

Achtung Überschuldung!

Insolvenzanträge werden in der Regel erst nach Eintritt der Zahlungsunfähigkeit gestellt. Im Insolvenzverfahren stellt sich dann häufig heraus, dass die Gesellschaft bereits seit Monaten oder gar Jahren überschuldet war. Da bereits die Überschuldung eine Antragspflicht begründet, drohen dem Geschäftsführer erhebliche Strafbarkeits- und Haftungsrisiken.

Ein wichtiges Indiz für eine Überschuldung liegt vor, wenn die Handelsbilanz der Gesellschaft einen nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag aufweist. Insolvenzverwalter prüfen in solchen Fällen, ob zum Bilanzstichtag schon eine insolvenzrechtliche Überschuldung der Gesellschaft vorlag.

Eine Insolvenzantragspflicht wegen Überschuldung entfällt, solange die Fortführung des Unternehmens überwiegend wahrscheinlich ist. Die Rechtsprechung verlangt für deren Beleg neben dem Fortführungswillen des Schuldners auch ein aussagekräftiges Unternehmenskonzept (Finanz- und Ertragsplan), aus dem sich Überlebensfähigkeit des Unternehmens herleiten lässt. Ein entsprechender Hinweis im Jahresabschluss allein genügt nicht. Eine positive Fortbestehensprognose entfällt bereits, sobald eine Gesellschaft drohend zahlungsunfähig wird.

Abwehr von Haftungsansprüchen

Nach Eintritt der Überschuldung geleistete Zahlungen der Gesellschaft sind in einem späteren Insolvenzverfahren vom Geschäftsführer auszugleichen. Diese Verpflichtung entfällt, soweit ein Gegenwert in die Insolvenzmasse gelangt ist und zur Befriedigung der Insolvenzgläubiger noch zur Verfügung steht.

Eine Haftung des Geschäftsführers entfällt ferner, wenn geleistete Zahlungen trotz eingetretener Überschuldung mit der Sorgfalt eines ordentlichen Geschäftsleiters vereinbar waren. Dies ist z.B. der Fall, wenn ohne sie der Betrieb sofort hätte eingestellt werden müssen, was jede Chance auf Sanierung im Insolvenzverfahren zunichte gemacht hätte. Im Übrigen handelt ein Geschäftsführer grundsätzlich fahrlässig, wenn er nach Eintritt der Insolvenzfähigkeit seiner Gesellschaft noch Zahlungen ver-

anlasst. Auf Sach- oder Rechtsunkenntnis kann er sich insoweit nicht berufen. Denn nach der Rechtsprechung muss er sich rechtzeitig die erforderlichen Informationen und Kenntnisse verschaffen, die er für die Prüfung der Insolvenzfähigkeit benötigt. Allerdings haftet der Geschäftsführer nur in Höhe des zulasten der Insolvenzmasse tatsächlich entstandenen Nachteils. Dieser umfasst nicht die Insolvenzquote, welche auf den Gläubiger der betreffenden Zahlung entfallen wäre, wenn die verbotswidrige Zahlung nicht erfolgt wäre. Außerdem ist der Geschäftsführer zur Erstattung nur Zug um Zug gegen Abtretung möglicher Anfechtungsansprüche des Insolvenzverwalters gegen den Zahlungsempfänger verpflichtet.

Regressansprüche gegen den Steuerberater der Gesellschaft

Regressansprüche gegen den mit der Erstellung des Jahresabschlusses beauftragten Steuerberater kommen in Betracht, wenn dieser über Indizien für eine Überschuldung der Gesellschaft nicht aufgeklärt hat. Der Bundesgerichtshof hat festgestellt, dass der Steuerberater bereits im

Rahmen der Erstellung des Jahresabschlusses verpflichtet ist, Hinweisen auf Umstände aktiv nachzugehen, die auf eine Insolvenzfähigkeit des Unternehmens hindeuten. Hiermit verbunden ist auch eine Verpflichtung des Steuerberaters, den Geschäftsführer auf entsprechende Umstände und das sich aus ihnen ergebende Risiko einer Insolvenzfähigkeit der Gesellschaft aufmerksam zu machen.

Vermeidung einer Überschuldung bei Liquidation

Wenn die Gesellschafter beschließen, ihre Gesellschaft zu liquidieren, dokumentieren sie damit, die Gesellschaft nicht fortzuführen. Damit ist die Fortführung der Gesellschaft nicht mehr überwiegend wahrscheinlich. Dann müssen die Geschäftsführer darauf hinwirken, dass die zu liquidierende Gesellschaft von den Gesellschaftern finanziell so ausgestattet wird, dass sie sämtliche Verbindlichkeiten vollumfänglich erfüllen kann.

Die erforderliche Liquiditätsausstattung kann sowohl durch Zuführung frischer Eigenmittel als auch durch Vergabe eines mit entsprechendem Rangrücktritt versehe-



Fotos: pixabay

nen Gesellschafterdarlehens erfolgen. Soweit noch nicht feststeht, in welcher Höhe Mittel benötigt werden, kann auch eine Patronatserklärung der Gesellschafter ausreichen, wenn sie rechtsverbindlich und voll werthaltig ist.

Weist der Jahresabschluss einen nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag auf, sollte die Geschäftsführung eine Fortbestehensprognose erarbeiten bzw. erarbeiten lassen. Diese muss dokumentieren, dass die Fortführung der Gesellschaft nach den Umständen überwiegend wahrscheinlich ist. Ist eine Fortführung des Un-

ternehmens nicht darstellbar oder nicht gewünscht, muss unverzüglich ein insolvenzrechtlicher Überschuldungsstatus aufgestellt werden. Eine darin festgestellte Überschuldung muss umgehend durch Zuführung entsprechender Mittel beseitigt werden. Ist auch dies nicht möglich oder seitens der Gesellschafter nicht gewünscht, sind die Mitglieder des geschäftsführenden Organs verpflichtet, unverzüglich, spätestens innerhalb von drei Wochen nach Eintritt des Insolvenzantragsgrunds Insolvenzantrag zu stellen.

Erscheint eine Sanierung des Unterneh-

mens im Rahmen eines Insolvenzverfahrens als möglich, kann der Insolvenzantrag mit einem Antrag auf Anordnung einer vorläufigen Eigenverwaltung verbunden werden. Dann kann das Management die Gesellschaft in Eigenregie unter der Aufsicht eines Sachwalters restrukturieren.

*Jochen Rechtmann
Rechtsanwalt, Fachanwalt für Bank- und
Kapitalmarktrecht,
Buchalik Brömmekamp Rechtsanwalts-
gesellschaft mbH, Frankfurt/Main*

Instagram-Tipps für Unternehmer

Sie wollen Instagram nutzen, um sich und Ihr Unternehmen bekannter zu machen? Ganz egal, ob Sie bereits einen Account haben und noch an den Feinheiten feilen wollen, gerade erst auf Instagram gestartet sind oder ganz einfach mit der Idee spielen, diesen Kanal für sich zu nutzen. Social-Media-Experte Dennis Tröger hat in seinem Buch „Bekannter werden mit Instagram“ für jeden den richtigen Tipp parat.

Die Vorteile von Instagram liegen klar auf der Hand: Es ist eine extrem schnell wachsende Plattform, deren Nutzer auch noch überdurchschnittlich aktiv sind. Die Interaktionsraten stechen im Vergleich zu anderen Kanälen deutlich hervor und täglich werden es mehr User, die sich von der Themenvielfalt der Plattform begeistern lassen. Dieses Potenzial sollte kein Selbstständiger oder Unternehmer ungenutzt lassen, um sein Produkt oder seine Dienstleistung bekannter zu machen. Dabei gibt es allerdings ein paar Dinge zu beachten, damit auch Ihr Account zu einem Erfolg wird.

1. „Wer bist Du? Warum sollte ich Dir folgen?“ – Mit Persönlichkeit punkten

Versetzen Sie sich in Ihre potenziellen Follower hinein. Was macht Ihren Kanal so besonders, dass ihm Menschen folgen wollen? Dabei zählen auf Instagram vor allem Charakter und Relevanz. Wer es schafft, sympathisch zu wirken und dabei noch einzigartige Inhalte mit Nutzwert in unterhaltsamem Design präsentieren kann, hat die besten Chancen auf eine große Followerschaft.



2. „Was ist Dein Thema?“ – Infos, Entertainment oder Infotainment

Jeder Kanal benötigt einen Zweck. Manche sind mehr auf Unterhaltung ausgelegt, andere setzen ihren Schwerpunkt auf den Wissenstransfer. Im Allgemeinen gilt, die meisten Follower gewinnt man mit einem sogenannten Mainstream-Thema: Gesundheit, Fitness, Lifestyle, Kunst und Reisen funktionieren immer. Aber natürlich gilt es immer zu beachten, dass die Inhalte und das Thema zu Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen passen.

3. „Kann ich das haben?“ – Mit kostenlosen Inhalten Vertrauen aufbauen

Die Bereitschaft, Geld für ein Produkt oder eine Dienstleistung auszugeben, wächst immens, wenn dem potenziellen Kunden die Möglichkeit geboten wird, Ihr Angebot kostenfrei und unverbindlich kennenzulernen. Gehen Sie also in Vorleistung, indem Sie Ihren Followern freie Inhalte anbieten. Dies können beispielsweise E-Books, Videos oder Hörbücher sein. Dieser freie Content ermöglicht ein erstes Kennenlernen und schafft Vertrauen.

4. „Bin ich Dir wichtig?“ – Follower nicht als Kunden betrachten

Wenn Sie etwas verkaufen wollen, dann hören Sie auf zu verkaufen! Follower, die das Gefühl haben, lediglich mit versteckter Werbung versorgt zu werden, schenken Ihnen und Ihrem Produkt weder Vertrauen noch Sympathie. Setzen Sie sie daher nicht mit potenziellen Kunden gleich, sondern behandeln Sie diese Menschen als persönliche Multiplikatoren. Die Follower sollten immer im Mittelpunkt Ihrer Social-Media-Aktivitäten stehen. Auf diese Weise schaffen Sie einen ganz anderen Wert der Beziehung für beide Seiten.

5. „Warum likst Du mich nicht zurück?“ – Aktiv werden für mehr Interaktion

Viele Kanal-Betreiber auf Instagram wünschen sich mehr Likes, mehr Kommentare, mehr Interaktion mit der Community. Doch sie vergessen, dass Kommunikation auf Gegenseitigkeit beruht. Werden Sie daher selbst aktiv: Engagieren Sie sich in Ihrer Zielgruppe auf Instagram, vergeben Sie Likes, schreiben Sie wertvolle Kommentare und scheuen Sie sich auch nicht vor einer freundlichen Direktnachricht. Denn damit machen Sie auf sich und Ihren Kanal zusätzlich aufmerksam.