadsoftwareanhang angeschrieben. Das Öffnen des E-Mail-Anhangs aktiviert eine Schadsoftware, die letztendlich den Diebstahl einer großen Menge von Unternehmensdaten ermöglicht. Wertvolles Firmen-Know-how gelangt damit in falsche Hände.

Deutschland ist als technologie- und exportorientierte Nation abhängig von Know-how und Innovation als wertvollste Ressourcen in der Volkswirtschaft. Dieses Wissen und diese Informationen stehen jedoch im Visier fremder Nachrichtendienste und konkurrierender Unternehmen, die ganz gezielt und professionell Ausspähung betreiben.

Von Wirtschafts- und Industriespionage betroffen sind innovative und technologieorientierte Branchen, besonders Bereiche der Informations- und Kommunikationstechnik, der Luft- und Raumfahrt, der Automobilindustrie, der Werkstoff- und Produktionstechnik, der Biotechnik und Medizin, der Nanotechnologie sowie Energie- und Umwelttechnik. Von Interesse sind Produktinnovationen und Marktstrategien. Jede Detailinformation ist für die Angreifer von Bedeutung.

Eine der größten Bedrohungen stellen „elektronische Angriffe“ auf Computersysteme und mobile Kommunikation deutscher Wirtschaftsunternehmen, Forschungseinrichtungen und Behörden dar.

Die EDV-Netzwerke sind häufig vor unbefugten Zugriffen nur unzureichend geschützt. Unverschlüsselte Verbindungen über Telefon, Telefax, Mobiltelefon oder E-Mail sind problemlos abhörbar. Die „Schwachstelle Mensch“ ist nicht selten Ursache für einen ungewollten Informationsabfluss. In kleinen und mittelständischen Unternehmen hat die IT-Sicherheit nur einen nachrangigen Stellenwert.

Für Sicherheitsbehörden werden Ermittlungen in Schadensfällen dadurch erschwert, dass elektronische Zugriff

fe durch externe Angreifer in der Regel kaum oder gar keine Spuren hinterlassen. In den letzten Jahren werden gezielte Maßnahmen mithilfe von und gegen IT-Infrastrukturen unter dem Schutz der Anonymität im Internet festgestellt. Seit 2005 erfolgen Angriffe auf breiter Basis gegen Bundesbehörden, Wirtschaftsunternehmen und Forschungseinrichtungen. Die abgeflossenen Informationen sind besonders für staatliche Stellen interessant. Daher kann in diesen Fällen eine Spionageabsicht vermutet werden. Fehlerbehaftete IT-Produkte, der Ausfall von Informationsinfrastrukturen oder schwerwiegende Angriffe im Cyberraum können zu erheblichen Beeinträchtigungen der technischen, wirtschaftlichen und administrativen Leistungsfähigkeit Deutschlands führen.

Sowohl beim Bund als auch in Niedersachsen ist staatlicherseits dieser Situation Rechnung getragen worden, indem Maßnahmen zur Verbesserung der Cybersicherheit ergriffen worden sind.

Wichtig ist jedoch, dass auch die Unternehmen mit einer Sicherheitsstrategie in Form eines Risiko- und Sicherheitsmanagements reagieren. Es muss sich ein Sicherheitsbewusstsein bis hin zu einer Sicherheitsphilosophie entwickeln und von der Geschäftsführung getragen und vorgelebt werden. Dabei sollte nicht darauf gewartet werden, „bis das Kind in den Brunnen gefallen ist“, sondern der Informationsschutz muss als unabdingbarer Bestandteil des unternehmerischen Handelns manifestiert sein. Bei aller notwendigen individuellen Betrachtung eines Unternehmens mit seinen spezifischen Problemstellungen ist ein ganzheitliches Sicherheitskonzept, das alle Mitarbeiter- und Geschäftsbereiche erfasst sowie technische Maßnahmen berücksichtigt, eine wichtige Basis für den Geschäftserfolg.

Sicherheitsmaßnahmen sollten einem ständigen Prozess unterliegen und vom Netzwerkgedanken getragen sein. Deshalb ist es notwendig, rechtzeitig und vertrauensvoll mit Spezialisten zusammenzuarbeiten, zu denen u. a. auch Sicherheitsbehörden gehören, die mittlerweile über ein breites Beratungsangebot verfügen.



Uwe Claßen
Leiter Wirtschaftsschutz
Niedersächsische
Verfassungsschutzbehörde

Der Notfall-Koffer

Luxus oder Pflicht des Unternehmers?

Thomas Heidemann | Rechtsanwalt, Fachanwalt für Arbeitsrecht

Dr. iur. Nicolas W. Garstka | Rechtsanwalt

Gehrke econ Rechtsanwalts-gesellschaft mbH, Hannover



Welche grundlegenden Maßnahmen sollte ein Unternehmer ergreifen, um im Falle seiner akuten Handlungsunfähigkeit die Leitung der Geschäfte und den Fortbestand seines Unternehmens zu sichern? Unternehmensführung ist Verantwortung. Für sich und für andere. Damit ein Unglück nicht für das Unternehmen und die Familie zur Katastrophe wird, sollte der Unternehmer seinen „Notfall-Koffer“ gepackt haben.



Denn es kann jeden jederzeit und völlig unverhofft treffen. Eine Vielzahl von Unternehmen wäre bei einem plötzlichen Ausfall des Inhabers/Gesellschafter-Geschäftsführers führungslos.

Wer wird Ihre Interessen wahrnehmen?

Plötzlich ist sie da, die Situation, in welcher der Unternehmer als Inhaber und/oder Geschäftsführer für mehrere Wochen, Monate oder gar dauerhaft ausfällt, z. B. aufgrund eines Unfalls oder einer schweren Krankheit. In vielen Fällen wissen der Unternehmer und sein Umfeld gar nicht, was dann passieren soll. Wer wird die Geschäfte weiterführen? Wer kennt die laufenden Projekte, die Auftragslage, die Produktionsabläufe, Rezepturen etc.? Gibt es überhaupt Bevollmächtigte?

Denn auf die wichtige Frage, wer im Falle der eigenen Handlungsunfähigkeit die Geschäfte und Geschicke des Unternehmens zumindest vorübergehend wahrnehmen und leiten soll, wird häufig geantwortet: „Das werden meine Angehörigen schon machen.“ Das ist aber ein weit verbreiteter Irrglaube. Selbst nahe Angehörige – etwa eigene Kinder oder der Ehepartner – können für einen Unternehmer im Rahmen dessen Handlungsunfähigkeit nicht wirksam handeln – und fremde Dritte schon gar nicht.

Ausnahme: Diese Personen sind z. B. durch General- bzw. Vorsorgevollmacht hierzu ausdrücklich ermächtigt. In Ermangelung solcher durch Vollmacht begründeten Handlungsunfähigkeit wird durch das zuständige Amtsgericht (Betreuungsgericht) für alle

notwendigen Maßnahmen – wie etwa Vermögensangelegenheiten, höchstpersönliche Angelegenheiten, Gesundheitsangelegenheiten etc. – ein Betreuer bestellt.

Ein gerichtlich bestellter Betreuer ist häufig eine „wildfremde“ Person, die im Zweifelsfall den Unternehmer selbst bzw. das Unternehmen erst nach der Bestellung „kennen“ lernt – zuvor gab es nie Kontakt. Dieser „unbekannte“ Betreuer nimmt dann aufgrund seiner Bestellung die ihm obliegenden Aufgaben und nach bestem Wissen und Gewissen die Interessen des Betreuten wahr.

VOLLMACHTEN GEHÖREN IN JEDEN NOTFALL-KOFFER DES UNTERNEHMERS

Um zu vermeiden, dass ein fremder Dritter über die Angelegenheiten des Betroffenen entscheidet – und um die Handlungsfähigkeit des eigenen Unternehmens zu sichern – sollte der Unternehmer zum einen rechtzeitig in seinem Unternehmen eine zweite Leitungsebene einziehen, welche in seiner Abwesenheit in der Lage ist, die ureigensten Geschäfte des Unternehmens weiterzuführen. Hierzu gehört etwa die Bestellung eines Prokuristen, welcher alle ihm kraft Gesetzes bzw. im Rahmen der Prokuraerteilung im Innenverhältnis übertragenen Aufgaben wahrnehmen kann. Möglich wären auch weitere Vollmachten, die einzelnen Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeitern im Unternehmen erteilt werden können, etwa für die Bereiche Produktion, Einkauf, Verkauf und interne Verwaltung.

Zumindest aus dem Bereich der internen Verwaltung sollte auch einer Mitarbeiterin/einem Mitarbeiter umfassende Bankvollmacht erteilt werden, damit sämtliche finanziellen Transaktionen weiter vorgenommen werden können. Kaum auszudenken, dass z. B. die Produktion eines Unternehmens zum Erliegen käme, weil der Einkauf zwar Waren bestellt hat, diese aber mangels Bezahlung von den Lieferanten nicht mehr geliefert werden würden.

Wichtig ist zudem, dass zumindest einer Person Handlungsbefugnis im arbeitsrechtlichen Bereich übertragen wird, damit im Fall des Falles auch rechtswirksame Kündigungen oder Einstellungen ausgesprochen werden können.

Zusätzlich zu den vorgenannten Maßnahmen sollte der Unternehmer im Rahmen einer sogenannten Vorsorge- bzw. Generalvollmacht zudem dafür Sorge tragen, dass er auch in allen Fragestellungen, welche über den gewöhnlichen Gang seines Unternehmens hinausgehen, wirksam vertreten werden kann. Dies kann z. B. die Wahrnehmung der Rechte des Unternehmers als Gesellschafter in der Gesellschafterversammlung – etwa Stimmrechte – betreffen oder auch außergewöhnliche Belange, wie etwa die Einstellung betriebener Geschäftszweige und Aufnahme neuer Geschäftszweige, gesellschaftsrechtliche Umstrukturierungen etc.

Kontrollorgan Beirat

Um den Bevollmächtigten Unterstützung bei der Wahrnehmung der vielfältigen Aufgaben zukommen zu lassen oder aber deren Handeln zu überwachen, ist auch die Einsetzung eines Beirates denkbar. Hierbei sind die möglichen Aufgaben des Beirates vielfältig. Der Beirat kann den Bevollmächtigten z. B. als beratender Beirat mit Rat und Tat zur Seite stehen, möglich wäre aber auch, dass z. B. die schriftliche Zustimmung des Beirates zum wirksamen Handeln der Bevollmächtigten notwendig ist.

Die Besetzung des Beirates könnte wie folgt ausgestaltet sein: Als ein Beiratsmitglied käme z. B. der langjährige Steuerberater des Unternehmers in Betracht, ein weiteres Beiratsmitglied könnte der Leitungsebene der Hausbank des Unternehmers angehören und ein drittes Beiratsmitglied könnte aus der Familie oder dem Kreis der befreundeten Unternehmer des Betroffenen stammen.

Vollmacht für privates Vermögen und persönliche Angelegenheiten

Neben den betrieblichen und unternehmerischen Belangen im Rahmen der Generalvollmacht sollte zudem auch der private Bereich – etwa private Vermögensangelegenheiten wie Wertpapierdepots, privates Im-

mobilienvermögen etc. – mit einer Vollmacht für den höchstpersönlichen Bereich geregelt werden. Letzterer umfasst z. B. Maßnahmen der Pflege, der Unterbringung in einer geeigneten Pflegeeinrichtung und Maßnahmen der Gesundheitsvorsorge, etwa auch Zustimmung zu lebensbedrohlichen Operationen etc.

Auch eine Betreuungsverfügung schützt

Denkbar wäre auch eine sogenannte Betreuungsverfügung, mit welcher der Verfügende dem Betreuungsgericht vorgibt, wer im Fall des Falles als Betreuer bestellt werden soll, um einen „wildfremden“ Betreuer zu vermeiden.

Handschriftlich oder notariell beurkundet?

Auch wenn das Gesetz nicht zwingend die notarielle Beurkundung derartiger Vorsorgevollmachten vorsieht, ist die notarielle Beurkundung jedoch dringend anzuraten. Nicht nur, um dem Einzelfall geschuldete Formvorschriften zu genügen, die notarielle Beurkundung der Urkunde bestätigt auch, dass sich der Vollmachtgeber mit dem Inhalt der Vollmachterteilung vollumfänglich auseinandergesetzt hat und die Vollmacht – so wie sie beurkundet wurde – auch tatsächlich erteilen wollte und bestätigt ganz nebenbei die Echtheit.



WAS GEHÖRT IN DEN NOTFALL-KOFFER?

- Vollmachten
- Liste von Geschäfts- und Ansprechpartnern bei Banken, Versicherungen etc.
- Passwörter, Codes und PINs für Computer, Firmtresor etc.
- Gesellschaftsvertrag, Bilanzen
- Grundbuchauszug
- Ehevertrag, Testament etc.
- Versicherungspolicen
- Private Vermögensaufstellung
- Kreditverträge
- Dokumentation Unternehmensziele, Geschäftsentwicklung, Anweisungen für wichtige Projekte (laufend zu aktualisieren!), von Betriebsabläufen, Rezepturen etc.

heit der Unterschrift des Vollmachtgebers. Denn was nutzt die beste Vollmacht, wenn ein durch Vorsorgevollmacht Bevollmächtigter im Interesse des Vollmachtgebers handeln will, die „Gegenseite“ jedoch die Echtheit der Unterschrift anzweifelt und somit nicht mit dem Bevollmächtigten in Verhandlungen tritt.

Welche Unterlagen sollte ein Notfall-Koffer noch enthalten?

In einen gut gefüllten Notfall-Koffer gehören aber auch noch eine Vielzahl weiterer wichtiger Urkunden und Unterlagen (siehe nebenstehender Kasten), etwa ein maßgeschneidertes Testament, um die Unternehmensnachfolge zu regeln, etwa ein Ehevertrag zum Schutz vor Zugewinnausgleichsansprüchen, welche den Fortbestand des Unternehmens und damit die wirtschaftliche Absicherung der ganzen Familie gefährden können – kurzum alles, was im Fall des Falles dazu dient, eine reibungslose Interessenwahrnehmung im Sinne des Unternehmers und der Unternehmerfamilie für den Fortbestand des Unternehmens sicherzustellen.

Zukunftsorientierte Unternehmensführung am Beispiel eines Notfall-Koffers

Grundsätzlich beginnt alles in dem Bewusstsein des Unternehmers, Prozesse zu planen und sich aktiv mit verschiedenen wesentlichen Szenarien auseinanderzusetzen. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, sich permanent mit den Unternehmenszielen und Wegen zu deren Erreichung (inkl. Dokumentation), Planungen über die Geschäftsentwicklung der kommenden 3–5 Jahre sowie dem Umfang wesentlicher Projekte zu beschäftigen und diese ausführlich zu dokumentieren. Wir empfehlen, sich mindestens einmal jährlich für diese Themen Zeit zu nehmen, in der Führungsrunde zu diskutieren und entsprechende Maßnahmen zu definieren. Die Ergebnisse können in einer konkreten Planung mit Zahlen hinterlegt und entsprechende Aktivitäten erfasst bzw. dokumentiert werden. Im Prozess der Unternehmensnachfolge werden häufig Nachlässigkeiten bzw. Engpassfaktoren vonseiten der Unternehmer offensichtlich und die Bereitschaft ist hoch, die Prozesse strukturiert anzugehen. In der Praxis hat sich eine mit dem Unternehmer definierte „Meilensteinplanung“ bewährt, in der alle relevanten Prozesse über einen Zeitraum von 5 Jahren erfasst und kontinuierlich angepasst bzw. nachgehalten werden. Das damit verbundene Controlling macht die Prozesse anfassbar und gibt den Beteiligten mehr Transparenz und Sicherheit bei der zukünftigen Unternehmensführung. Der Notfall-Koffer beinhaltet alle relevanten Werkzeuge, um sicher in die Zukunft eintreten zu können.

Wettbewerbsrecht im Vertrieb

Kennzeichnungsvorgaben für Firma und Produktherkunft als Beispiele vermeidbarer Wettbewerbsverstöße

Im Warenvertrieb sind Unternehmer insbesondere dann, wenn sich ihre Angebote direkt an Verbraucher richten, regelmäßig mit einer Vielzahl von gesetzlichen Vorgaben konfrontiert. Über den Hebel des Wettbewerbsrechts können Wettbewerber wie auch Verbraucherverbände Verstöße gegen diese im Einzelnen kaum noch zu überblickenden Regelungen zum Gegenstand kostenpflichtiger Abmahnungen machen. Hierbei muss es nicht zwingend immer nur um komplizierte Detailregelungen etwa aus dem Verbraucherrückrufrecht gehen, sondern in der Praxis tauchen – wie zwei aktuelle Urteile des Oberlandesgerichts Hamm zeigen – stets auch Fälle auf, bei denen ein Wettbewerbsverstoß mit dem entsprechenden Problembewusstsein vermeidbar sein sollte.

So war Gegenstand des Urteils des OLG Hamm vom 30.10.2012 (Az. 4 U 61/12) die unrichtige Angabe des Handelsnamens und der Anschrift des werbenden Unternehmens im Rahmen einer Prospektwerbung. Das Handelsunternehmen, ein Betreiber von Baumärkten, hatte in dem Prospekt zwar die Namen und Anschriften derjenigen Baumärkte angegeben, die sich an die im Prospekt dargestellten Angebote halten wollen, nicht aber seine eigene Identität und Anschrift abgedruckt. Dies begründete nach Ansicht der Richter einen Verstoß gegen § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, wonach die Informationspflichten hinsichtlich Identität und Anschrift des Unternehmens auch und gerade für das werbende Unternehmen selbst gelten. Es komme insbesondere nicht darauf an, dass dieser Unternehmensträger selbst gar keine Waren verkauft bzw. Publikumsverkehr hat, solange die Prospektangaben jedenfalls ausreichen, damit sich der Verbraucher auf deren Grundlage zum Kauf der konkreten Waren entschließt. Irrelevant ist es hierbei, ob es sich bei den einzelnen Baumärkten um bloße Niederlassungen des werbenden Unternehmens oder um selbstständige Unternehmen handelt.

In jedem Fall also müssen werbende Unternehmen stets ihre Firma angeben, unter der (auch unabhängig von Publikumsverkehr) gehandelt wird. Dies umfasst insbesondere auch die konkrete Rechtsform, wie also im vom OLG Hamm entschiedenen Fall den im Regis-

ter eingetragenen Zusatz GmbH & Co. KG. Schließlich ist bei der Angabe der Anschrift darauf zu achten, dass diese nicht lediglich den Sitz von Verkaufsstellen ausweist, sondern den Hauptsitz des werbenden Unternehmens, zumindest aber den Sitz der Verwaltung. Der Verbraucher hat gewissermaßen ein Recht darauf, eine ladungsfähige Firmenbezeichnung und Anschrift vom Absender der Angebote zu erhalten. Dafür reicht es im Übrigen nicht aus, dass diese Informationen über eine im Prospekt angegebene Website für den Verbraucher jederzeit abrufbar sind.

Ein weiteres aktuelles Urteil aus dem Bereich der irreführenden Kennzeichnung betrifft die immer wieder streitgegenständliche produktbezogene Werbeaussage „Made in Germany“. Herstellern mit internationalen Zulieferketten droht hier schnell die Gefahr einer irreführenden Herkunftsangabe im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Für die Zulässigkeit einer entsprechenden Produktangabe ist daher stets darauf zu achten, dass der maßgebliche Herstellungsvorgang des Produkts in Deutschland erfolgt. In concreto müssen also die wertbestimmenden Eigenschaften bzw. Bestandteile der jeweiligen Ware, mithin ein entscheidender Wertschöpfungsanteil durch den Zusammenbau bzw. die Endmontage in Deutschland stattfinden. Die Rechtsprechung legt hierbei weniger einen quantitativen als vielmehr einen qualitativen Maßstab an.

Im zuletzt vom OLG Hamm mit Urteil vom 20.11.2012 (Az. 4 U 95/12) entschiedenen Fall ging es etwa um Kondome, die den Herkunftshinweis „Made in Germany“ aufwiesen. Der letztlich zur Unterlassung verurteilte Unternehmer hatte die aus Latex bestehenden Kondom-Rohlinge aus dem Ausland importiert, während im deutschen Werk lediglich noch die Endbearbeitung, Qualitätskontrolle und anschließend die Versiegelung und Verpackung der Kondome stattfand. Wie das OLG Hamm zutreffend entschied, hatten diese Arbeitsschritte mit dem eigentlichen Endprodukt Kondom im Sinne der Wertbildung offenkundig nichts mehr zu tun, so dass die Herkunftsangabe „Made in Germany“ als irreführend eingestuft wurde. Lediglich untergeordnete Herstellungsbeiträge in Deutschland sind somit unzureichend.



**Dr. iur. Stefan Wille, MLE
Rechtsanwalt
BRANDI Rechtsanwälte
Hannover**

FAZIT

Die beiden vorgenannten Beispiele sollten gezeigt haben, dass sich die Relevanz bestimmter Angaben vor dem Hintergrund der wettbewerbsrechtlichen Irreführungstatbestände oftmals durchaus intuitiv erschließen lässt. Diese somit auch bei einem juristischen Laien unschwer vorhandene Sensibilität gilt es zu nutzen, um mittels der im Einzelfall regelmäßig unumgänglichen rechtlichen Beratung Wettbewerbsverstöße und die hieraus resultierenden kostspieligen Abmahnungen möglichst von vornherein zu verhindern.

Erfolgreiche Unternehmensnachfolge durch Unternehmensverkauf

Daniel Manegold | Geschäftsführer | Institut für Mittelstandsberatung GmbH

Dirk Köhler | Geschäftsführer | BeteiligungsKapital Hannover GmbH & Co. KG



1. Einleitung

Warum ist die Unternehmensnachfolge gerade für mittelständische Unternehmen von besonderer Bedeutung? Die Ursache hierfür ist in den qualitativen Eigenschaften zu finden. Dadurch, dass Eigentum und Führung regelmäßig in einer Person vereint sind, treten bei einer anstehenden Unternehmensübergabe auf mehreren Ebenen Regelungsbereiche in Erscheinung. So zeichnen sich mittelständische Unternehmen durch eine starke Fokussierung auf den Seniorunternehmer aus. Diese Personenbezogenheit verleiht der Nachfolge eine besondere Bedeutung, da von der Art und Weise der Nachfolgeregelung nicht nur die Absicherung der Unternehmerfamilie, sondern auch der langfristige Fortbestand des gesamten Unternehmens abhängig ist. Dies unterscheidet klassische familiengeführte Mittelstandsunternehmen von großen Publikumsgesellschaften, die eine differenzierte Eigentümer- und Organisationsstruktur aufweisen. Dadurch vollziehen sich Nachfolgeregelungen eher auf der Ebene des Managements und es ist kein direkter Einfluss auf die wirtschaftliche Situation des Unternehmens zu beobachten.

Der Generationswechsel in einem familiengeführten Mittelstandsunternehmen gehört also zu den wichtigsten Aufgaben im Leben eines Unternehmers. Eine Aufgabe, die viele Unternehmer nur einmal in ihrem Leben realisieren. Aus dieser Tatsache resultieren unterschiedliche Aspekte, die es in einem Nachfolgeprozess zu beachten gilt und die die Erfolgswahrscheinlichkeit der Umsetzung deutlich erhöhen.

2. Volks- und regionalwirtschaftliche Bedeutung geregelter Nachfolgen

Das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn schätzt seit Beginn der 1990er-Jahre in regelmäßigen Abständen die Anzahl der anstehenden Unternehmensübertragungen in Deutschland. Nach jüngsten Schätzungen steht im Zeitraum von 2010 bis 2014 in knapp 110 000 Unternehmen die Übergabe an. Dies entspricht rund 22 000 Übergaben pro Jahr.

Von den Übertragungen werden im 5-Jahres-Zeitraum rund 1,4 Mio. Beschäftigte oder 287 000 Beschäftigte pro Jahr betroffen sein. Diese Zahlen lassen erahnen, welche Auswirkungen eine schlecht geregelte Nachfolge nicht nur auf den einzelnen Betrieb, sondern auch auf die gesamte Volkswirtschaft haben kann. Das Erreichen des Ruhestandsalters stellt mit einem Anteil von 86 % den häufigsten Übergabegrund dar, gefolgt durch Übergaben aufgrund von Tod (10 %) und Krankheit des Eigentümers (4 %).

Die meisten Unternehmensübertragungen sind im Prognosezeitraum in Nordrhein-Westfalen zu erwarten, dem Bundesland mit dem größten Unternehmensbestand. Niedersachsen belegt mit rund 9 800 Übertragungen nach Bayern und Baden-Württemberg den vierten Platz. Heruntergebrochen auf die vier statistischen Regionen Niedersachsens ergibt sich eine Verteilung von 3 300 Unternehmensübergaben in der Region Weser-Ems, 2 700 in Hannover, 2 200 in Lüneburg und 1 600 in Braunschweig.

Gut die Hälfte (54 %) der Eigentümer übergeben das Unternehmen an die eigenen Kinder bzw. an andere Familienmitglieder (familieninterne Lösung). Weitere 29 % der Übertragungen erfolgen an externe Führungskräfte, andere Unternehmen oder andere Interessenten von außerhalb (unternehmensexterne Lösungen). Etwa 17 % der Familienunternehmen übertragen das Unternehmen an Mitarbeiter (unternehmensintern). Schätzungen besagen, dass die Anzahl der Unternehmen, die mittels unternehmensexterner bzw. -interner Lösungen einen neuen Eigentümer finden müssen, in Zukunft stark zunehmen werden. Ursächlich hierfür ist vielfach der Mangel an geeigneten familieninternen Nachfolgern. Neben dem Fehlen leiblicher Nachkommen ist häufig ein Desinteresse bzw. die fehlende Qualifikation der potenziellen familieninternen Nachfolger zu konstatieren.

3. Unternehmensverkauf als Nachfolgelösung

Der Unternehmensverkauf nimmt unter Berücksichtigung der dargestellten Tendenzen zu Lösungen außerhalb

der Familie eine zunehmend wichtigere Position im Rahmen der Nachfolgeplanung ein. Diese Entwicklung ist positiv zu bewerten, da ein Unternehmensverkauf keineswegs der Beweis eines gescheiterten Managements ist, sondern als Teil der strategischen Führungsaufgaben wahrgenommen wird, bei denen die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs und des investierten Kapitals im Vordergrund stehen.

Die Veräußerung eines Unternehmens oder einer Beteiligung ist eine sehr komplexe Aufgabe, entsprechend ist es notwendig, den Verkauf genauestens vorzubereiten. Zu Beginn sind eine Reihe richtungsweisender Entscheidungen zu treffen, welche den Erfolg der gesamten Transaktion wesentlich beeinflussen können. Der Verkäufer muss beispielsweise grundsätzlich entscheiden, ob er den Kaufpreis in einer Summe oder in Form von wiederkehrenden Leistungen erhalten möchte. Doch bevor Entscheidungen dieser Art getroffen werden können, ist es erforderlich, die grundlegende Art des Verkaufs zu bestimmen. Sollen alle Anteile verkauft werden oder wird dem Käufer (zunächst) nur eine Beteiligung eingeräumt? Möchte der Verkäufer weiterhin ein Mitsprache- oder Vetorecht haben, um einen gewissen Einfluss auf das Unternehmen zu behalten? Diese und weitere Fragen gilt es, in diesem Zusammenhang zu klären.

Gerade vor dem Hintergrund einer gesteuerten Unternehmensnachfolge ist es wichtig, die grundsätzlichen Alternativen eines Unternehmensverkaufs zu kennen. Im Fokus eines Verkaufs stehen vor allem zwei wichtige Faktoren: Eigentum am und Führung des Unternehmens. Je nach Verkaufsart ist es möglich, die Übertragung des Eigentums oder der Führung genau zu bestimmen und auf die Motive des Verkäufers und Käufers abzustimmen. Bei einem Unternehmensverkauf sind von der Familie in jedem Fall Teile von Eigentum und Führung abzugeben, wobei es verschiedene Ausprägungen gibt. Bei einem vollständigen Unternehmensverkauf wird das Eigentum und die Leitung komplett abgegeben. Der Aufbau einer Beteiligungsgesellschaft oder die Erweiterung des Gesellschafterkreises stellen in der Praxis alternative Möglichkeiten dar, eine unternehmensexterne Altersnachfolge langfristig und systematisch vorzubereiten. In diesen Fällen ist es beispielsweise möglich, den potenziellen Nachfolger über Beteiligungsprogramme sukzessive am Unternehmen zu beteiligen und damit einen geplanten Verkauf vorzubereiten. Allerdings setzen diese Möglichkeiten neben dem Methodenwissen insbesondere eine frühzeitige Auseinandersetzung mit dem Thema Unternehmensnachfolge voraus.

Der idealtypische Zeitplan für eine Unternehmensnachfolge sieht folgende Abläufe vor:

- Etwa vier bis fünf Jahre vor Übergabe sollte eine Grundsatzentscheidung bezüglich des Nachfolgemodells (familienintern, unternehmensintern oder unternehmensextern) getroffen werden.
- Ungefähr drei bis vier Jahre sind für die strukturierte Umsetzung der Nachfolgeplanung und im Vorwege umzusetzende Maßnahmen vorzusehen. Hierzu zählen insbesondere die Suche und der Aufbau des potenziellen Nachfolgers sowie gesellschaftsrechtliche Umstrukturierungen (Teilzu-/verkäufe, Betriebsaufspaltung etc.).
- In den letzten ein bis zwei Jahren vor der Übergabe muss der Übergeber die definierten Maßnahmen regelmäßig prüfen und bei Bedarf anpassen.
- Ungefähr 12 Monate vor der Übergabe sollte der Nachfolgeprozess durch eine schrittweise Übertragung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten vom bisherigen Seniorunternehmer auf den Nachfolger gestartet werden.

Insgesamt betrachtet ist der verspätete Zeitpunkt der Beschäftigung mit dem Thema der Unternehmensnachfolge nach wie vor das größte Hemmnis für eine erfolgreiche Betriebsübergabe. Dieses belegen nicht zuletzt auch die Untersuchungen des DIHK, die einen Anteil von etwa 80 % an Unternehmern ermitteln, die sich weniger als zwei Jahre vor der geplanten Übergabe zu dem Projekt „Unternehmensnachfolge“ beraten lassen.

4. Erfolgsfaktor Nachfolgeberatung

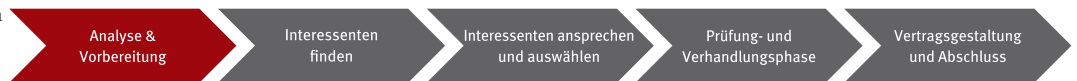
Die Untersuchungen des IfM zeigen, dass rund 99 % der anstehenden Unternehmensnachfolgen in die Umsatzklasse 50 000 Euro bis 10 Mio. Euro einzuordnen sind. Dies verdeutlicht, dass in erster Linie sogenannte kleine Unternehmen von der Nachfolge thematik tangiert werden.

Die Bedeutung der Handlungsoption Unternehmensverkauf belegt ein Blick in den Datenbestand der bekannten Unternehmensbörsen. Die überwiegende Mehrzahl der in diesen Börsen angebotenen Unternehmen hat einen Jahresumsatz von unter 2,5 Mio. Euro. Die Erfolgsquote dieser Börsen beträgt i. d. R. zwischen 10 % und 15 %. Demgegenüber weisen professionelle Nachfolgeberater durchschnittlich eine Erfolgsquote von über 75 % auf. Der Hauptgrund für diesen deutlichen Unterschied ist darin zu suchen, dass die bekannten überregionalen Börsen ausschließlich ein Werkzeug für die Kontaktherstellung zwischen potenziellem Unternehmenskäufer und -verkäufer sind. Der Prozess eines Unternehmensverkaufs, insbesondere im Nachfolgekontext, erfordert jedoch detailliertes Methodenwissen



Foto: panthermedia/Marco Baass

Grafik 1



und umfangreiche Erfahrung – Eigenschaften, die eine reine Vermittlungsplattform nicht leisten kann und will.

Im mittelständischen Kontext ist es charakteristisch, dass weder Käufer noch Verkäufer persönliche Erfahrungen mit einem nachfolgeinduzierten Unternehmensverkauf haben. Dies betrifft sowohl die methodische und finanzielle Seite als auch die psychologischen und emotionalen Belastungen. Eigenständig organisierte Verkäufe werden daher häufig ohne klares methodisches Konzept und ohne eigene ausreichende Vorbereitungen seitens der Parteien begonnen. Stimmt der methodische Ablauf einer solchen Transaktion jedoch nicht von Beginn an, drohen im weiteren Verlauf fast immer emotionale Auseinandersetzungen, da offensichtliche und verdeckte Erwartungshaltungen einer Partei enttäuscht werden.

Problemfelder aus Käufer- und Verkäufersicht

- Der kommunizierte Kaufpreis passt nicht zum Unternehmen, das heißt absurd hohe bzw. niedrige und für die Gegenseite nicht nachvollziehbare Preisgestaltung.
- Mangelndes Methodenwissen über den typischen Ablauf eines Unternehmensverkaufs und der damit verbundenen geschäftsüblichen Aufwendungen und Zeiträume.
- Die Beratung ist ausschließlich auf die steuerliche bzw. rechtliche Gestaltung fokussiert. Die betriebswirtschaftlichen, finanzierungstechnischen, emotionalen, ablaufmethodischen, psychologischen und insbesondere verhandlungstechnischen Aspekte sowie die weichen Faktoren der Interaktion von Käufer und Verkäufer bleiben weitgehend unberücksichtigt.

Problemfelder aus Käufersicht

- Mangelnde Klarheit und Verbindlichkeit des Verkaufsangebotes (Verkäufer ist für alles und nichts offen, hat aber selbst keine konkreten Vorstellungen); der Käufer kann nicht klar erkennen, was sachlich und preislich überhaupt angeboten und verkauft werden soll und welche realistischen Optionen es gibt.
- Keine oder nur mangelnde Dokumentation des Verkaufsangebots gepaart mit mangelndem Verständnis über die Informationsbedürfnisse des Käufers und den methodischen Ablauf auf Seiten des Käufers, inklusive seiner Berater und Kapitalgeber.

Problemfelder aus Verkäufersicht

- Mangelnde Eigenkapitalbasis des Käufers und fehlendes Wissen um die Voraussetzungen für eine Finanzierung eines Unternehmenskaufs durch externe Kapitalgeber.
- Der Käufer ist berufsfachlich und finanziell zur Übernahme eines mittelständischen Unternehmens nicht oder schlecht qualifiziert, versucht anfänglich jedoch seine reale Situation gegenüber dem Verkäufer zu verschleiern oder zu bagatellisieren.

Die möglichst enge Verflechtung mit regionalen Partnern, wie Verbänden und Förderinstitutionen sowie Nachfolgeexperten, ist vor dem Hintergrund der aufgezeigten Problemfelder ein enormer Vorteil, da hierüber alle wichtigen Teilaspekte einer Unternehmensnachfolge unter Zuhilfenahme des Wissens und der Kompetenz externer Dritter abgebildet werden können. Dieses Erfahrungswissen hilft letztendlich, Kosten zu sparen und verbesserte Ergebnisse zu erzielen.

Der idealtypische Prozess einer Unternehmensnachfolge, der die Interessen aller Beteiligten berücksichtigt, eine hohe Transparenz schafft und insgesamt die Erfolgswahrscheinlichkeit erhöht, ist für die Verkäuferseite in Grafik 1 dargestellt.

Im Hinblick auf den Nachfolger weist der Prozess einer Unternehmensnachfolge idealerweise den in Grafik 2 dargestellten Verlauf auf.

Unabhängig von der Perspektive ist für eine erfolgreiche Umsetzung eine für alle Seiten seriöse und transparente Kommunikation der dargestellten Prozessschritte elementare Grundlage der Vorgehensweise. Nur hierdurch wird ein optimaler Informationsgrad, höchste Prozessgeschwindigkeit sowie eine maximale Umsetzungseffizienz erreicht.

5. Erfolgsfaktor Finanzierungsstruktur

Aus Finanzierungsperspektive steht im Rahmen eines nachfolgeinduzierten Unternehmensverkaufs die optimale Bereitstellung finanzieller Mittel für den Erwerb des Unternehmens im Mittelpunkt. Im Zuge der Ermittlung des Transaktionsvolumens sind auch Abwicklungskosten, notwendige Investitionen sowie die Ablösung bestehender Kreditlinien zu berücksichtigen. Kann der



Grafik 2



Käufer die Übernahme nicht aus eigenem Vermögen oder über ein Modell der Innenfinanzierung darstellen, sind weitere Kapitalgeber einzubinden.

Die Finanzierung von nachfolgeinduzierten Unternehmenskäufen im Mittelstand erfolgte in der Vergangenheit in überwiegendem Maße über klassische Bankkredite. Als Alternative hierzu ist eine strukturierte Akquisitions-/Nachfolgefiananzierung denkbar.

- Die Finanzierung durch einen klassischen Kredit zeichnet sich durch eine Bereitstellung des notwendigen Kapitals auf Basis der Bonität des Käufers sowie gegebenenfalls durch von diesem gestellte Sicherheiten aus. Diese Art der Nachfolgefiananzierung entspricht dem Vorgehen und Angebot der meisten Banken/Sparkassen und ist insbesondere bei einem überschaubaren Kapitalbedarf bzw. ausreichenden Sicherheiten geeignet.
- Eine sogenannte strukturierte Akquisitions-/Nachfolgefiananzierung unterscheidet sich von der klassischen Finanzierung durch die primäre Betrachtung der zukünftigen Cashflows des Kaufobjektes als zentrale Grundlage für die Kreditentscheidung sowie die Strukturierung der Risiken, z. B. durch gezielte Kombination von Beteiligungskapital, Mezzanine-Kapital und Fremdkapital.

Um einen ausgewogenen Chancen-Risiko-Ausgleich zu gewährleisten, sollte der Eigenmittelanteil 40 % bis 45 % des Kaufpreises nicht überschreiten. Der freie Cashflow sollte nach einer allgemeingültigen Praxisregel mindestens ein Viertel der Bankschulden betragen bzw. mindestens ein Fünftel der gesamten verzinslichen

Verschuldung (inklusive Mezzanine-Kapital). Weicht man von diesen Verschuldungsgrenzen im Einzelfall zu sehr ab, dann kann die Schuldenlast die Unternehmen nur zu oft überfordern und den Spielraum für die notwendigen Investitionen und den Schuldendienst beschneiden.

Die Übernahmestruktur muss die verschiedenen Interessen von Verkäufer, Käufer und den beteiligten Finanziers berücksichtigen. Insbesondere bei Einbindung von Beteiligungskapital zeigt sich in der Praxis häufig eine zweistufige Struktur von Erwerbengesellschaft und operativer Zielgesellschaft. Dabei gründen der potenzielle Nachfolger und der Beteiligungskapitalgeber gemeinsam eine Erwerbengesellschaft, die häufig als NewCo bezeichnet wird. Diese Gesellschaft, meistens eine GmbH oder GmbH & Co. KG, dient als reines Übernahmehikel und betreibt kein operatives Geschäft. Sie wird vom Beteiligungskapitalgeber und dem Nachfolger mit Eigenmitteln ausgestattet, die zusammen mit der Akquisitions-/Nachfolgefiananzierung bzw. erforderlichem Mezzanine-Kapital das Transaktionsvolumen abdecken. Die NewCo erwirbt die Anteile an der operativen Zielgesellschaft. Die Erwerbengesellschaft weist somit auf der Aktivseite nur die Beteiligung an der Zielgesellschaft auf. Auf der Passivseite stehen die zur Kaufpreisfinanzierung aufgenommenen Schulden und die eingebrachten Eigenmittel.

Ein besonderer Vorteil dieser Struktur liegt für den potenziellen Nachfolger und den Beteiligungskapitalgeber darin, dass die NewCo sowohl die Kauf- als auch die Kreditverträge abschließt und beide ihre Haftung somit auf das von ihnen eingebrachte Eigenkapital beschränken können.

6. FAZIT

Der nachfolgeinduzierte Unternehmensverkauf ist für Käufer und Verkäufer in aller Regel eines der zeitlich umfangreichsten und gleichzeitig finanziell bedeutendsten Einzelprojekte, das sie in ihrem Leben persönlich verantworten müssen.

Erfolgreiche Transaktionen unterliegen sowohl hinsichtlich der harten Unternehmensdaten als auch der weichen Faktoren in Darstellung und Verhandlung immer klaren Spielregeln und methodischen Abläufen. Werden diese Regeln verletzt – gewollt oder aus Unwissenheit – ist die Vertrauensbasis gestört und das Vorhaben fast immer zum Scheitern verurteilt.

Die Prozesskette eines erfolgreichen Unternehmensverkaufs läuft daher zu 95 % über Methodenwissen und Übung, die unerfahrene Akteure nicht leisten können – hier sind professionelle Berater und Kapitalgeber gefragt.

www.transfaironline.de

Die Unternehmerdatenbank

Die betreute Datenbanklösung rund um das Thema Unternehmenstransaktion

Sie sind ein erfolgreicher Unternehmer und wollen nun mit professioneller Hilfe den Nachfolgeprozess einleiten? Sie arbeiten seit Jahren als Manager für dritte Kapitaleigner in einem Unternehmen und wollen sich nun selbständig machen? Sie wollen mit Ihrem erfolgreichen Unternehmenskonzept durch Zukauf eines anderen Unternehmens weiter wachsen? Wenn Sie eine dieser Fragen für sich mit „JA“ beantworten können, dann finden Sie mit der Plattform transfaironline ein schlüssiges Konzept zur Umsetzung von Nachfolgelösungen und Unternehmenskäufen im klassischen Mittelstand.

Im Zentrum der Vorgehensweise steht dabei eine für alle Seiten seriöse und transparente Kommunikation der durchzuführenden Prozessschritte. Hierdurch wird für alle Beteiligten ein optimaler Informationsgrad, höchste Prozessgeschwindigkeit und maximale Umsetzungseffizienz erreicht.

Im Bereich der Unternehmensnachfolge geht es darum, Menschen mit unterschiedlichen Zielen, und doch einer Schnittmenge, zusammenzubringen. Diese Schnittmenge ist der Betrieb, den der erfolgreiche Unternehmer gerne in verantwortungsvolle Hände weitergeben möchte und den der investierende Käufer als Chance für sich sieht.

Die Kernleistungen von transfaironline sind in diesem Zusammenhang:

- ➔ die Qualitätssicherung der Anzeigen und Inserate,
- ➔ die Wahrung von Vertraulichkeit sowie
- ➔ die Sicherstellung von Fairness im Miteinander aller Beteiligten.

Aus unserer langjährigen Erfahrung mit Unternehmensnachfolgen hat sich das Konzept darauf spezialisiert, eine Kombination aus persönlicher Betreuung und virtuellem Marktplatz bereit zu stellen, eine „betreute Datenbanklösung“. Sie haben die Möglichkeit, eine höchst flexible Unterstützung durch transfaironline zu erhalten. Von der separaten Schaltung eines Inserats bis hin zum individualisierten Suchauftrag mit Ausschreibung eines Käuferwettbewerb. Je nach dem, was Sie wünschen! Sprechen Sie uns einfach an!

IMB institut für mittelstandsberatung gmbh

Institut für Mittelstandsberatung GmbH
Glockseestraße 1
30169 Hannover

Andreas Latsch (GeFü)
Daniel Manegold (GeFü)

Tel.: 0511 89 70 920
Fax: 0511 89 70 92 9
Email: info@imb-hannover.de

**Beteiligungskapital
Hannover**

Beteiligungskapital Hannover
GmbH & Co. KG
Aegidientorplatz 1
30159 Hannover

Dirk Köhler (GeFü)

Tel.: 0511 35 39 95 40
Fax: 0511 35 39 95 43
Email: dirk.koehler@bk-hannover.de



Interne und externe Unternehmensnachfolge

Strategische Optionen, Aufgaben und Lösungen

Nicolas Manke | Betriebswirt, Standortleiter Hannover

Dipl.-Kfm. Sven Schmidtman | Geschäftsführer

i-unit – Intelligence Unit Consulting GmbH, Hannover

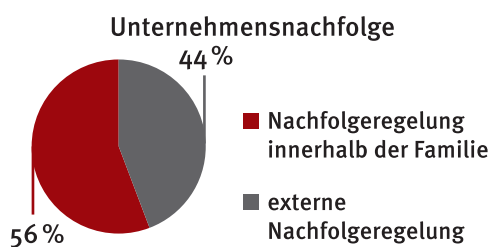


Mehr als dreißig Jahre ist Werner G. Scheit nun schon Inhaber und Geschäftsführer der KLUGMASCH GmbH. Von der Pike auf hat er in dem Unternehmen gelernt, das einst sein Vater gegründet hatte und das nach wie vor erfolgreich im Maschinenbau tätig ist.

Seit Längerem trägt sich Scheit nun aber schon mit dem Gedanken, das Unternehmen in andere Hände zu geben. Weil seine Tochter nicht aktiv einsteigen möchte, überlegt Scheit, wie er die KLUGMASCH GmbH erfolgreich an neue Inhaber übergeben kann – und das möglichst so, dass das Unternehmen auch langfristig bestehen bleibt.

Mit diesen Gedanken hinsichtlich einer Nachfolge steht Scheit in Deutschland nicht alleine da. Nach den Statistiken des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn sind seit 2005 jährlich 71 000 Familienunternehmen mit der Notwendigkeit einer Nachfolgeregelung befasst gewesen. Dabei standen allerdings nur in etwa 31 000 Fällen potenzielle Nachfolger innerhalb der Familien bereit. Werner G. Scheit ist also Inhaber eines jener 40 000 Familienunternehmen, für die eine Unternehmensnachfolge außerhalb des eigenen Familienkreises gefunden werden muss.

Welche strategischen Optionen stehen in einem solchen Suchprozess aber nun eigentlich zur Auswahl? Welche Aufgaben ergeben sich daraus und wie können diese im Sinne eines positiven Abschlusses der Nachfolgersuche gelöst werden?



1. Optionen

Im Rahmen vieler intensiver Gespräche mit Bekannten und befreundeten Unternehmern hat Werner G. Scheit zunächst den Eindruck gewonnen, dass es keinen Sinn macht, das Thema Unternehmensnachfolge als Einzelkämpfer in Angriff zu nehmen. Deshalb möchte er sich zunächst von Spezialisten die verschiedenen strategischen Handlungsoptionen zum Thema aufzeigen lassen. Dabei stehen Fragen der Strategie, Transaktionsbegleitung, Kommunikation nach innen und nach außen, Bewertung, Finanzierungserfordernisse sowie der juristischen und steuerlichen Gestaltung im Vordergrund.

Scheit wird im Rahmen dieser Gespräche deutlich, dass er sowohl auf eine interne, als auch auf eine externe Lösung setzen kann. Nach intensiven Gesprächen mit dem Prokuristen seines Unternehmens weiß er, dass dieser durchaus interessiert wäre, Scheits Nachfolge in der KLUGMASCH GmbH anzutreten. Denkbar ist für Scheit allerdings auch eine externe Lösung, also ein Verkauf an einen Wettbewerber, einen Lieferanten, einen Kunden, einen Finanzinvestor oder jemanden, der den Schritt in die Selbstständigkeit machen will.

2. Aufgaben

Scheit fragt sich, wie er die Suche nach einem solchen Externen angehen soll und erarbeitet gemeinsam mit dem Spezialisten zum Thema Unternehmensnachfolge einen strategischen Fahrplan im Hinblick auf die Zeit, die anstehenden Aufgaben und deren Lösungen.



Ist-Analyse

Beginnen sollte er zunächst mit einer umfassenden Ist-Analyse seines Unternehmens, der Finanzdaten sowie des Markt- und Wettbewerbsumfeldes. Nur wenn er die aktuelle Situation der KLUGMASCH GmbH hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen und der sich hieraus ergebenden Chancen und Risiken analysiert hat, kann er einem potenziellen Nachfolger aufzeigen, wo das Unternehmen derzeit steht und welche Potenziale es unter anderem im Hinblick auf die Werttreiber, Alleinstellungsmerkmale und das Wachstum für die Zukunft hat. Diese Potenziale werden anschließend in eine integrierte Ergebnis- und Erfolgsrechnung (Mehrjahresplanung) überführt. Zusammengefasst werden sollten die Analyseergebnisse dann in einem sogenannten Information Memorandum, dem interessierte Nachfolger all jene Informationen entnehmen können, die für eine Entscheidung pro oder contra Nachfolge wesentlich sind.

Unternehmenswert und Kaufpreis

Nachdem ein Überblick über die gesamtwirtschaftliche Situation des Unternehmens erarbeitet wurde, wird der interne oder externe Nachfolger möglicherweise u. a. besonders auf aktuelle Vermögensgegenstände, die Kunden- und Lieferantenstruktur, Verbindlichkeiten und weitere Lasten, zum Beispiel Pensionsrückstellungen, des Unternehmens blicken. Sinnvoll ist dabei auch die Erstellung einer Unternehmensbewertung – abgeleitet aus den zukünftigen Erwartungen hinsichtlich der Unternehmensentwicklung mit einer Plausibilisierung auf Basis der Vergangenheitszahlen –, da bei den bevorstehenden Verhandlungen schon zu einem frühen Zeitpunkt nach den Preisvorstellungen gefragt werden wird. Werner G. Scheit sollte hier in enger Zusammenarbeit mit den Beratern darauf achten, eigene Haftungsrisiken im Rahmen der Unternehmensnachfolge zu minimieren und alternative Vorgehensweisen auf ihre Vorteilhaftigkeit zu prüfen.

Anforderungen an die Nachfolge

Auf Basis der Ist-Analyse des eigenen Unternehmens sollte sich Werner G. Scheit auch eingehende Gedanken über die Anforderungen machen, die an einen potenziellen Nachfolger zu stellen sind. So sind in der Regel zahlreiche unternehmensbezogene Anforderungen zu berücksichtigen, denen dieser auch erfolgreich begegnen können sollte. Dies ermöglicht auch die Vermeidung von eventuell auftretenden Führungsproblemen nach Umsetzung der Nachfolge, was von großer Bedeutung ist, wenn der Kaufpreis auch von der Unternehmensentwicklung nach dem Verkauf abhängt (Earn-out-Modelle).

Ausscheiden aus dem Unternehmen

In diesem Zusammenhang sollte Scheit für sich auch klären, wie er sein Ausscheiden aus dem Unternehmen konkret gestalten will. Die Übergabe an den Nachfolger kann sowohl komplett in einem Schritt vollzogen als auch sukzessive durchgeführt werden – wobei hinsichtlich der zweiten Variante ein genaues Abstecken des zeitlichen Rahmens der Übergangszeit sehr hilfreich erscheint. Gerade bei einer unternehmensinternen Lösung ist es ratsam, nach Strukturierungselementen zu streben, die den Nachfolger dabei unterstützen, nach und nach in seine neue Rolle hineinzuwachsen.

Dieser Prozess erfordert dann auch präzise Überlegungen mit Blick auf die finanzielle Zukunft von Werner G. Scheit, z. B. hinsichtlich der Sicherheit etwaiger Pensionszahlungen, möglicher bestehender Überlagerungen von privatem und Firmenvermögen und der Nutzung ggf. vorhandener steuerlicher Gestaltungsmöglichkeiten.

3. Lösungen

Eine strategisch geplante und erfolgreich umgesetzte Nachfolge sichert, falls gewünscht, den Fortbestand eines Unternehmens, gibt Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern Sicherheit und verbessert nicht zuletzt auch deutlich die Position des Unternehmens bei den bisherigen Finanzierungspartnern. Ist eine Unternehmensnachfolge klar definiert und angemessen gestaltet, sichert dies einen guten Ausblick auf die Finanzierungsfähigkeit des Unternehmens für die weitere Zukunft.

Erfolgsperspektiven

Das bedeutet aber auch, dass die identifizierten aktuellen sowie zukünftigen Herausforderungen des Unternehmens antizipiert und möglichst schon unter Einbezug des Nachfolgers gelöst bzw. beseitigt werden sollten. Nur ein Nachfolger, der von den Mitarbeitern die vollständige Akzeptanz als Führungsfigur erhält, kann die bestehenden Potenziale voll ausschöpfen. Dies weitet den Spielraum bei der Kaufpreisgestaltung aus.

Gleichzeitig sind deshalb auch unattraktiv erscheinende Zustände – die innerhalb der Ist-Analyse deutlich geworden sind – wenn möglich zu beheben, um den potenziellen Nachfolger nicht abzuschrecken. Zukunftsgerichtete und klare Strukturen – wie zum Beispiel eine unternehmerunabhängige Führungsmannschaft – erhöhen dabei die Erfolgsperspektiven.

Externe Suche

Neben der internen Lösung, die sich durch direkte Gespräche im Unternehmen relativ einfach auf Realisierbarkeit hin überprüfen lässt, ist die Suche nach



Foto: panthermedia/Güldenur Kocher

einer externen Nachfolge komplizierter. Werner G. Scheit hat hier mehrere, sich ergänzende Möglichkeiten. Zum einen kann er sich an Personalvermittler wenden, die entsprechend der zuvor entwickelten Anforderungen an einen Nachfolger mögliche Kandidaten suchen und vorschlagen können. Des Weiteren sollte Scheit die Möglichkeit prüfen, bei langjährigen Partnern Ausschau zu halten, zu denen eine gute Vertrauensbasis besteht. Der Vorteil liegt darin, dass der Unternehmer den möglichen Nachfolger schon länger kennt, dieser ebenso das Unternehmen und gegebenenfalls auch Mitarbeiter.

Bei der Übertragung des Unternehmens an einen externen Nachfolger sollte Herr Scheit aber darauf achten, dass das Bedürfnis nach vertraglicher Absicherung ausgeprägter sein könnte. Für einen externen Käufer bleiben meist blinde Flecken in Bezug auf die Details der unternehmensinternen Abläufe und Potenziale, die meist durch Garantien und weitere Kaufvertragsgestaltungen gemildert werden sollen. In diesem Fall ist das persönliche Nachhaftungsrisiko für den Verkäufer eines Unternehmens verhandlungsabhängig vermutlich größer als bei einer Übernahme durch einen Nachfolger aus dem eigenen Unternehmen, der sich bei der Strukturierung des Deals nur bedingt auf Transparenzdefizite und die damit einhergehende Forderung nach Absicherungen berufen kann.

Bereitschaft zum Dialog

Besonders wichtig für den Erfolg eines Nachfolgevorhabens ist der stetige Dialog mit Mitarbeitern, Finanzierungspartnern, Beratern und der Unternehmerfamilie. Hierdurch werden Unsicherheiten und Vorbehalte frühzeitig vermieden. In den Gesprächen mit einem möglichen Nachfolger sollte es für Werner G. Scheit vor allem darum gehen, den Kandidaten vom Unternehmen zu überzeugen, ihm die Unternehmenswerte nahe zu bringen und den Ablauf der Übergabe und ihre Modalitäten abzustimmen. Entscheidend ist, dass der Nachfolger das Übernahmepotenzial erkennt und daraus eine langfristige Perspektive für sich ableiten kann.

Ebenfalls berücksichtigt werden sollte der Dialog von Unternehmer und Nachfolger mit möglichen Fördermittelgebern. Insbesondere bei KMU-Unternehmensübernahmen (kleine- und mittlere Unternehmen) bestehen oftmals Möglichkeiten, sich beispielsweise über die KfW, Landesbanken, Beteiligungsgesellschaften und Bürgschaftsbanken zinsverbilligte Darlehen, eigenkapitalähnliche Mittel sowie Bürgschaftsübernahmen und damit Finanzierungsspielraum zu sichern. Weiter wäre es auch erforderlich, die bestehenden

Finanzierungspartner frühzeitig zu involvieren, um diese in die Unternehmenstransaktion hinsichtlich der Finanzierung miteinzubinden.

Abwicklung der Nachfolge

Nach Abschluss der vielfältigen Vorarbeiten und -gespräche ist für Werner G. Scheit schließlich der Zeitpunkt gekommen, sich zu entscheiden, welche konkrete Form der Nachfolgeabwicklung er wählen möchte. Prinzipiell kann er sich unter anderem zwischen einer Asset- und einer Share-Deal-Gestaltung entscheiden.

Asset-Deal

Bei einem Asset-Deal handelt es sich um einen Erwerb einzelner Vermögensgegenstände und/oder Rechtsverhältnisse des Unternehmens. Die Vermögensgegenstände (z. B. Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Kundenverträge etc.) werden einzeln übertragen.

Die Vorteile liegen dabei unter Umständen in der Chance der Vermeidung der Übernahme verdeckter Verbindlichkeiten, der angestrebten Absatzfähigkeit der Anschaffungskosten für den Käufer oder der Möglichkeit, einzelne Wirtschaftsgüter, wie zum Beispiel Immobilien, aus der Transaktion auszuschließen. Nachteilig sind unter Umständen die Zustimmungserfordernisse bei der Übertragung von Rechtsverhältnissen und der allgemeine Aufwand mit einhergehender Unübersichtlichkeit bzw. umfangreichen Bewertungserfordernissen zu beurteilen. In jedem Fall ist es notwendig, diese Fragestellungen durch rechtlich und steuerlich spezialisierte Berater prüfen und begleiten zu lassen.

Share-Deal

Der Share-Deal ist eine Form des Unternehmenskaufs, bei dem Anteilsrechte an Personen- oder Kapitalgesellschaften erworben werden.

Vorteilhaft ist unter Umständen zum Beispiel die vergleichsweise einfachere Erfassung des Kaufgegenstandes oder dass die bestehenden Verträge regelmäßig unberührt bleiben, da das gesamte Unternehmen veräußert wird. Nachteilig kann hingegen unter anderem sein, dass der Nachfolger durch den weiteren Bestand der gesamten Verbindlichkeiten (auch der unbekannteren Verbindlichkeiten) und der Haftungsrisiken in Zeiten wirtschaftlicher Schiefelage des Unternehmens überraschend vor Schwierigkeiten gestellt werden kann. Zudem kann ein dabei möglicherweise entstehender Geschäfts- oder Firmenwert mit steuerlichen Nachteilen verbunden sein. Auch hier wird deutlich, wie wichtig dabei die Einzelfallprüfung durch spezialisierte Berater ist.

FAZIT

Für Werner G. Scheit und seine KLUGMASCH GmbH erscheint es in abschließender Überlegung sinnvoll, Szenarien für einen Asset- und einen Share-Deal vorzubereiten, da erst unter Einbeziehung der spezifischen Situation eines heute noch nicht bekannten Käufers der ideale Weg bestimmt werden kann. Die Entscheidung über die Form der Übertragung wird dabei meist nicht allein auf steuerliche Optimierungen ausgelegt sein, sondern oftmals auch im Hinblick auf die Finanzierungsmöglichkeiten der Transaktion oder die optimale Lösung für die Fortschreibung der Unternehmensgeschichte getroffen werden. Eine Unternehmensnachfolge hat viele Facetten und sollte daher als Einzelfall betrachtet und strategisch vorbereitet werden.

Sicherheiten für **Gründungsfinanzierung**

Bestand der Sicherheiten in der Insolvenz

Problemstellung

Die Eröffnung eines neuen Geschäfts erfolgt nicht selten durch eine GmbH, die der Unternehmer zur Begrenzung der persönlichen Haftung gegründet hat. Die finanzierenden Banken fordern in solchen Fällen unter anderem ein tragfähiges Unternehmenskonzept und lassen sich zur Sicherheit wesentliche Teile des Vermögens der Gesellschaft übertragen. Zudem hat der Unternehmensgründer regelmäßig persönliche Sicherheiten (z. B. Bürgschaft oder Grundschuld an der privaten Immobilie) zu stellen. Gerät die Gesellschaft in die Insolvenz, weil das Unternehmenskonzept bei objektiver Betrachtung von Anfang an zum Scheitern verurteilt war, stellt sich die Frage, ob der Insolvenzverwalter die Sicherheitenbestellung zugunsten der Bank gem. § 133 InsO anfechten kann. Nach dieser Bestimmung ist eine Rechtshandlung des Schuldners in den letzten zehn Jahren vor Eröffnung des Insolvenzverfahrens anfechtbar, sofern der Schuldner mit dem Vorsatz gehandelt hat, die Gläubiger der Gesellschaft zu benachteiligen und der andere Teil (hier: die Bank) den Vorsatz kannte. Der Insolvenzverwalter hat dazu in einem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall argumentiert, der Schuldner und der Sicherungsnehmer hätten eine Gläubigerbenachteiligung zumindest billigend in Kauf genommen, weil das Unternehmenskonzept von Anfang an bei objektiver Betrachtung zum Scheitern verurteilt gewesen sei. Hätte eine solche Argumentation des Insolvenzverwalters Erfolg, müsste das von den Banken bei der Darlehensentscheidung natürlich berücksichtigt werden. Die Messlatte für Anschubfinanzierungen würde sich dadurch weiter erhöhen.

Rechtliche Situation bei Sanierungskrediten

Bei Sanierungskrediten, die in der Krise unter Einräumung zusätzlicher Sicherheiten gewährt werden, ergibt sich eine ähnliche Problematik. Die spätere Anfechtung der Sicherheitenbestellung durch den Insolvenzverwalter bei Fehlschlägen der Sanierung ist ausgeschlossen, wenn die Gewährung der Sicherheit Bestandteil eines ernsthaften, letztendlich aber fehlgeschlagenen Sanierungsversuchs war. Dabei reicht die bloße Hoffnung des Kreditnehmers auf eine erfolgreiche Sanierung nicht aus. Vielmehr muss ein geschlossenes Konzept

zur Befriedigung der gesamten Schulden entwickelt werden. Unter bestimmten Voraussetzungen hat die Bank im Rahmen der Auseinandersetzung über die Sicherheit den Nachweis zu führen, dass der Schuldner einen ernsthaften und tragfähigen Sanierungsversuch unternommen und eine Benachteiligung der Gläubiger nicht bewusst in Kauf genommen hat.

Regelmäßig kein Benachteiligungsvorsatz bei der Gründungsfinanzierung

Diese Überlegungen sind auf die Gründungsfinanzierung nicht übertragbar.

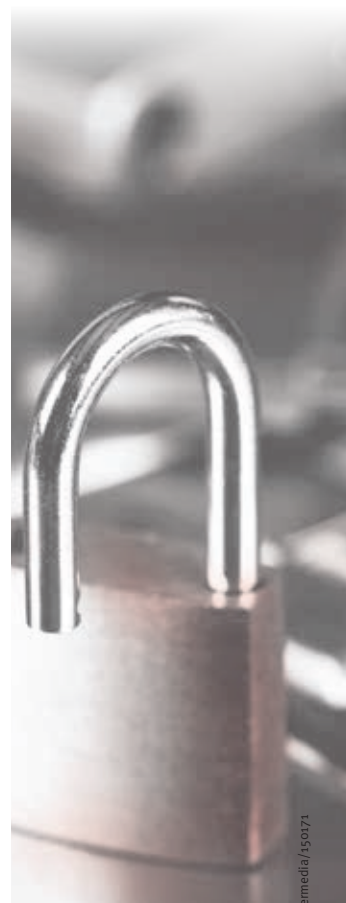
Bei der Finanzierung des Gründungskapitals kommt es grundsätzlich nicht darauf an, ob das Konzept des Schuldners bei objektiver Betrachtung aufgehen konnte oder ob es von Anfang an zum Scheitern verurteilt war. Die finanzierende Bank will erkennbar das Risiko, dass das Unternehmenskonzept scheitert, nicht übernehmen. Der Bundesgerichtshof verweist in einem Urteil vom 05.03.2009 (Az. IX ZR 85/07) völlig zutreffend darauf, dass einem Existenzgründer, der selbst Eigenkapital investiert hat, nicht abgesprochen werden kann, vom Erfolg seines Unternehmenskonzeptes ausgegangen zu sein. Niemand investiert eigene Mittel, wenn er ernsthaft mit dem Scheitern des Konzeptes rechnet. Folglich kommt es auf die Tragfähigkeit des Unternehmenskonzeptes nicht an. Die Bank kann die ihr im Rahmen der Anschubfinanzierung eingeräumten Sicherheiten verwerten.

Inanspruchnahme des Gesellschafters nach Verwertung der Gesellschaftssicherheit

Soweit die Bank aus dem ihr zur Sicherheit übertragenen Vermögen der Gesellschaft befriedigt worden ist, bedeutet das aber nicht, dass der Gesellschafter, der für denselben Kredit seinerseits eine Sicherheit gestellt hat, damit aus seiner Haftung entlassen ist. Der Bundesgerichtshof hat in einem Urteil vom 01.11.2011 (Az. IX ZR 11/11) klargestellt, dass der Insolvenzverwalter nach Verwertung einer von der Gesellschaft gestellten Sicherheit von dem Gesellschafter, dessen Sicherheit nicht verwertet wurde, eine Erstattung des aus dem Gesellschaftsvermögen gezahlten Betrages verlangen kann.



Dr. iur. Josef Fullenkamp
Rechtsanwalt
BRANDI Rechtsanwälte
Hannover



Optimieren Sie Ihre Finanzierungsstruktur

Ein Skontoertrag kann teilweise höher sein als ein Zinsaufwand – Kreditaufnahme sinnvoll?



Rainer Breselge
Geschäftsführer
Niedersächsische Bürgschaftsbank (NBB) GmbH
Hannover

Viele Lieferanten gewähren ihren Kunden bei Rechnungszahlung innerhalb einer bestimmten Frist (i. d. R. 10 Tage) einen prozentualen Preisnachlass, auch Skonto genannt. Durch den gewährten Skontoabzug streben Rechnungssteller kurze Zahlungsziele an – ihr Vorteil dadurch: Ein früher Geldeingang erhöht die Liquidität des Lieferanten und reduziert finanzielle Engpässe. Zudem eröffnet sich die Möglichkeit, selbst Skonto ziehen zu können.

Kunden profitieren von dem Preisnachlass durch Skontoziehung – sogar dann, wenn ein Kontokorrentkredit in Anspruch genommen wird. Der Vergleich des Zinssatzes für den Kontokorrentkredit p. a. mit dem effektiven, auf das Jahr umgerechneten Zinssatz des Skontos zeigt Folgendes: Die Ersparnis durch den Skontoabzug liegt häufig über den anfallenden Zinsaufwendungen für den Kontokorrentkredit.

Lieferantenkredit kann teuer sein

Die andere Möglichkeit ist die Inanspruchnahme der gesamten Zahlungsfrist von i. d. R. 30 Tagen. Der sogenannte Lieferantenkredit hat allerdings seinen Preis. Die Effektivverzinsung errechnet sich hierbei folgendermaßen: $\text{Skontosatz} \times 360 / (\text{Zahlungsziel} - \text{Skontofrist}) = \text{effektiver Zinssatz}$. Bei 3 % Skonto, einem Zahlungsziel von 30 Tagen sowie einer zehntägigen Skontofrist liegt der effektive Zinssatz bei 54 %.

Die kurzfristige Zahlung der Rechnung, finanziert durch einen Kontokorrentkredit, ist durch den Skontoabzug meist die finanziell attraktivere Alternative.

Rechenbeispiel

Wenn ein Unternehmen einen Warenbezug von einer Million Euro im Jahr aufweist und die Skontoziehung möglich ist (10 Tage Skontofrist, 3 % Skonto, 30 Tage Zahlungsfrist), dann kann es bei Ausnutzung des Preisnachlasses einen Skontoertrag in Höhe von 30 000 Euro pro Jahr erzielen. Unterstellt man, dass der Zeitraum zwischen dem 10. und dem 30. Tag mit einem Kredit in Höhe 83 000 Euro (1/12 des Jahreswarenbezuges) überbrückt werden muss, so beträgt der Zinssatz bei Einbindung eines Niedersachsen-Kredites nur 1,05 % bis maximal 5,4 % p. a. (siehe Tabelle). Nach Zinsen von rd. 4 500 Euro und Tilgungen von 16 600 Euro p. a. verbleibt somit ein Überschuss von fast 9 000 Euro pro Jahr.

Diese zusätzliche Ertragsmöglichkeit sollte man sich nicht entgehen lassen. Nun hat aber nicht jedes Unternehmen ausreichend finanziellen Spielraum, um seine Rechnungen im Rahmen der Skontofristen bezahlen zu können.

NBB verbürgt auch Kontokorrentkredite

Wenn eine Krediteinräumung oder -ausweitung bei der Hausbank an fehlenden Sicherheiten scheitern würde, besteht die Möglichkeit, dass die Niedersächsische Bürgschaftsbank (NBB) GmbH den zusätzlichen Kredit gegenüber der Hausbank mit bis zu 80 % verbürgt.

NBB-Bürgschaft sorgt für günstige Kreditzinsen

Durch die werthaltige Bankbürgschaft der NBB verbessert sich auch der Zinssatz, den der Kunde für einen Kredit zahlen muss. Der Zinssatz hängt u. a. von der Bonität des Kunden und von den gestellten Sicherheiten ab. Für Unternehmerkredite der KfW, der Förderbank des Bundes, aber auch für Niedersachsen-Kredite der NBank, der Förderbank des Landes Niedersachsen,

Kostenvorteil für den Kunden bei Niedersachsen-Krediten

Konditionen Niedersachsen-Kredit (KMU), 5 Jahre Laufzeit - Stand 15.03.2013

Beteiligung der MBG verbessert Bonitätsklasse

		Bonitätsklasse							
		1	2	3	4	5	6	7	
Besicherung	Absicherung								
	1	≥70%	A 1,05%	B 1,30%	C 1,70%	D 2,00%	E 2,50%	F 3,10%	I 5,40%
	2	>40 – <70%	A 1,05%	C 1,70%	E 2,50%	F 3,10%	G 3,80%	I 5,40%	J 5,40%
3	≥40%	B 1,30%	E 2,50%	H 4,30%	H 4,30%	I 5,40%			

Bürgschaft der NBB verbessert Besicherungsklasse

-2,60% mit 80%iger NBB-Bürgschaft

ergibt sich der vom Unternehmen zu zahlende Zins in Abhängigkeit von Bonitätsklasse und Besicherungs-kategorie. Ein Kunde mit bester Bonität und höchster Besicherungs-kategorie zahlt den Zins der Preisklasse A, ein Kunde mit mittlerer Bonität (Bonitätsklasse 3) und geringer oder fehlender Absicherung (Besicherungs-kategorie 3) fällt dagegen schon in die Preisklasse H. Der

Zinsunterschied beträgt 3,25%. Durch eine 80%ige Bürgschaft der NBB würde der Kunde mit der Bonität 3 in die Preisklasse C springen und damit 2,6% pro Jahr sparen. Da die Avalprovision für die 80%ige Bürgschaft der NBB 1,25% bzw. 1,5% beträgt, hat der Unternehmer auch nach Kosten der Bürgschaft einen deutlichen Zinsvorteil. Näheres zeigt die Tabelle links.

Beteiligungen der MBG verbessern die Finanzierungsstruktur und stärken die Wettbewerbsfähigkeit

Eigenkapital – wichtig für das Rating

Die Beurteilung der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens erfolgt bei Banken im Rahmen von statistisch validen Verfahren, dem sogenannten Rating. Von dem Ratingergebnis hängt u. a. die Kondition für die beantragten Kredite ab – manchmal aber auch die Frage, ob einem Unternehmen überhaupt Kreditmittel zur Verfügung gestellt werden. Aber nicht nur Banken raten ihre Kunden. Auskunfteien wie Creditreform oder Bürgel ermitteln für Unternehmen einen Bonitätsindex. Auf die Auskünfte greifen Unternehmen zurück, wenn sie z. B. einen größeren Auftrag von einem Kunden erhalten und wissen möchten, ob der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen kann. Auch die Warenkreditversicherer informieren sich auf diese Weise, wenn sie den Forderungsausfall absichern. Das Unternehmen wird häufiger geratet, als auf den ersten Blick erkennbar ist. Aufgrund der Veröffentlichungspflichten sind Bilanzdaten vielfach frei zugänglich.

Beteiligungen der MBG verbessern das Unternehmensrating

Eigenkapital und Liquidität sind u. a. wichtige Kennwerte für das Rating. Gerade bei Unternehmenswachstum oder größeren Investitionen verschlechtert sich häufig die Eigenkapitalquote, da das Eigenkapital nicht ausreichend mitwächst.

Bei einer Bilanzsumme von einer Million Euro und einem Eigenkapital von 150 000 Euro beträgt die Eigenkapitalquote 15%. Bei zusätzlichen Investitionen von 500 000 Euro erhöht sich die Bilanzsumme auf 1,5 Millionen Euro und die Eigenkapitalquote sinkt auf 10%. Werden solche Investitionen aus einem Mix aus Bankdarlehen und Beteiligungskapital finanziert, wird das Absinken der Eigenkapitalquote verhindert. Und das rechnet sich: Wenn bei genanntem Beispiel die Investitionen mit einem Bankdarlehen von 350 000

Euro und einer stillen Beteiligung der MBG in Höhe von 150 000 Euro finanziert werden, betragen die wirtschaftlichen Eigenmittel nach der Investition 300 000 Euro und somit 20% der Bilanzsumme.

Da die Hausbank eine Teilfinanzierung vornimmt, wird die Kreditkondition für das Hausbankdarlehen gleich zweimal verbessert:

1. bessere Bonitätsklasse durch zusätzliche Eigenmittel und
2. bessere Besicherungs-kategorie infolge des geringeren Beleihungsauslaufes.

Die Preisklassenmatrix der KfW zeigt es deutlich: Bei Verbesserung von Bonität und Besicherung um je eine Klasse ergibt sich bei einem Unternehmen der Bonitätsklasse 4 mit Besicherung unter 40% statt der Preisklasse H die Preisklasse E – somit wurde eine Vergünstigung des Zinssatzes um 1,8% erzielt.

Tilgungsfreie Beteiligungen der MBG schaffen finanziellen Spielraum

Die Laufzeit der stillen Beteiligungen der MBG liegt zwischen fünf bis zehn Jahren. Der positive Zinseffekt durch das bessere Rating ergibt sich bei jeder neuen Kreditaufnahme während der Laufzeit der Beteiligung. Da die Beteiligungen – anders als Bankkredite – für diesen Zeitraum tilgungsfrei zu vereinbaren sind, wird die Liquidität um die sonst zu leistenden Tilgungsbeiträge entlastet. Der gewonnene Liquiditätsspielraum kann genutzt werden, um u. a. zusätzliche Skontoerträge zu generieren oder um Inanspruchnahmen des Kontokorrents zurückzufahren.

Beteiligungen der MBG wirken sich demnach mehrfach positiv auf die Finanzierungsstruktur niedersächsischer Unternehmen aus.



Detlef Siewert
Geschäftsführer
Mittelständische
Beteiligungsgesellschaft
Niedersachsen (MBG) mbH
Hannover



MASSGESCHNEIDERT: UNSERE FINANZIE- RUNGSBAUSTEINE FÜR IHREN ERFOLG.

Überzeugen Sie uns von Ihrem Vorhaben. Wir geben Ihnen Sicherheit und Kapital.

- » Erfolgreicher Finanzierungspartner für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Niedersachsen
- » Bei Existenzgründungen, Übernahmen und Wachstumsfinanzierungen
- » Verbesserte Kreditkonditionen durch Ausfallbürgschaften der NBB und Beteiligungskapital der MBG
- » Stärkung der Eigenmittel durch stille Beteiligungen – von 50.000 Euro bis zu 1,25 Millionen Euro – sowie offene Beteiligungen von bis zu 200.000 Euro
- » Offene Beteiligungen von bis zu 200.000 Euro und stille Beteiligungen von bis zu 2,5 Millionen Euro der Niedersächsischen Kapitalbeteiligungsgesellschaft (NKB)

Niedersächsische Bürgschaftsbank (NBB) GmbH
Mittelständische Beteiligungsgesellschaft
Niedersachsen (MBG) mbH
Hildesheimer Straße 6
30169 Hannover

Telefon: (0511) 337 05-0
Telefax: (0511) 337 05-55
E-Mail: info@nbb-hannover.de
info@mbg-hannover.de
Internet: www.nbb-hannover.de
www.mbg-hannover.de



Vorhandene Ressourcen effektiv nutzen

Factoring bietet die Möglichkeit, Kundenforderungen als Quelle zusätzlicher Liquidität zu nutzen.

Angesichts der anhaltenden Krise im europäischen Umfeld gilt es für die deutsche Wirtschaft, sich weiterhin von rezessiven Entwicklungen abzukoppeln. Die deutsche Konjunktur zeigt Zeichen der Abkühlung. Nahezu die Hälfte der kleinen und mittleren Unternehmen erlebt Umsatzeinbußen infolge der Krise im europäischen Umfeld. Gleichzeitig stehen notwendige Investitionen an, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auf geänderte Anforderungen zu reagieren. Angesichts der geschilderten Ausgangslage ist es für betroffene Unternehmen oft schwer, günstige Kredite für die geplanten Investitionen zu erhalten. Hier gilt es einmal mehr, vorhandene Ressourcen zu heben und in verfügbare Mittel zu wandeln.

Ein Beispiel für ungenutzte Reserven sind Bestände an Kundenforderungen. Wenn Unternehmen darauf warten, dass ihre Forderungen beglichen werden und das Geld auf dem Konto zur Verfügung steht, fehlt es für Vorfinanzierungen oder die Begleichung eigener Rechnungen. Hier bietet Factoring eine effiziente Möglichkeit, Kundenforderungen als Quelle zusätzlicher Liquidität zu nutzen.

Das Verfahren lässt sich schnell umreißen, die Effekte sind vielfältig: Das Unternehmen verkauft seine Forderungen unmittelbar nach Rechnungsstellung an ein Factoring-Institut, dieses zahlt den Gegenwert aus und stellt so dem Factoring-Kunden die Liquidität kurzfristig zur Verfügung. Die gewonnene Liquidität schafft Freiräume für die Bearbeitung weiterer Aufträge und die Finanzierung geplanter Investitionen. Die Unabhängigkeit vom Zahlverhalten der Auftrag-

geber eröffnet außerdem Spielräume bei der Angebotserstellung. Darüber hinaus wirkt sich die zügigere Erledigung der Lieferantenkredite – evtl. unter Skontoausnutzung – wiederum positiv auf die eigene Bonität und Reputation im Markt aus.

Die Vorteile, die aus dem Forderungsverkauf entstehen, gehen aber noch über den Liquiditätsgewinn hinaus. So werden mit dem Forderungsverkauf auch die Ausfallrisiken übertragen. Gleichzeitig entfallen beim Factoring-Kunden im Rahmen des sogenannten Full-Service-Verfahrens Mahnwesen und Forderungseinzug – dies bedeutet mehr Handlungsfreiheit für das Kerngeschäft und die Akquise.

Als weiterer nicht zu unterschätzender Aspekt ist die Bilanzwirkung des Factorings zu nennen. Die Bilanzsumme wird durch den Verkauf der Forderungen verkürzt. Bei gleichbleibendem Eigenkapital steigt die Eigenkapitalquote. Ein bedeutender Faktor für ein positives Ratingergebnis.

Der Preis für dieses Leistungspaket wird individuell berechnet. Wichtig ist es für jedes Unternehmen, den richtigen Partner zu finden, der die eigenen Anforderungen angemessen verarbeiten und abbilden kann. Factoring ist als enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit angelegt. Kurze Wege und feste Ansprechpartner sind dafür außerordentlich hilfreich, geschultes und versiertes Personal ein Muss. Bestenfalls kennt der Factor das Marktumfeld seiner Kunden. Auf einer solchen Basis kann das Debitorenmanagement in Absprache mit den Factoring-Kunden bestmöglich ausgestaltet werden. Schließlich geht es dabei um deren Auftraggeber.



Gerold Knutzen
Geschäftsführer
Crefo Factoring Nord GmbH
Hamburg



FRISCHE LIQUIDITÄT

Entdecken Sie unser Factoring für den Mittelstand

Mehr Sicherheit

Das Risiko von Forderungsausfällen wird zu 100% von uns getragen.

Mehr Service

Wir entlasten Ihre Buchhaltung und übernehmen das Mahnwesen.

Mehr Liquidität

Ihre Kundenrechnungen werden innerhalb von 48 Stunden bezahlt.

crefo/factoring

Ein Unternehmen der Creditreform-Gruppe

Crefo-Factoring Partner in Ihrer Nähe:
Hamburg Tel. 040 23604 555
Kassel Tel. 0561 78456 45

www.crefo-factoring.de

Steuern und Firmenwagen

Dipl.-Kffr. (FH) Anika Reckmann | Steuerberaterin

Hans-Peter Möller | Wirtschaftsprüfer, Steuerberater

Ebner Stolz Mönning Bachem Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwälte Partnerschaft, Hannover



Zahlreiche Unternehmen gewähren ihren Arbeitnehmern und angestellten Gesellschafter-Geschäftsführern Firmenwagen, sowohl um die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken als auch um deren Einsatz zu honorieren. Der Pkw kann regelmäßig neben der betrieblichen Nutzung auch für private Fahrten genutzt werden. Auch viele Einzelunternehmer und Gesellschafter von Personengesellschaften nutzen ihren Pkw sowohl betrieblich als auch privat. Die steuerlich zu beachtenden Konsequenzen sind nicht nur vielfältig, sondern ebenso komplex zu überblicken. Darüber hinaus können auch steueroptimierende Aspekte eine Rolle spielen.



A. Ertragsteuerliche Behandlung

Unter ertragsteuerlichen Gesichtspunkten ist einerseits von Bedeutung, in welcher Höhe Aufwendungen für ein Fahrzeug im Betriebsvermögen abzugsfähig sind, und andererseits, wie der Wert der Vorteilsgewährung an den Nutzungsberechtigten zu bemessen und bei diesem zu behandeln ist. Grundsätzlich ist zwischen der Pkw-Überlassung an Arbeitnehmer, wobei hierzu auch der Gesellschafter-Geschäftsführer mit Anstellungsvertrag zählt, und der Nutzung durch den Unternehmer selbst – als Einzelunternehmer oder Gesellschafter einer Personengesellschaft – zu unterscheiden.

Arbeitnehmer

Im Fall der Bestellung eines Firmenwagens an Arbeitnehmer wird der Pkw im Betriebsvermögen des Unternehmens angeschafft. Alle hiermit im Zusammenhang stehenden Aufwendungen stellen in voller Höhe Betriebsausgaben dar.

Die private Nutzung des Firmenwagens stellt die Gewährung eines geldwerten Vorteils und somit einen

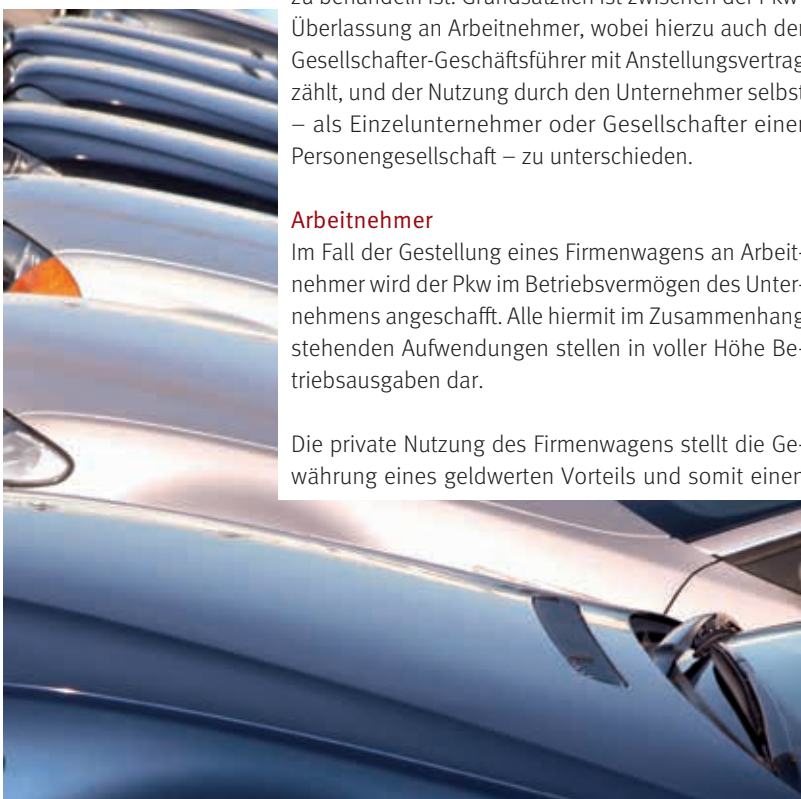
Bestandteil des steuerpflichtigen Arbeitslohns dar. Das vorteilsgewährende Unternehmen hat dies demnach bei der Lohnsteueranmeldung zu berücksichtigen. Für die Ermittlung des Werts dieses Vorteils werden vom Steuergesetzgeber zwei Methoden vorgesehen: die 1%-Regelung oder die Fahrtenbuchmethode.

Die **1%-Regelung** stellt eine vereinfachende Methode dar, bei der der Wert der privaten Nutzung für jeden Monat mit 1% des Bruttolistenpreises des Fahrzeugs im Zeitpunkt der Erstzulassung angenommen wird. Der Bruttolistenpreis umfasst ebenfalls Sonderausstattungen, wie etwa Navigationsgeräte und Lederausstattungen. Die Nutzung des Pkw für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte ist als weiterer geldwerter Vorteil mit 0,03% des Bruttolistenpreises pro Monat und pro Entfernungskilometer zu berücksichtigen.

Die 1%-Regelung wird vielfach in der Praxis angewandt, da sie einfach zu berechnen und in der Regel dann vorteilhaft ist, wenn das Fahrzeug häufig privat genutzt wird.

*Bei einem Arbeitnehmer, der einen neuen Pkw mit einem Bruttolistenpreis von 60 000 Euro (tatsächliche AK 54 000 Euro) als Firmenwagen nutzt und einen Arbeitsweg von 10 km hat, ergibt sich monatlich somit ein zu versteuernder Betrag in Höhe von 780 Euro (= 60 000 * 1% + 60 000 * 0,03% * 10), was bei Annahme eines Steuersatzes von 45% zu einer monatlichen Zusatzbelastung von 351 Euro führt.*

Bei der **Fahrtenbuchmethode** wird anhand eines sogenannten Fahrtenbuchs der tatsächliche Umfang der privaten Nutzung des Arbeitnehmerfahrzeugs ermittelt und unter Berücksichtigung der tatsächlichen Kosten die Höhe des geldwerten Vorteils errechnet. Es ist eine detaillierte Aufzeichnung der privaten und betrieblichen Fahrten durch den Arbeitnehmer erforderlich. Das Führen eines Fahrtenbuchs ist zwar aufgrund der umfangreichen Anforderungen der Finanzverwaltung aufwendig, kann aber bei einem verhältnismäßig ge-



ringen privaten Nutzungsanteil erhebliche Steuerersparnisse gegenüber der 1%-Regelung ermöglichen.

Der auf Basis der Aufzeichnungen des Arbeitnehmers ermittelte private Nutzungsanteil beträgt ca. 1/3. Bei monatlich durchschnittlichen Kosten von 1000 Euro (AfA monatlich 750 Euro zzgl. weiterer Kosten) ergibt sich ein zu versteuernder Betrag pro Monat von 333 Euro. Legt man wieder den Steuersatz von 45 % zugrunde, entsteht eine zusätzliche monatliche Steuerbelastung für den Arbeitnehmer von 150 Euro.

Unternehmer

Auch der Unternehmer hat die Möglichkeit, seinen dem Betriebsvermögen zugeordneten Pkw für private Fahrten zu nutzen. In diesem Fall dient die Ermittlung des privaten Nutzungsanteils jedoch nicht der Ermittlung eines ihm gewährten geldwerten Vorteils, sondern vielmehr der Berechnung der nicht als Betriebsausgaben abzugsfähigen Kosten.

Hinsichtlich der Methodenwahl bei der Ermittlung der Höhe des privaten Nutzungsanteils ergeben sich jedoch keine Unterschiede zum Arbeitnehmer. Die Ermittlung der Höhe der privaten Nutzungsentnahme kann im Wege der 1%-Regelung sowie der 0,03%-Regelung für die Fahrten Wohnung–Arbeitsstätte erfolgen. Voraussetzung für die 1%-Regelung ist für den Unternehmer insbesondere, dass das Fahrzeug zu über 50 % zu betrieblichen Zwecken verwendet wird. Alternativ kann auch die Fahrtenbuchmethode herangezogen werden.

B. Umsatzsteuerliche Behandlung

Die Höhe des privaten Nutzungsanteils eines Firmenwagens von Arbeitnehmern und angestellten Gesellschafter-Geschäftsführer sowie von Unternehmern und Gesellschaftern einer Personengesellschaft ist auch für Zwecke der Umsatzsteuer von Bedeutung.

Arbeitnehmer

Das vom Unternehmen angeschaffte Fahrzeug wird regelmäßig bei mindestens 10 %iger unternehmerischer Nutzung zu 100 % dem umsatzsteuerlichen Unternehmensvermögen zugeordnet, so dass bei Anschaffung sowie hinsichtlich sämtlicher Kosten der volle Vorsteuerabzug gewährt wird.

Im Rahmen des Arbeitnehmerverhältnisses kommt es zu einem echten steuerbaren und steuerpflichtigen Leistungsaustausch, welcher der Umsatzbesteuerung unterworfen wird. Die zu ermittelnde Umsatzsteuer stellt auf Ebene des Unternehmens eine Betriebsausgabe dar. Für die Ermittlung der umsatzsteuerlichen Bemessungs-

grundlage ermöglicht die Finanzverwaltung, neben der generellen Option einer sachgerechten Schätzung, aus Vereinfachungsgründen die Anknüpfung an die für ertragsteuerliche Zwecke gewählte Ermittlungsmethode.

Bei Anwendung der 1%-Regelung stellt der ertragsteuerliche Wert einen Bruttowert dar, aus dem die Umsatzsteuer herauszurechnen ist. Alternativ kann die umsatzsteuerliche Bemessungsgrundlage auch anhand der im Wege der Fahrtenbuchmethode ermittelten Kosten bestimmt werden. Es sind sämtliche Kosten in Höhe des Nettobetrags zu berücksichtigen. Die Umsatzsteuer ist auf Basis dieser Nettobemessungsgrundlage zu berechnen.

Auf Basis der 1%-Regelung ergäbe sich im Beispiel somit eine monatliche Umsatzsteuerbelastung auf Ebene des Unternehmens von $125 \text{ Euro} = 780/119\% \cdot 19\%$. Bei Anwendung der Fahrtenbuchregelung ergibt sich Umsatzsteuer von $63 \text{ Euro} = 333 \cdot 19\%$.

Unternehmer

Auch der Unternehmer hat die Möglichkeit, das Fahrzeug zu 100 % dem umsatzsteuerlichen Unternehmensvermögen zuzuordnen und somit zunächst den vollen Vorsteuerabzug aus den Anschaffungskosten und den laufenden Kosten geltend zu machen.

Die private Nutzung des unternehmerischen Fahrzeugs stellt als Privatentnahme eine sogenannte unentgeltliche Wertabgabe dar, welche der Umsatzbesteuerung unterliegt. Auch hier ist die Umsatzsteuer als Betriebsausgabe abzugsfähig. Die Ermittlung der umsatzsteuerlichen Bemessungsgrundlage kann in Anlehnung an die ertragsteuerlich gewählten Methoden erfolgen.

Bei Anwendung der 1%-Regelung für die Bemessung der unentgeltlichen Wertabgabe besteht die Möglichkeit, für die nicht mit Vorsteuer belasteten Kosten einen pauschalen Abschlag von 20 % vorzunehmen. Bei der Fahrtenbuchregelung wird lediglich der exakt ermittelte private Nutzungsanteil auf die tatsächlich mit Vorsteuer belasteten Kosten angewendet. Beide Werte stellen einen Nettowert dar, auf den die Umsatzsteuer aufzuschlagen ist.

Die Anwendung der 1%-Regelung führt für den Unternehmer im Beispiel somit zu einer monatlichen Umsatzsteuerbelastung von $100 \text{ Euro} = 780 \cdot 80\% = 624/119\% \cdot 19\%$. Bei der Fahrtenbuchregelung ergibt sich unter der Annahme, dass 250 Euro der Kosten mit Vorsteuerabzug waren, Umsatzsteuer von $48 \text{ Euro} = 250 \cdot 19\%$.

FAZIT

Die vermeintlich einfache 1%-Regelung führt nicht immer zu dem steuerlich vorteilhaftesten Ergebnis. In vielen Fällen wird erst das Führen eines Fahrtenbuchs Aufschluss über die günstigste Variante geben. Ein Fahrtenbuch sollte jedoch von Beginn an unter Beachtung der strengen Auflagen von BFH und Finanzverwaltung geführt werden, um eine spätere Nichtanerkennung zu vermeiden. Die Methode darf zwar unterjährig nicht gewechselt werden, die endgültige Wahl kann aber noch am Ende des Jahres bzw. mit der Veranlagung getroffen werden.

Die Tatsache, dass in jüngster Zeit zahlreiche Entscheidungen der Finanzgerichte und des BFH sich mit Einzelfragen der Firmenwagenbesteuerung beschäftigen, unterstützt die grundlegende Bedeutung und die Notwendigkeit, mit Verständnis für die Grundlagen die stetige Fortentwicklung der Rechtsprechung zu verfolgen.

Mediation ...

... das unbekannte Wesen?

Prof. Dr. iur. Christian Wolf | Juristische Fakultät der Leibniz Universität Hannover
Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Deutsches, Europäisches und Internationales Zivilprozessrecht



Allgemein versteht man unter Mediation ein strukturiertes Verfahren, in dem die Parteien unter Zuhilfenahme eines neutralen Dritten (Mediator) versuchen, eine einvernehmliche Einigung ihres Konfliktes zu erzielen.

Die Mediation ist die meistverbreitete Variante der alternativen Streitentscheidung (Alternative Dispute Resolution, ADR). Die ADR hat sich ursprünglich in den USA als Reaktion auf die Schwächen des amerikanischen Gerichtssystems entwickelt. Ausgangspunkt dieser Entwicklung war eine 1976 in Minneapolis durchgeführte Konferenz, die den bezeichnenden Titel trug: „National Conference on the Causes of Popular Dissatisfaction with the Administration of Justice“. Bekannter ist die Konferenz unter dem Namen Pound-Conference, benannt nach dem ehemaligen Dekan der Harvard Law School, der am selben Ort bereits 1906 das amerikanische Justizsystem heftig kritisiert hatte. Im Mittelpunkt der Konferenz stand die Frage des damaligen Chief Justice des Supreme Courts der USA, Warren Burger: „Isn't there a better way?“. Eine der damals gegebenen Antworten war: „Mediation“.

Was aber versteht man unter Mediation und ist Mediation auch eine Alternative für die Wirtschaft?

Recht viel genauer als in der eingangs wiedergegebenen Definition lässt sich die Mediation kaum einvernehmlich definieren. Dies liegt daran, dass die Mediation von unterschiedlichen Berufsgruppen – wie Juristen oder Psychologen – betrieben wird und derzeit zwischen den unterschiedlichen Berufsgruppen ein Professionalisierungsstreit besteht. Dabei geht es darum, wer die Standards für die Mediation setzt und wie diese auszusehen haben. Etwas vereinfacht lassen sich zwei unterschiedliche Richtungen der Mediation definieren. Bei der ersten Richtung geht es um die Lösung eines ökonomisch-rationalen Konflikts. Psychologische Konflikte zwischen den Parteien interessieren nur, soweit sie einer ökonomisch-rationalen Lösung im Weg stehen. Der emotionale Konflikt der Parteien soll nicht ganzheitlich aufgearbeitet werden, sondern nur so weit

überwunden werden, wie dies für eine einvernehmliche Lösung auf ökonomisch-rationaler Basis erforderlich ist. Methodisch orientiert man sich hierbei häufig an dem sogenannten Harvard-Verhandlungskonzept. Die zweite Richtung strebt eine ganzheitliche Lösung des Konflikts an. Dabei wird eine „Verfremdung des Sachverhalts“ durch die Reduzierung und Transformation auf die ökonomisch- bzw. juristisch-rationalen Kriterien abgelehnt. Methodisch bedient man sich durch verschiedene Anleihen unterschiedlicher Schulen der Psychologie und deren Grenzgebiete wie Systemische Aufstellung oder Neurolinguistische Programmierung.

Mit gewissen Einschränkungen können beide Spielarten der Mediation in der betrieblichen Praxis ihre Berechtigung haben. Allerdings sollten die Anwendungsfelder genau auseinandergehalten werden. Bei ökonomisch- bzw. juristisch-rationalen Konflikten sollte nicht versucht werden, diese mit der psychologischen Richtung der Mediation zu lösen. Die psychologisch vielleicht zutreffende Erkenntnis, ein bestimmter GmbH-Geschäftsführer hat gegenüber einem Geschäftsführer einer anderen GmbH beispielsweise ein aus gemeinsamen Schultagen herrührendes Minderwertigkeitsgefühl, nutzt bei einem ökonomisch-rechtlichen Konflikt zwischen den beiden Parteien wenig. Würde nämlich einer der Geschäftsführer aus diesem Grund in einem ökonomisch-juristischen Konflikt nachgeben, stünde jedenfalls der Untreue-Tatbestand im Raum. Ein Anwendungsfeld dieser psychologischen Mediation können jedoch sozial-innerbetriebliche Konflikte sein, die sich einer juristischen Streitentscheidung weitgehend entziehen.

Wie funktioniert die ökonomisch-rationale Konfliktlösung im Rahmen der Wirtschaftsmediation?

Mediation ist ein Verfahren, das die Parteien in die Lage versetzen soll, selbst eine einvernehmliche Lösung zu entwickeln. Geben die staatlichen Prozessordnungen sehr genau an, wie der Richter sein Verfahren zu organisieren hat, um am Ende zu einem Urteil zu kommen, fehlen solche allgemeinverbindlichen Spiel-



regeln für die Mediation. Auch von dem zur Umsetzung der EU-Mediationsrichtlinie geplanten Deutschen Mediationsgesetz ist Derartiges nicht zu erwarten. Trotz aller Unterschiede bauen jedoch die allermeisten Modelle der Mediation auf einem Fünf-Phasen-Modell auf. Die erste Phase dient der Eröffnung des Verfahrens und der Erklärung sowie Festlegung des weiteren Verfahrens. Die zweite Phase gilt der Informations-sammlung und Erstellung einer Themenagenda. In der dritten Phase wird versucht, die hinter den Positionen stehenden Interessen zu erkunden. In der vierten Phase sollen darauf aufbauend unterschiedliche Lösungsoptionen gesammelt und bewertet werden. Schließlich kann sich eine fünfte Phase anschließen, in der eine Abschlussvereinbarung geschlossen wird.

Das Harvard-Verhandlungskonzept lässt sich zunächst für alle Phasen fruchtbar machen, als es empfiehlt, Menschen und Personen voneinander zu trennen. Aufgabe des Mediators ist dabei, darauf hinzuwirken, dass die Parteien trotz sachlicher Konflikte ein gutes persönliches Einvernehmen haben können. Die dritte Phase der Mediation ist unmittelbar dem Harvard-Konzept entlehnt. Um ein möglichst breites Spektrum an Lösungen erarbeiten zu können, sind die hinter den Positionen stehenden Interessen zu erforschen. Positionen sind dabei bewusst eingenommene Standpunkte, Interessen sind die Motive, die zu diesen Positionen führen. Plastisch lässt sich dies anhand des inzwischen berühmt gewordenen Orangen-Beispiels darstellen. Hier nehmen zwei Schwestern die Position ein, sie seien jeweils Eigentümerin der Orange. Die dahinter liegenden Interessen unterscheiden sich jedoch. Während die eine Schwester mit der Orangenschale den Kuchen würzen möchte, will die andere Schwester das Orangenfleisch essen. Zugleich veranschaulicht das Beispiel die aus den unterschiedlichen Interessen entwickelte Lösung, weil die eine Schwester die Schale, die andere das Fruchtfleisch bekommt.

VERHANDLUNGSMACHT HAT NUR, WER EINE ALTERNATIVE ZUR MEDIATION HAT.

Für die Phasen vier und fünf hält das Harvard-Konzept eine – in der deutschen Mediationsliteratur häufig wenig rezipierte – Methode bereit. Man bezeichnet sie als BATNA. Die amerikanische Abkürzung BATNA steht für Best Alternative to Negotiated Agreement. Gegenstand des Harvard-Konzepts ist es gerade nicht, um jeden Preis eine Einigung zu erzielen, sondern nur, wenn das Verhandlungsergebnis dem-

jenigen Ergebnis, welches ohne Verhandlung – also regelmäßig im Rechtsweg – zu erzielen ist, überlegen ist. An dieser Stelle gewinnt die anwaltliche Rechtsberatung gerade in der Mediation ihre große Bedeutung. Wer seine Alternativen nicht kennt, ist in der Mediation unterlegen. Die vielgerühmte Win-win-Situation stellt sich in der Mediation eben auch nicht von selbst ein. Auch in der Mediation benötigen die Parteien Verhandlungsmacht, selbst wenn sie nicht ihre Positionen, sondern ihre Interessen durchsetzen wollen. Diese Verhandlungsmacht gewinnen die Parteien jedoch nur aus der genauen Kenntnis ihrer rechtlichen Position. Eine anwaltliche Rechtsberatung, die einerseits den Blick für die ökonomisch sinnvolle Lösung hat und nicht einer solchen Lösung durch juristisches Besserwissen im Wege steht, die aber andererseits ihrem Mandanten durch kluge Rechtsberatung und das Aufzeigen der juristischen Alternativen die notwendige Verhandlungsmacht verleiht, ist in der Mediation notwendig.

Noch aus einem weiteren Grund sind die Parteien im Mediationsverfahren dringend auf anwaltliche Begleitung angewiesen. Um eine Einigung erzielen zu können, ist ein offener, vertrauensvoller und vertraulicher Umgang in der Mediation erforderlich. Jener vertrauensvolle und offene Umgang kann aber andererseits die juristische Position in einem möglichen gerichtlichen Verfahren wiederum gefährden. Das derzeit geplante Mediationsgesetz bietet hierzu noch keine überzeugende Lösung an. Die Parteien werden sich also – wie schon bisher – vor allem durch die Mediationsvereinbarung absichern müssen, in der festgelegt sein muss, dass die ausgetauschten Informationen vertraulich behandelt werden und nicht in einem möglichen späteren Prozess gegen einen verwandt werden können. Auch hierfür ist qualifizierter anwaltlicher Rat erforderlich.

Das Institut für Prozess- und Anwaltsrecht bietet den Studierenden der Leibniz Universität Hannover seit über fünf Jahren die Möglichkeit, in einem dreitägigen Seminar die Grundlagen der Mediation zu erlernen, um später als Rechtsanwalt den Mandanten in einem Mediationsverfahren als kompetenter Berater zur Seite stehen zu können. In diesem Jahr beteiligte sich die Leibniz Universität zum ersten Mal an dem ICC International Commercial Mediation Competition. Der von der Internationalen Handelskammer in Paris komplett in englischer Sprache veranstaltete Mediationswettbewerb verlangt von den Studierenden, in simulierten Fällen als Counsel für die Parteien an fiktiven Mediationsverhandlungen mitzuwirken.

ADR AN DER LEIBNIZ UNIVERSITÄT HANNOVER

Seit 16 Jahren beteiligt sich die Leibniz Universität an dem Willem C. Vis Moot, einem internationalen Studierendenwettbewerb auf dem Gebiet der internationalen Handelsschiedsgerichtsbarkeit. Neben der Teilnahme am Vis Moot ist nunmehr auch die Teilnahme am ICC Mediations Moot getreten. Auf beiden Gebieten der alternativen Streitentscheidung bietet die Leibniz Universität exzellente Ausbildung und die Möglichkeit, das Erlernete jeweils in einem sehr herausfordernden Wettbewerb international unter Beweis zu stellen. Es werden also beste Voraussetzungen geboten, dass die Studierenden der niedersächsischen Wirtschaft in Zukunft als kompetente Berater zur Seite stehen können.

Gläubigerausschuss: **Chance** oder **Bürde**?

Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten außerhalb der Gläubigerversammlung

Leif Engelbrecht | Rechtsanwalt, Wirtschaftsmediator

Brinkmann & Partner Rechtsanwälte | Steuerberater | Insolvenzverwalter, Hannover



In der Diskussion um das zum 01.03.2012 in Kraft getretene „Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen“ (ESUG; vgl. auch Artikel in diesem Heft: „Neue Wege der Sanierung im Insolvenzverfahren“, S. 38 f.) spielte und spielt ein Mehr an Einfluss der Gläubiger eine maßgebliche Rolle. Um eine frühzeitige Gläubigerbeteiligung zu sichern, hat der Gesetzgeber die Bedeutung des Gläubigerausschusses vergrößert. Ein verantwortungsvolles Engagement im Gläubigerausschuss birgt Chancen und Risiken, gewährleistet aber eine frühzeitige Einbindung und Einflussnahme im (vorläufigen) Insolvenzverfahren.

Bereits vor Inkrafttreten des ESUG waren Gläubigerausschüsse das gesetzlich vorgesehene Institut, um Gläubiger schnell und effektiv im Insolvenzverfahren einzubinden bzw. den (vorläufigen) Insolvenzverwalter zu unterstützen und zu überwachen. Nur so konnte die in der Praxis häufig erforderliche zeitnahe Beteiligung der Gläubiger (§ 160 InsO) an kurzfristig zu treffenden Entscheidungen gewährleistet werden. Bereits die formellen Erfordernisse bei der Einberufung einer Gläubigerversammlung verursachen nicht selten unvermeidbare Verzögerungen. So wird ein Kaufvertrag zur Übertragung des Geschäftsbetriebs eines insolventen Unternehmens regelmäßig innerhalb weniger Tage endverhandelt, nicht zuletzt um Beeinträchtigungen der Geschäftsbeziehungen durch das laufende Insolvenzverfahren zu minimieren. Die erforderliche Einbindung der Gläubiger erfolgt sinnvollerweise auf Grundlage einer unterschriftsreifen bzw. der bereits unterschriebenen (indes durch die Zustimmung der Gläubiger aufschiebend bedingten) Fassung des Unternehmenskaufvertrags. Der – nicht selten wirtschaftlich rückwirkend – in die unternehmerische Verantwortung drängende Käufer ist ebenso an einer schnellen Wirksamkeit und Umsetzung der Übertragungen interessiert wie der Verkäufer, der vor allem nach Übergabe des Umlaufvermögens ein erhebliches Interesse an Rechtssicherheit hat. Die erforderliche Geschwindigkeit und Qualität der Mitwirkung kann ein

informierter Gläubigerausschuss gewährleisten. Der Gläubigerausschuss ist bei sorgfältiger Auswahl der Mitglieder und deren verantwortungsbewusster Tätigkeit regelmäßig ein hilfreicher Partner bei den häufig ebenso schwierigen wie bedeutsamen Entscheidungen im Laufe eines Insolvenzverfahrens. Diese Erfahrung hat der Gesetzgeber genutzt und mit den jeweils neu eingefügten §§ 21 Abs. 2 S. 1 Ziff. 1a, 22a InsO die frühzeitige Einsetzung eines vorläufigen Gläubigerausschusses ermöglicht, vorausgesetzt, dass die daraus zu erwartenden Kosten für die jeweilige Insolvenzmasse nicht unverhältnismäßig hoch sind. Die Mitgliedschaft im vorläufigen Gläubigerausschuss steht ausschließlich (künftigen) Gläubigern offen (vgl. § 21 Abs. 2 S. 1 Ziff. 1a InsO, der eine Verweisung auf § 67 Abs. 3 InsO – noch – nicht vorsieht). Der vorläufige Gläubigerausschuss hat maßgeblichen Einfluss auf die Entscheidungen über die gerichtliche Anordnung der Eigenverwaltung (§ 270 Abs. 3 InsO) und auf die Auswahl des (vorläufigen) Insolvenzverwalters (§ 56a InsO). Das Insolvenzgericht darf hierbei von einer einstimmigen Entscheidung des vorläufigen Gläubigerausschusses nicht (§ 270 Abs. 3 S. 2 InsO) bzw. nur abweichen, wenn „die vorgeschlagene Person für die Übernahme des Amtes nicht geeignet ist“ (§ 56a Abs. 2 InsO). Darüber hinaus obliegen dem vorläufigen Gläubigerausschuss auch die bisherigen Kernaufgaben, die Unterstützung und Überwachung des Insolvenzverwalters (§ 69 InsO). Aufgrund der mit der Tätigkeit im Gläubigerausschuss insgesamt verbundenen Verantwortung ist dringend auf eine sorgfältige Ausübung (teilweise erfolgt eine hilfreiche Unterrichtung bereits durch die Insolvenzgerichte) und nicht zuletzt auf die frühzeitige Deckungszusage einer Vermögenshaftpflichtversicherung in angemessener Höhe zu achten. Die reformierten insolvenzrechtlichen Regelungen eröffnen zwar hinsichtlich einer Reihe von Einzelfragen einen weiten Raum für Diskussionen in Literatur und Rechtsprechung. Jedoch ist der Wille des Gesetzgebers nicht zu verkennen, den Gläubigern einen größeren und früher einsetzenden Einfluss auf Insolvenzverfahren zu sichern. Es liegt nun an den Gläubigern, diese Rolle auszufüllen.



Moderne **Insolvenzverwaltung**: Der Insolvenzverwalter als professioneller Partner

Plädoyer für einen Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Insolvenz als steuerbarem Sanierungsinstrument

Die Reform der Insolvenzordnung, kurz ESUG genannt, wird den Wandel im Berufsbild und im Selbstverständnis des Insolvenzverwalters weiter beschleunigen. Dies ist auch nötig, denn die erweiterten Restrukturierungsmöglichkeiten im Rahmen eines Insolvenzverfahrens erfordern heute mehr denn je professionelle Insolvenzverwalter, die nicht nur mit den Insolvenzgerichten, sondern auch mit der Führungsetage und den Beratern des in einer krisenhaften Situation befindlichen Unternehmens einschließlich etwaig schon eingebundener Gläubigervertreter auf Augenhöhe agieren und kommunizieren.

Ein professioneller Insolvenzverwalter versteht sich als Partner der Geschäftsführung des krisenbetroffenen Unternehmens und nicht als dessen Scharfrichter.

Er verfügt nicht nur über das selbstverständlich erforderliche betriebswirtschaftliche und juristische Know-how, sondern auch über exzellente Soft Skills, die es ihm ermöglichen, in Gesprächen mit allen beteiligten Interessengruppen (Kunden, Gläubiger, Gesellschafter, Arbeitnehmer) möglicherweise verlorengegangenes Vertrauen wiederherzustellen. Eine regelmäßige Zertifizierung ist ebenso selbstverständlich wie die Mitgliedschaft in verschiedenen nationalen (VID) und internationalen Berufsverbänden (INSOL Europe) inkl. der damit einhergehenden Selbstverpflichtungen.

Er wird sich mit allen ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten – sei es als Sachwalter im Falle einer Eigenverwaltung oder als Insolvenzverwalter – für den Erhalt des Unternehmens einsetzen.

Er scheut hierbei auch manchmal erforderliche mehrjährige Betriebsfortführungen nicht, um das Unternehmen wieder auf eine gesunde Basis zu stellen und ist nötigenfalls auch bereit (und in der Lage), sich persönlich für Masse- oder Lieferantenkredite zu verbürgen. Englisch als Fremdsprache ist für ihn eine Selbstverständlichkeit, oftmals spricht er noch eine

weitere Fremdsprache, so dass Verhandlungen mit ausländischen Kunden, Lieferanten oder Investoren von ihm persönlich geführt werden können.

Dieses Anforderungsprofil ist kein Wunschdenken mehr, sondern Realität!

Die überwiegende Mehrheit der Top 300 der Insolvenzverwalter-Rankings (InDat Report) erfüllt diese Voraussetzungen!

Neben einem professionellen Internetauftritt und einer überregionalen Aufstellung der Kanzlei als Mindestanforderungen sind einzelne Insolvenzverwalterkanzleien auch international bereits gut aufgestellt. Darüber hinaus ist es heutzutage problemlos möglich, im Vorfeld Erkundigungen einzuziehen. Jeder professionelle Insolvenzverwalter verfügt über einen langjährigen Track Record erfolgreicher Unternehmenssanierungen.

Da für den Erfolg der Zusammenarbeit sehr wichtig ist, dass „die Chemie stimmt“, lohnt es sich, im Vorfeld das persönliche und vertrauliche Gespräch zu suchen, ggf. unter Anonymisierung des Krisenunternehmens.

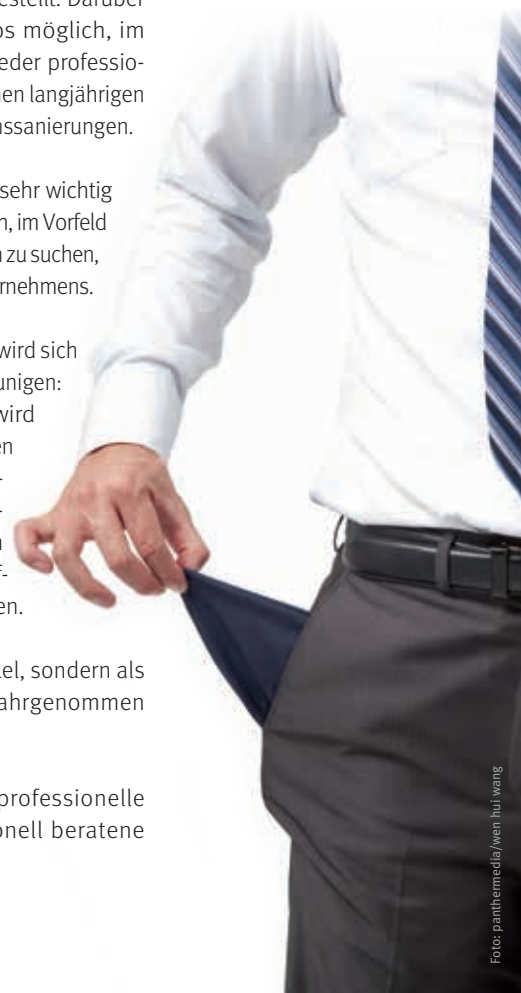
Die Entwicklung der vergangenen Jahre wird sich in den kommenden Jahren noch beschleunigen: Professionelle Insolvenzverwaltung wird zum Regelfall und das Insolvenzverfahren in seinen vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten einschließlich des Unternehmenserhalts via Insolvenzplan zu einem allgemein anerkannten Weg, in Schiefelage geratene Unternehmen zu sanieren.

Die Insolvenz wird nicht mehr als Makel, sondern als hilfreiches Sanierungsinstrument wahrgenommen und akzeptiert werden.

Die Voraussetzung dafür schaffen professionelle Insolvenzverwalter sowie professionell beratene Unternehmer gemeinsam.



Dr. iur. Steffen Koch
Rechtsanwalt
Insolvenzverwalter
hww wienberg wilhelm
Hannover



Neue Wege der Sanierung im **Insolvenzverfahren**

Manuel Sack | Rechtsanwalt, Fachanwalt für Insolvenzrecht, Insolvenzverwalter
Brinkmann & Partner Rechtsanwälte | Steuerberater | Insolvenzverwalter, Hannover



Durch das zum 01.03.2012 in Kraft getretene „Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen“ (ESUG) ist in jüngster Vergangenheit die Frage der Sanierung von Unternehmen im Insolvenzverfahren verstärkt in den Fokus des öffentlichen Interesses gerückt. Als Schlagworte fallen in diesem Zusammenhang das sogenannte „Schutzschirmverfahren“, die Eigenverwaltung sowie das Insolvenzplanverfahren. Die entsprechenden gesetzlichen Regelungen wurden entweder komplett neu eingeführt oder umfassend geändert, um zusätzliche Sanierungsanreize zu schaffen.

Chancen der Sanierung im Insolvenzverfahren

Das gerichtliche Sanierungsverfahren in Form des Insolvenzverfahrens kann erhebliche Vorteile gegenüber einer außergerichtlichen Sanierung bieten. Bereits im Insolvenzeröffnungsverfahren kann das Insolvenzgericht Sicherungsmaßnahmen zugunsten der Insolvenzmasse anordnen. Sicherungsgut verbleibt bei entsprechender Anordnung trotz bestehender Aus- und Absonderungsrechte zunächst im Unternehmen und steht für die Betriebsfortführung zur Verfügung. Insolvenzgeld (maximal drei Monate) für die Arbeitnehmer wirkt sich liquiditätsentlastend aus. Die Insolvenzanfechtung ermöglicht oft eine starke Massemehrung.

Im eröffneten Insolvenzverfahren besteht ein weitgehendes Wahlrecht bei gegenseitigen Verträgen, was eine Neustrukturierung von Vertragsbeziehungen unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten ermöglicht. Kündigungsfristen für Arbeitsverträge verkürzen sich gem. § 113 InsO auf maximal drei Monate. Sozialplanansprüche werden durch absolute Obergrenzen kalkulierbar.

Risiken der Sanierung im Insolvenzverfahren

Neben den Chancen, die eine Sanierung im Insolvenzverfahren bietet, bestehen allerdings auch insolvenzspezifische Risiken, die zu bedenken sind. So kann ein Sanierungserfolg stark von der Person des Verwalters abhängen.

Eine Insolvenz bedeutet zwangsläufig auch die Gefährdung von Kunden- und Lieferantenbeziehungen. Störungen der Vertragsbeziehungen können zu erheblichen Problemen führen. Hier ist es zwingend erforderlich, für Transparenz in den Abläufen zu sorgen, und frühzeitig eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln, die Vertrauen schafft. Andernfalls droht der Verlust von strategischen Vertragsverhältnissen, was eine Sanierung erschweren oder auch ausschließen kann.

„Schutzschirmverfahren“

Eine der wesentlichen Neuregelungen stellt das in § 270b InsO normierte sogenannte „Schutzschirmverfahren“ dar. Dieses kann der Schuldner beantragen, wenn zum Zeitpunkt der Antragstellung lediglich drohende Zahlungsunfähigkeit und/oder Überschuldung vorliegen und eine Sanierung nicht offensichtlich aussichtslos ist. Die genannten Voraussetzungen hat der Schuldner durch eine dem Antrag beizufügende Bescheinigung einer in Insolvenzsachen erfahrenen Person zu belegen. Liegen diese vor, ordnet das Insolvenzgericht die vorläufige Eigenverwaltung an und setzt dem Schuldner eine Frist von maximal drei Monaten zur Vorlage eines Insolvenzplanes zur Sanierung des Unternehmens. Gleichzeitig bestellt das Insolvenzgericht einen vorläufigen Sachwalter, der den Schuldner während der Eigenverwaltung überwacht. Schlägt der Schuldner einen bestimmten Sachwalter vor, hat das Gericht diesem Vorschlag zu folgen, soweit dieser nicht für die Übernahme des Amtes ungeeignet ist.

Das Insolvenzgericht kann die Befugnisse des vorläufigen Sachwalters unterschiedlich gestalten. Häufig wird von der Übertragung der Kassenführung (§ 275 InsO) Gebrauch gemacht. Das Recht zur Begründung von Masseverbindlichkeiten im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit steht regelmäßig weiter dem Schuldner zu.

Bei der Eigenverwaltung verbleibt auch nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens die Verwaltungs- und Verfügungsbefugnis beim Schuldner. Da die Geschäftsführung das Unternehmen und den Markt i. d. R. besser

kennt als der Insolvenzverwalter, kann die Eigenverwaltung eine Sanierung befördern. Sie setzt aber ein im Kern sanierungsfähiges Unternehmen voraus.

Wesentliche Vorteile des Schutzschirmverfahrens werden unter anderem in der positiveren Außendarstellung (der Schuldner ist bei Antragstellung eben nicht zahlungsunfähig) sowie in der weitgehenden Einflussnahme auf die Person des Sachwalters gesehen. Erste Erfahrungen seit Inkrafttreten des ESUG zeigen allerdings eine erhebliche Verunsicherung auf Kunden- und Lieferantenseite, die mit dem neuen Instrument noch nicht hinlänglich vertraut sind und in der Vergangenheit oftmals den mit erheblichen Kompetenzen ausgestatteten (vorläufigen) Insolvenzverwalter als neutralen Gewährsmann für eine rechtssichere Abwicklung betrachtet haben. Dem wird zunehmend durch die Hinzuziehung von in Insolvenzsachen erfahrenen Personen als Sanierungsgeschäftsführer begegnet.

Entgegen verbreiteter Missverständnisse handelt es sich auch beim Schutzschirmverfahren um ein Insolvenzverfahren, das regelmäßig in einer Eröffnung mündet. Soweit fristgerecht ein Insolvenzplan vorgelegt werden kann, wird das Insolvenzgericht mit Insolvenzeröffnung regelmäßig die Eigenverwaltung beibehalten.

Eigenverwaltung

Nach altem Recht konnte die Eigenverwaltung erst mit Eröffnung des Insolvenzverfahrens angeordnet werden. Im Antragsverfahren hingegen war zwingend ein vorläufiger Insolvenzverwalter zu bestellen. Die mit der Eigenverwaltung erhoffte Außenwirkung wurde dementsprechend durch die zwingenden Vorgaben für das Antragsverfahren konterkariert. Die praktische Bedeutung der Eigenverwaltung war folglich in der Vergangenheit minimal.

Das neue Recht bietet in § 270a InsO die Möglichkeit einer Eigenverwaltung bereits im Antragsverfahren. Anders als im Schutzschirmverfahren kann diese Verfahrensart auch bei bereits eingetretener Zahlungsunfähigkeit gewählt werden. Einem Vorschlag des Schuldners für die Person des Sachwalters muss das Gericht jedoch nicht folgen. Hier wird aber regelmäßig durch einen vorläufigen Gläubigerausschuss Einfluss auf die Sachwalterauswahl genommen. Ansonsten gelten die obigen Ausführungen zum Schutzschirmverfahren auch für die (vorläufige) Eigenverwaltung.

Insolvenzplan

Durch das ESUG wurden auch gravierende Änderungen des Insolvenzplanverfahrens umgesetzt.

Der Insolvenzplan stellt einen (komplexen) Vergleich dar, dem die Mehrheit der Gläubiger zustimmen muss. Das Insolvenzplanverfahren sieht regelmäßig eine quotale Befriedigung der Gläubiger aus den zukünftig erwirtschafteten Erträgen des Unternehmens vor. Ziel ist der Erhalt des Rechtsträgers bei gleichzeitiger Optimierung der Verwertung. Vertragsbeziehungen können überwiegend ohne Zustimmung des Vertragspartners erhalten werden.

Die Planvorlage erfolgt entweder durch den Insolvenzschnuldner oder durch den Insolvenzverwalter. Dabei steigen die Chancen eines erfolgreichen Insolvenzplanes mit der frühzeitigen Planvorlage. Idealerweise sollte der Plan bereits mit Antragstellung zumindest in seinen Grundzügen konzeptioniert sein.

Der Insolvenzplan wird dem Insolvenzgericht vorgelegt und nach Annahme durch die Gläubiger vom Gericht bestätigt. Nach Rechtskraft wird das Insolvenzverfahren aufgehoben. Der Insolvenzverwalter wird in der Regel beauftragt, die Erfüllung des Insolvenzplanes zu überwachen. Den Gläubigern bietet das Planverfahren eine höhere Auszahlungsquote, eine schnellere Verfahrensbeendigung und mehr Mitbestimmungsrechte. Sinnvoll ist das Planverfahren nur, wenn eine dauerhafte Rentabilität des sanierten Unternehmens zu erwarten ist.

Die vergleichsweise geringe Verbreitung von Insolvenzplanverfahren in der Vergangenheit hatte im Wesentlichen zwei Ursachen: So bestanden weitgehende Möglichkeiten von Minderheitengläubigern, eine erfolgreiche Planumsetzung durch Rechtsmittel zu gefährden oder sogar zu torpedieren. Ein wesentliches Hindernis war daneben die fehlende Zugriffsmöglichkeit auf die Gesellschaftsanteile an dem Rechtsträger des insolventen Geschäftsbetriebs. Ein Insolvenzplan gegen den Willen der Gesellschafter war damit in der Vergangenheit praktisch ausgeschlossen. Das neue Recht ermöglicht hingegen in § 225a InsO die Durchführung von Kapitalmaßnahmen im Rahmen eines Insolvenzplanes bis hin zum sogenannten „debt equity swap“ (Umwandlung von Verbindlichkeiten in Gesellschaftsanteile) auch gegen den Willen von Altgesellschaftern. Es ist zu erwarten, dass die Änderungen zu einer deutlich höheren Attraktivität des Insolvenzplanverfahrens führen werden.

NEUREGELUNGEN STEIGERN DIE ATTRAKTIVITÄT VON SANIERUNGEN IM INSOLVENZVERFAHREN

Die durch das ESUG eingeführten Regelungen stellen ein Instrumentarium zur Verfügung, das die Sanierung im Insolvenzverfahren deutlich attraktiver macht. Die Erfahrungen der ersten Monate zeigen, dass von diesen Möglichkeiten umfangreich Gebrauch gemacht wird.

Chancen des Insolvenzplanverfahrens nutzen!

Das ESUG eröffnet neue Chancen für die Sanierung über das Insolvenzplanverfahren

Karina Schwarz

Rechtsanwältin, Fachanwältin für Insolvenzrecht, Fachanwältin für Handels- und Gesellschaftsrecht, Insolvenzverwalterin Schwarz. Rechtsanwälte, Hannover



Obgleich sich in Deutschland die Unternehmensinsolvenzen nach wie vor auf einem hohen Niveau bewegen, beweist die Entwicklung der angemeldeten Insolvenzverfahren aber auch, dass man es in der mittelständischen Wirtschaft verstanden hat, die Chancen für die Krisenbewältigung durch eine frühzeitig eingeleitete Sanierung über das Insolvenzverfahren zu nutzen. Welche Möglichkeiten sich dabei für den betroffenen Unternehmer ergeben, soll am Beispiel des Insolvenzplanverfahrens dargestellt werden, dem nach wie vor eine eher stiefmütterliche Rolle beigemessen wird – zu Unrecht!

Eine Unternehmenskrise kann vielfältige Ursachen haben. Diese Ursachen können im Unternehmen selbst (falsche strategische Weichenstellung), aber auch außerhalb des Unternehmens liegen, wie beispielsweise in konjunkturellen Einflüssen, in einer sinkenden Zahlungsmoral von Schlüsselkunden oder auch in einem inkonsistenten Managementsteuerungssystem, das mit dem rapiden Unternehmenswachstum nicht Schritt hält. In den chinesischen Schriftzeichen wird Krise mit „wei“ (Gefahr), aber auch mit „jii“ (Gelegenheit) umschrieben. Diese Betrachtung sollte uns vor Augen führen, dass auch die alten Griechen „Crisis“ mit einer Doppeldeutigkeit interpretierten – der Umschreibung einer „schwierigen Situation“ einerseits und eines „Wendepunktes“ andererseits.

Um die Unternehmenskrise mit ihren ersten wahrnehmbaren Symptomen (Marktanteilsverluste, Umsatzrückgang, Ertragseinbruch etc.) nicht in eine Liquiditätskrise und damit in die Illiquidität des Unternehmens abgleiten zu lassen, gilt es im Rahmen des frühzeitig beschrittenen Insolvenzverfahrens, mittels probater Sanierungsinstrumente die unternehmerische Exzellenz wieder herzustellen und zu festigen. Der krisenbetroffene Unternehmer sieht sich dabei häufig im Dilemma eines quasi negativen „First-Mover-Advantage“: Reißt er mit der Insolvenzantragstellung die Reißleine zu früh, haftet – aus seiner Sicht – der Makel des „Versagers“ an ihm, reißt er die Reißleine zu spät, wird er vom Strudel der drohenden Liquidation mitgerissen.

Vor allem Banken zeigten sich in der Vergangenheit oftmals nicht geneigt, ihre potenziell gefährdeten Kun-

den frühzeitig für eine Sanierung über das Insolvenzplanverfahren zu sensibilisieren, denn aus der Maxime der Ausfallminimierung fokussieren sich Banken dabei allzu sehr auf die eigene Interessenposition, ohne die Möglichkeiten zu sehen, die sich aus der offensiven Umsetzung Erfolg versprechender Sanierungsansätze über das Insolvenzverfahren für die perspektivische Sicherung der Kundenverbindung ergeben. Obgleich nicht aus dem Blick geraten sollte, dass das eigentliche Anliegen des Insolvenzverfahrens die Befriedigung der Gläubiger bleibt, so sollte auch berücksichtigt werden, dass die Chance zur unternehmerischen Substanzerhaltung schlussendlich die Sicherung von Arbeitsplätzen und die Generierung von Steuereinnahmen ermöglicht.

Der Gesetzgeber hat diesem Aspekt mit dem Inkrafttreten der Insolvenzordnung (InsO) zum 01.01.1999, weiteren Novellierungen und insbesondere dem Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen (ESUG), das zum 01.03 dieses Jahres Rechtskraft erlangte, Rechnung getragen. Die modifizierte InsO eröffnet inzwischen eine Reihe von Ansätzen für eine frühzeitige Sanierung krisenbetroffener Unternehmen. Im ESUG selbst sind mehrere Reformvorhaben zum Insolvenzrecht zusammengefasst worden, die insbesondere das neue Schutzschirmverfahren und das bereits bestehende Insolvenzplanverfahren betreffen.

Was ist unter einer Planinsolvenz zu verstehen? Das Insolvenzplanverfahren findet seine institutionelle Einordnung in den §§ 217 bis 269 InsO. Nach § 218 Abs. 1 InsO sind für die Vorlage eines Insolvenzplans sowohl der Schuldner als auch der Insolvenzverwalter berechtigt. Der Insolvenzverwalter kann das Instrument des Insolvenzplans auch im bereits eröffneten Verfahren einsteuern, sofern die Chancen hierfür gegeben sind und die Gläubiger dies mittragen. Eine zusätzliche Qualität erreicht das Instrument des Insolvenzplanverfahrens nunmehr durch das ESUG im sogenannten Schutzschirmverfahren: Musste der Unternehmer im Fall der Insolvenzantragstellung bislang die „kalte Übernahme“ seiner Firma durch den Insolvenzverwalter fürchten, so wird ihm nunmehr im dreimonatigen Schutzschirmverfahren vor Eröffnung des Insolvenzverfahrens der Insolvenzverwalter als sogenannter „Sachwalter“ zur Seite gestellt. Der Unterneh-

mer bleibt „Herr im eigenen Haus“, behält Zugriff auf seine Vermögenswerte und führt weiterhin seine Geschäfte. Dieses natürlich in Abstimmung mit dem Sachwalter.

IF A SHADOW OF OPPORTUNITY APPEARS, DON'T PULL DOWN THE SHADE!

(TOM PETERS: „IN SEARCH OF EXCELLENCE“)

Der Weg über die Planinsolvenz bietet sich insbesondere dann an, wenn unter rechtlichen Aspekten die beste Befriedigungsquote für besicherte und unbesicherte Gläubiger durch die Unternehmensfortführung erreicht werden kann, wenn sich das Unternehmen in einer Branche befindet, in der die Nichterfüllung einzelner Aufträge das Kundenvertrauen nachhaltig stört (Baubranche) oder wenn die Schuldnerin über nicht an Dritte übertragbare Verträge oder Genehmigungen verfügt, die einen wesentlichen Wert darstellen. Auch unter betriebswirtschaftlichen Aspekten bietet ein Insolvenzplan Vorteile: Existierende Verlustvorträge können mit Sanierungsgewinnen kompensiert und Sonderkündigungsrechte können bei Miet-, Pacht-, Liefer- oder Arbeitsverträgen zur Sicherstellung des Sanierungserfolgs wahrgenommen werden.

Eine besondere Rolle beim Erfolg der Unternehmenssanierung über das Insolvenzplanverfahren spielt hierbei, dass das Verfahren unter „Going-concern“-Gesichtspunkten verfolgt wird. Das Verfahren läuft im Vergleich zu einem Regelinsolvenzverfahren in wesentlich ruhigeren Bahnen ab, Verträge, Lizenzen, Rechte bleiben unberührt, Neuausschreibungen sind nicht erforderlich. Im Falle des Einzelunternehmens werden für die persönlich haftenden Inhaber zudem langwierige Restschuldbefreiungsverfahren vermieden. Auch lässt sich für die betroffenen Arbeitnehmer eine Finanzierung über das Instrument des Insolvenzgeldes ermöglichen. Last but not least sollte auch der notwendige Entscheidungsdruck durch den engen zeitlichen Rahmen des Verfahrensablaufs nicht außer Acht gelassen werden. Nach einer Untersu-

chung der TU Dresden wurden 50% der Planverfahren innerhalb von 6 Monaten und 90% der Planverfahren innerhalb eines Jahres beendet. Durch das neue Schutzschirmverfahren werden sich diese Zeiträume sicherlich weiter optimieren lassen.

Es sollte auch nicht übersehen werden, dass das Insolvenzverfahren auch im primären Interesse der Gläubiger liegt. Untermauert wird dies durch eine Erhebung des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) in Bonn über Insolvenzverfahren der Jahrgänge 2002 bis 2007. In diesem Zeitraum wurden im Regelverfahren die offenen Forderungen der Insolvenzgläubiger im Durchschnitt zu einem Anteil von 3,6% durch die verfügbare Masse befriedigt. Im Unterschied dazu lag beim Insolvenzplanverfahren (Näherungswert aufgrund der geringen Fallzahlen) die Deckungsquote bei Einzelunternehmen im Durchschnitt bei 13% der Forderungen, bei Gesellschaften sogar bei 60% und damit deutlich über den Durchschnittswerten des Regelverfahrens.

Optimieren lassen sich die Sanierungschancen durch Förderhilfen des jeweiligen Bundeslandes. Da die bewährten Förderinstrumente von KfW, Bürgschaftsbank und anderen Förderinstituten bei „Unternehmen in der Krise“ nicht greifen, bietet sich in Niedersachsen zur Sanierungsunterlegung lediglich das bekannte Instrument der Landesbürgschaft an. Flexibler scheint man in den neuen Bundesländern zu sein, wo in Sachsen die Sächsische Aufbaubank (SAB) die Erarbeitung eines Sanierungsplanes fördert und eine finanzielle Förderhilfe für den Turnaround zur Verfügung stellt. Obgleich Förderkredite dieser Art Massekredite darstellen, ist das Risiko eines Rückzahlungsausfalls als gering anzusehen, da der im Planverfahren angestrebte Sanierungsansatz durch ein Sanierungsgutachten zu plausibilisieren ist und die angestrebte Sanierung nicht „offensichtlich aussichtslos“ sein darf.

SÄCHSISCHE AUFBAUBANK FÖRDERT INSOLVENZPLAN

Im Gegensatz zu Niedersachsen unterstützt die öffentliche Hand mit Förderkrediten die Sanierung über das Insolvenzplanverfahren. Vorreiter ist hier die Sächsische Aufbaubank (SAB) in Dresden. Sollte ein Unternehmen im Freistaat Sachsen in Schwierigkeiten geraten, aber gute Aussichten auf Rettung haben, stellt der Freistaat neben der Finanzierung für die Planerstellung

- ein kurzfristiges Rettungsdarlehen und

- eine Neustartfinanzierung für maximal 48 Monate (25 000 EURO bis 1 Mio. EURO), zur Verfügung.

„Solch eine finanzielle Unterstützung würde es für Unternehmen in unserem Bundesland vereinfachen, sich früher eine drohende Insolvenz einzugestehen und damit die Chancen zu erhöhen, die Firma nach einer Sanierung fortzuführen.“



Autorenübersicht

Service-Seiten Finanzen Steuern Recht



**BDO AG
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT**

Landschaftstraße 2, 30159 Hannover

Telefon 0511 33802-0

Telefax 0511 33802-40

hannover@bdo.de

www.bdo.de

Autoren: Dr. Eckhard Groß,
Monika Lindner (S. 10–11)

Beteiligungskapital
Hannover

**BETEILIGUNGSKAPITAL HANNOVER
GMBH & CO. KG**

Aegidientorplatz 1, 30159 Hannover

Telefon 0511 353995-40

Telefax 0511 353995-43

info@bk-hannover.de

www.beteiligungskapital-hannover.de

Autor: Dirk Köhler (S. 20–23)



BRANDI RECHTSANWÄLTE

Podbielskistraße 166, 30177 Hannover

Telefon 0511 899379-0

Telefax 0511 899379-77

hannover@brandi.net

www.brandi.net

Autoren: Dr. Josef Fullenkamp (S. 27),
Michael Weber-Blank (S. 7),
Dr. Stefan Wille (S. 19)

BRINKMANN & PARTNER
Rechtsanwälte | Steuerberater | Insolvenzverwalter

**BRINKMANN & PARTNER
RECHTSANWÄLTE STEUERBERATER
INSOLVENZVERWALTER**

Waldseestraße 1, 30163 Hannover

Telefon 0511 22889-0

Telefax 0511 22889-222

hannover@brinkmann-partner.de

www.brinkmann-partner.de

Autoren: Leif Engelbrecht (S. 36),
Manuel Sack (S. 38–39)

Brinkmann.Weinkauf

**BRINKMANN. WEINKAUF
RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT**

Adenauerallee 8, 30175 Hannover

Telefon 0511 283540

Telefax 0511 28354-414

info@brinkmannweinkauf.de

www.brinkmannweinkauf.de

Autor: Joachim Rudo (S. 8)



CREFO FACTORING NORD GMBH

Wandalenweg 8-10, 20097 Hamburg

Telefon 040 23604-555

Telefax 040 23604-182

info@nord.crefo-factoring.de

www.nord.crefo-factoring.de

Autor: Gerold Knutzen (S. 31)



**EBNER STOLZ MÖNNING BACHEM
WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER
RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT**

Karl-Wiechert-Allee 1d, 30625 Hannover

Telefon 0511 936227-0

Telefax 0511 936227-30

info@ebnerstolz.de

www.ebnerstolz.de

Autoren: Hans-Peter Möller,
Anika Reckmann (S. 32–33)



**GEHRKE ECON
RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH**

Imkerstraße 5, 30916 Isernhagen

Telefon 0511 70050-500

Telefax 0511 70050-7500

rechtsberatung@gehrke-econ.de

www.gehrke-econ.de

Autoren: Thomas Heidemann,
Dr. Nicolas W. Garstka (S. 16–18)



**GRAMM, LINS & PARTNER
PATENT- UND RECHTSANWALTSOZIELTÄT GBR**

Freundallee 13a, 30173 Hannover

Telefon 0511 515120-0

Telefax 0511 515120-88

info@grammpatent.de

www.grammpatent.de

Autoren: Sebastian Aisch (S. 9),
Joachim Gerstein (S. 12–13)



**HWW WIENBERG WILHELM
RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT**

Sophienstraße 1, 30159 Hannover

Telefon 0511 353991-0

Telefax 0511 353991-10

hannover@hww.eu

www.hww.eu

Autor: Dr. Steffen Koch (S. 37)



**IMB INSTITUT FÜR
MITTELSTANDSBERATUNG GMBH**

Glockseestraße 1, 30169 Hannover
Telefon 0511 897092-0
Telefax 0511 897092-29
info@imb-hannover.de
www.imb-hannover.de
Autor: Daniel Manegold (S. 20–23)



INTELLIGENCE UNIT CONSULTING GMBH

Hohenzollernstraße 26, 30161 Hannover
Telefon 0511 986310-0
Telefax 0511 986310-99
info@i-unit.de
www.i-unit.de
Autoren: Nicolas Manke,
Sven Schmidtmann (S. 24–26)



**JURISTISCHE FAKULTÄT DER LEIBZIG
UNIVERSITÄT HANNOVER
INSTITUT FÜR PROZESS- UND ANWALTSRECHT
LEHRSTUHL FÜR BÜRGERLICHES RECHT
DEUTSCHES, EUROPÄISCHES UND
INTERNATIONALES ZIVILPROZESSRECHT**

Königswohrther Platz 1, 30167 Hannover
Telefon 0511 762-8268
Telefax 0511 762-19840
wolf@jura.uni-hannover.de
www.vismoot.de
www.jura.uni-hannover.de/wolf
Autor: Prof. Dr. Christian Wolf (S. 34–35)



**MARHAUER SICHERHEITSBERATUNG UG
(HAFTUNGSBESCHRÄNKT)**

Rolandstraße 28, 31137 Hildesheim
Telefon 05121 6969-50
Telefax 05121 6969-51
mail@marhauer.info
www.marhauer.info
Autor: Helmut Marhauer (S. 14)



**MITTELSTÄNDISCHE BETEILIGUNGS-
GESELLSCHAFT NIEDERSACHSEN (MBG) MBH
NIEDERSÄCHSISCHE BÜRGERSCHAFTSBANK
(NBB) GMBH**

Hildesheimer Straße 6, 30169 Hannover
Telefon 0511 33705-0
Telefax 0511 33705-55
info@mbg-hannover.de
www.mbg-hannover.de
info@nbb-hannover.de
www.nbb-hannover.de
Autoren: Rainer Breselge (S. 28–29),
Detlef Siewert (S. 29)



**NIEDERSÄCHSISCHES MINISTERIUM
FÜR INNERES UND SPORT
ABTL. 5 – VERFASSUNGSSCHUTZ**

Postfach 4420, 30044 Hannover
Telefon 0511 6709-247
wirtschaftsschutz@verfassungsschutz.
niedersachsen.de
www.verfassungsschutz.niedersachsen.de
Autor: Uwe Claaßen (S. 15)



SCHWARZ. RECHTSANWÄLTE

Ernst-August-Platz 10, 30159 Hannover
Telefon 0511 475339-0
Telefax 0511 475339-9
hannover@insolvenzverwaltungen.de
www.insolvenzverwaltungen.de
Autorin: Karina Schwarz (S. 40–41)

ALLE BERICHTE ONLINE

www.service-seiten.info



Ab Sommer 2013:
Besuchen Sie unsere neue Website!
Nutzen Sie dann auch die ePaper-Funktion.