

SCHÄFFER
POESCHEL

Jürgen Troost / Rüdiger Weimann /
Neofitos Arathymos / Andreas Hadamitzky /
Klaus Sahorsch / Ellen Schmidt

Die Besteuerung des Kfz-Gewerbes

Steuerliche und betriebswirtschaftliche
Beratung, Bilanzierung, Gestaltungspraxis

2015
Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Bearbeiterübersicht:

Arathymos: Teil A 1

Hadamitzky: Teil E

Sahorsch: Teil F

Schmidt: Teil B

Troost: Teil A 2–4 / Teil C

Weimann: Teil D



Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem, säurefreiem und alterungsbeständigem Papier

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Print ISBN 978-3-7910-3083-8

Bestell-Nr. 20601-0001

EPDF ISBN 978-3-7992-6534-8

Bestell-Nr. 20601-0150

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2015 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH

www.schaeffer-poeschel.de

service@schaeffer-poeschel.de

Einbandgestaltung: Willy Löffelhardt

Satz: Claudia Wild, Konstanz

Druck und Bindung: BELTZ Bad Langensalza GmbH, 99947 Bad Langensalza

Printed in Germany

August 2015

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Ein Tochterunternehmen der Haufe Gruppe

Teil A

Geschäftsmodelle

1 Dienstleistungsspektrum

In der heutigen Zeit geschieht die Planung einer Existenzgründung, Betriebserweiterung oder Betriebsverlagerung im Kfz-Gewerbe vor dem Hintergrund gesättigter Märkte, überbesetzter Händlernetze und rückläufiger Renditen.

Umso wichtiger ist es, Gedanken zum Unternehmensziel und dem damit verbundenen Marktpotenzial bereits im Vorfeld der Investitionsentscheidung zu entwickeln. Die gewählte Strategie sollte dabei darauf abzielen, durch eine geschickte Kombination der angebotenen Dienstleistungen ein Unternehmenskonzept zu entwickeln, das die im Markt vorhandenen Lücken effektiv besetzt. Die nachfolgende Abbildung zeigt mögliche Strukturen von Kfz-Betrieben. Das Dienstleistungsspektrum kann unter bestimmten Voraussetzungen im reinen Servicebetrieb oder im reinen Händlerbetrieb, aber auch im kombinierten Service- und Händlerbetrieb angeboten werden.

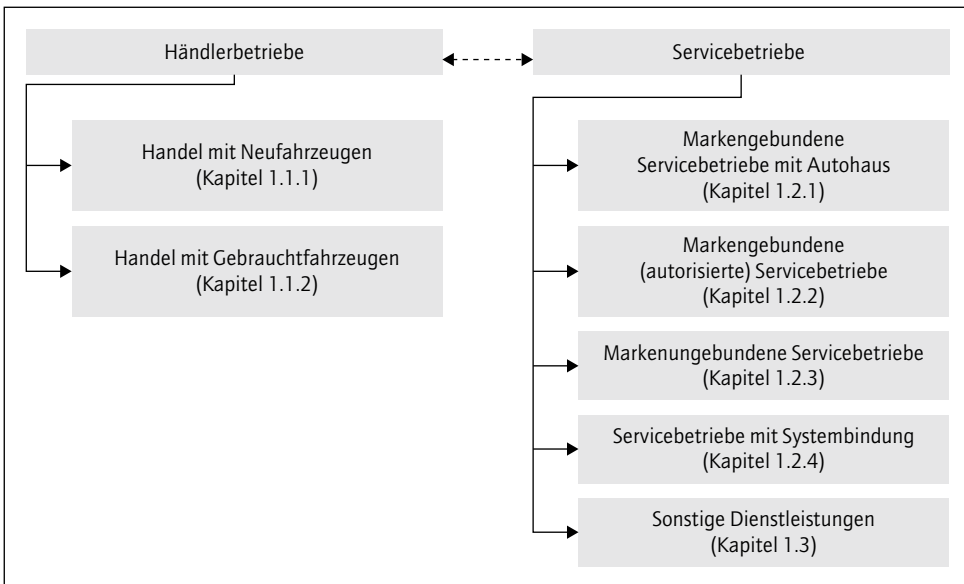


Abbildung 1: Struktur der Händler- und Servicebetriebe im Kfz-Gewerbe

Nachfolgend werden einige grundlegende Aspekte zum Dienstleistungsspektrum des Kfz-Gewerbes dargestellt.

1.1 Händlerbetriebe

Die Händlerbetriebe des Kfz-Gewerbes beschäftigen sich mit dem Handel von Neu- und/oder Gebrauchtfahrzeugen. Die Händlerbetriebe mit Fabrikatsbindung handeln neben Neufahrzeugen zumeist auch mit Gebrauchtfahrzeugen, wohingegen Händlerbetriebe ohne Fabrikatsbindung sich auf den Verkauf von Gebrauchtfahrzeugen konzentrieren. Beide Formen bieten zumeist auch den Service an den verkauften Fahrzeugen an.

1.1.1 Handel mit Neufahrzeugen

Während es unter der Verordnung (EG) Nr. 1400/2002 (der sog. Gruppenfreistellungsverordnung; kurz: GVO) noch möglich war, den Handel mit Neufahrzeugen auch ohne zusätzlichen Kundendienst anzubieten, ist dies seit dem 01.06.2013 nur noch mit Zustimmung des Fahrzeugherstellers/-importeurs möglich. Seither gilt auch für den Neuwagenvertrieb die Verordnung (EU) Nr. 330/2010 (die sog. Vertikal-GVO). In der Praxis hat dies regelmäßig zur Folge, dass ein autorisierter Neuwagenvertrieb zweierlei voraussetzt:

- Die Zugehörigkeit zum Vertriebsnetz des Fahrzeugherstellers/-importeurs, dessen Fahrzeuge vertrieben werden sollen, durch Abschluss des betreffenden Fabrikats-Vertriebs- bzw. Händlervertrages **und**
- die Zugehörigkeit zum Servicenetz des betreffenden Fahrzeugherstellers/-importeurs durch Abschluss eines Service- bzw. Werkstattvertrages.

Die Erfüllung der Verpflichtungen aus einem Händlervertrag ist grundsätzlich mit erheblichen Investitionen für einen Kfz-Betrieb verbunden, da Fahrzeughersteller und -importeure immer kostenintensivere Standards aufstellen, die vom Kfz-Betrieb zu erfüllen sind. Insofern sollten sich potenzielle Interessenten für einen Händlervertrag vor der Unterzeichnung umfassend und eingehend über die zu tätigenen Investitionen informieren und die notwendigen Kosten den zu erwartenden Gewinnen gegenüberstellen. Eine besondere Schlüsselrolle kommt hier naturgemäß der Ausgestaltung des jeweiligen Margen- bzw. Konditionensystems und dessen Laufzeit zu.

Möchte der Vertriebspartner zusätzliche Verkaufs- und/oder Auslieferungsstellen richten, so ist er seit dem 01.06.2013 auch insofern auf die Zustimmung seines Fahrzeugherstellers/-importeurs angewiesen. Bevor er um Zustimmung ersucht, sollte er sich aber bei seinem Fahrzeughersteller/-importeur erkundigen, welche Standards hierfür zu erfüllen sind, um abschätzen zu können, ob sich das zusätzliche Investment auch wirtschaftlich für ihn lohnt.

Alternativ zur Vertragshändler Tätigkeit kommt im Neuwagenbereich auch eine Tätigkeit als Neuwagenvermittler in Betracht. Dabei ist zu unterscheiden zwischen der Neuwagenvermittlung mit und ohne Zustimmung des betreffenden Fahrzeugherstellers/-importeurs.

Wenn die EU-Kommission vom »Vermittler« spricht, versteht sie darunter Personen oder Unternehmen, die ein neues Kraftfahrzeug für einen Verbraucher kaufen, ohne Mitglied des jeweiligen Vertriebsnetzes zu sein. In diesem Falle schließt der Vermittler, der häufig auch als »EU-Vermittler« bezeichnet wird, den Kaufvertrag nicht zum Zwecke

des späteren Weiterverkaufs an einen Fahrzeuginteressenten ab, sondern unmittelbar im Namen eines bestimmten Verbrauchers. Da es nach dem Willen der EU-Kommission jedem Kunden möglich sein muss, einen Vermittler zu beauftragen, für ihn ein bestimmtes Neufahrzeug bei einem Vertragshändler zu beschaffen, darf die Neuwagenvermittlung in diesen Fällen nicht von der Zustimmung des Fahrzeugherstellers/-importeurs abhängig gemacht werden. Die Vermittlung ist aber nur dann zustimmungsfrei, wenn der Kunde den Vermittler zum Kauf, zur Entgegennahme, zur Beförderung oder zur Verwahrung des neuen Kraftfahrzeugs in seinem Namen bevollmächtigt.

Diese Art der Vermittlertätigkeit ist nicht nur für fabrikatsfremde Händler oder Inhaber einer markengebundenen oder freien Werkstatt eine interessante Möglichkeit zusätzliche Geschäfte zu realisieren, sondern insbesondere auch für gekündigte Vertragshändler, die dem betreffenden Servicenetz als Servicebetrieb erhalten bleiben und auch in Zukunft ihre bisherigen Neufahrzeugkunden bedienen möchten.

Vom Vermittler i. S. d. EU-Kommission zu unterscheiden sind Unternehmen, die Neufahrzeuge für einen oder mehrere Vertragshändler vermitteln. Verkauft ein Unternehmer ein Neufahrzeug **im Namen eines Vertragshändlers** an einen Kunden, so bedarf dies der Zustimmung des Fahrzeugherstellers/-importeurs, wenn der Fahrzeughersteller/-importeure sich im Vertragshändlervertrag einen entsprechenden Zustimmungsvorbehalt eingeräumt hat. Enthält der Vertragshändlervertrag keinen diesbezüglichen Zustimmungsvorbehalt, ist es dem Vertragshändler nach dem Vertragshändlervertrag nicht verboten, Verträge mit Handelsvertretern auch ohne Zustimmung des Fahrzeugherstellers/-importeurs abzuschließen.

Zur Abgrenzung des Vermittlerbegriffs hat die Rechtsabteilung des ZDK einen detaillierten Leitfaden mit wichtigen Fragen und Antworten rund um die Vermittlung von Neufahrzeugen erstellt, der bei Bedarf in der Geschäftsstelle des ZDK angefordert werden kann.

1.1.2 Handel mit Gebrauchtfahrzeugen

Auch der Gebrauchtwagenmarkt – ehemaliger Renditebringer – steht nunmehr unter Druck. Eine Spezialisierung auf bestimmte Fahrzeugsegmente hinsichtlich des Aufbaus (unter anderem Off-Road-Fahrzeuge, SUV usw.) oder auch hinsichtlich des Fahrzeugalters (junge Gebrauchtwagen, Halbjahres- oder Jahreswagen) bietet sich bei einer Konzentration auf den reinen Gebrauchtwagenhandel an, um eine bestimmte Klientel gezielt anzusprechen.

Auch erscheint es erforderlich, das Gebrauchtwagengeschäft durch den regelmäßigen freien Ankauf weiterer Gebrauchtwagen aktiv zu betreiben und ein attraktives Sortiment in den Vordergrund der Aktivitäten zu stellen. In jedem Fall sollte man jedoch bei der Fahrzeugbeschaffung die Möglichkeiten des europäischen Binnenmarktes nutzen, um ein erfolgreiches Gebrauchtwagengeschäft zu betreiben. Aber Achtung, je mehr Fahrzeuge im Bestand sind, desto höher sind die Kapitalkosten! Lange Standzeiten können im Übrigen den Deckungsbeitrag schmälern.

Darüber hinaus stellen immer mehr Fahrzeughersteller/-importeure sog. Systemkonzepte zur Verbesserung der Vermarktung von Gebrauchtwagen zur Verfügung. Eine entsprechende vertragliche Bindung an einen Fahrzeughersteller/-importeure steht aber

nicht allen Marktbeteiligten offen, sondern ausschließlich den Mitgliedern des fabrikatsgebundenen autorisierten Vertriebs- und Servicenetzes des jeweiligen Fahrzeugherstellers/-importeurs.

1.2 Servicebetriebe

Die Servicebetriebe des Kfz-Gewerbes führen im Allgemeinen nur Reparatur- und Wartungsarbeiten an Fahrzeugen durch. Servicebetriebe werden generell in fünf Kategorien unterteilt:

- Markengebundene Servicebetriebe als Teil eines fabrikatsgebundenen Autohauses,
- markengebundene (autorisierte) Servicebetriebe (ohne Vertrieb),
- markenungebundene Servicebetriebe,
- Servicebetriebe mit Systembindung sowie
- spezialisierte Servicebetriebe.

Selbstverständlich sind Kombinationen unter den Kategorien durchaus möglich und in bestimmten Situationen auch äußerst sinnvoll.

1.2.1 Markengebundener Servicebetrieb als Teil eines fabrikatsgebundenen Autohauses

Dies ist ein Servicebetrieb, der organisatorisch einem Autohaus zugeordnet ist, welches in der Regel mit Neuwagen- und Gebrauchtwagenverkauf, Werkstatt, Teile- und Zubehörverkauf die gesamte Palette der automobilspezifischen Dienstleistungen anbietet.

Analog zu den autorisierten Servicepartnern werden die fabrikatsgebundenen Autohäuser im Werkstattbereich mit Know-how, Schulungen, Spezialwerkzeugen und Werkstattausrüstung durch denjenigen Fahrzeughersteller/-importeur unterstützt, zu dem sie eine vertragliche Bindung besitzen.

In der Regel ist jedoch auch die Erfüllung der qualitativen Standards mit erheblichen Investitionen verbunden. Nicht zuletzt müssen die Autohäuser dem einheitlichen Unternehmensauftritt (Corporate Design) des Fahrzeugherstellers/-importeurs entsprechen.

1.2.2 Markengebundener (autorisierter) Servicebetrieb

Diese Servicebetriebe erfüllen die geforderten qualitativen Standards für eines oder mehrere Fabrikate und werden daraufhin vom jeweiligen Fahrzeughersteller/-importeur in das offizielle Servicenetz als autorisierter Servicepartner aufgenommen.

Oftmals handelt es sich hier um ehemalige Fabrikatsbetriebe (inkl. Handel), für die sich ein Händlervertrag nicht mehr »rechnet« und welche daraufhin als Servicepartner für das betreffende Fabrikat weiterhin tätig bleiben. Wichtiger Vorteil einer solchen Bindung ist zweifelsohne die Möglichkeit, weiterhin Garantiearbeiten ausführen zu können. Darüber hinaus werden die autorisierten Servicepartner mit Know-how, Schulungen,

Spezialwerkzeugen und Werkstattausrüstung durch denjenigen Fahrzeughersteller/-importeur unterstützt, zu dem sie eine vertragliche Bindung besitzen.

In der Regel ist jedoch auch die Erfüllung der qualitativen Standards mit erheblichen Investitionen verbunden. Nicht zuletzt müssen die autorisierten Servicepartner dem einheitlichen Unternehmensauftritt (Corporate Design) des Fahrzeugherstellers/-importeurs entsprechen.

Den obigen Servicebetrieben steht zusätzlich die Option offen, ihr Servicegeschäft mit einem angeschlossenen Handel zu kombinieren. Dabei kann es sich zum Beispiel um das Geschäft mit EU-Neuwagen oder Jungwagen handeln, aber auch um einen klassischen Gebrauchtwagenhandel oder dem Handel mit Ersatzteilen und Zubehör. Gleichermaßen können im Servicebereich zusätzliche Dienstleistungen wie Karosserieeinstandsetzungs- und Lackierungsarbeiten angeboten werden.

1.2.3 Markenungebundener Servicebetrieb

Der freie Kfz-Betrieb arbeitet ohne vertragliche Bindung an ein Fabrikat oder einen Konzeptanbieter. In der Regel werden hier alle oder zumindest mehrere Fahrzeugmarken gewartet und instand gesetzt. Sein Umsatzschwerpunkt liegt in der Regel im Werkstattgeschäft mit einem breiten Spektrum an Servicearbeiten, die markenübergreifend angeboten werden.

Das Leistungsangebot umfasst typischerweise die Tätigkeitsfelder Verschleißreparaturen, Wartungsarbeiten sowie Karosserieeinstandsetzungs- und Lackierungsarbeiten. In der Regel werden darüber hinaus weitere Dienstleistungen, wie z. B. die Abgasuntersuchung an Kraftfahrzeugen und Krafträdern (AU und AUK), die Gassystemeinbau- und Gasanlagenprüfung (GSP und GAP), die Hauptuntersuchung (HU) und von den Servicebetrieben für Nutzfahrzeuge z. B. die Sicherheitsprüfung (SP), angeboten.

1.2.4 Servicebetrieb mit Systembindung

Kennzeichnend für diese Betriebe ist, dass die Zentrale des Werkstattkonzeptanbieters als Dienstleister das System steuert, verwaltet und den Systemausbau vorantreibt, während sich die Werkstattinhaber auf die Kundenarbeit als Hauptaufgabe konzentrieren. Die Systembindung an einen Konzeptanbieter ist somit eine mehr oder weniger enge vertraglich fixierte Form der Zusammenarbeit. Werkstattkonzepte können, müssen aber nicht zwingend, als Franchise-Systeme ausgestaltet werden. Der Markt der Werkstattkonzeptanbieter kann differenziert werden nach dem Bindungsgrad zwischen Systemgeber und Systemnehmer (Partnerschaftsvereinbarung, Vertrag über Abnahmeverpflichtung oder Franchisevertrag) bzw. nach dem Leistungsumfang (Detailkonzepte oder Full-Service-Konzepte). Das Dienstleistungsspektrum unterscheidet sich im Allgemeinen nicht von dem der markenungebundenen Servicebetriebe.

1.3 Sonstige Dienstleistungen im Kfz-Gewerbe

Zu den sonstigen Dienstleistungen im Kfz-Gewerbe zählen z. B. »Shop-in-Shop«-Konzepte über Verträge mit Externen, die Leistungen rund um das Thema Automobil anbieten, oder auch weiteren Interessenten, die eine bestimmte Fläche im Kfz-Betrieb für ihren Shop pachten und auf diese Weise mitunter zu einer Erhöhung der Kundenfrequenz beitragen. Denkbare Varianten weiterer unternehmerischer Tätigkeiten als angegliederte Nebentätigkeiten wären beispielsweise der Betrieb einer hauseigenen Waschstraße mit entsprechenden Angeboten im Bereich Fahrzeugpflege oder auch die Einrichtung eines Abschleppdienstes/24-Stunden-Notdienstes, der heute bei zahlreichen Werkstattbetrieben allerdings ohnehin als zusätzliche Dienstleistung zur Verfügung gestellt wird.

Selbstverständlich zählen hierzu auch Dienstleistungen im Bereich der Finanzen, Versicherung und Fahrzeugvermietung, die in den nachfolgenden Kapiteln kurz erläutert werden.

1.3.1 Finanzdienstleistungen

Mitunter können mögliche Kaufhemmnisse beim Kunden durch attraktive Leasing- und Finanzierungsangebote überwunden werden. Finanzdienstleistungen sind gleichermaßen geeignet als Absatzförderungs- wie auch als Kundenbindungsinstrument und bieten eine zusätzliche Ertragsquelle.

1.3.2 Versicherungsdienstleistungen

Diese umfassen das Angebot von Versicherungspolicen beim Fahrzeugkauf. Die Fahrzeughersteller/-importeure gingen in der Vergangenheit bereits dazu über, durch Kooperationen mit den traditionellen Versicherungsanbietern Komplettlösungen im Bereich der Kfz-Policen und anderer Versicherungsprodukte für die Fahrzeugkäufer zu entwickeln. Diese werden über die Vertragshändlerorganisation vertrieben und sollen die Kunden im Schadensfall an den eigenen Kfz-Betrieb binden. Mehrmarkenbetriebe können/sollten ebenfalls in diesem Bereich durch Kooperationen mit Versicherungen tätig werden.

1.3.3 Fahrzeugvermietung

Hierbei handelt es sich um eine zusätzliche Wertschöpfung im Kfz-Betrieb durch das Vorhalten eines festen Fahrzeugbestandes, der den Kunden (oder weiteren Nachfragern) bei Bedarf zur Kurz- oder Langzeitmiete angeboten werden kann. Mitunter gibt es bereits seitens der Händlerverbände initiierte händlereigene Vermietgesellschaften (z. B. EURO-MOBIL für Händler des VW-Konzerns, OPELRENT für Opel-Händler sowie die FHD MOBIL für Ford Partner), die sich darum bemühen, ihre Handelspartner in diesem Geschäft durch Beratungsleistungen, Schulungen und Back-Office-Tätigkeiten zu unterstützen. Vornehmlich geeignet erscheint dieses Profit-Center vor allem im Flottenbereich

zur Überbrückung von Wartezeiten und Werkstattaufenthalten. Aber auch als Instrument des Unfallsatz- und Werkstattersatzgeschäftes ist es bei einer professionellen Führung durchaus geeignet. Hinzu kommt in der Regel der Effekt der »bezahlten Probefahrten«, der sein Übriges im Hinblick auf eine Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung leistet.

Bei markengebundenen Betrieben soll auf diese Weise in erster Linie die Mobilität der eigenen Markenkunden mit eigenen Produkten sichergestellt werden. Ebenfalls in Frage käme ein Angebot von Mobilitätsdienstleistungen wie beispielsweise eine Beteiligung an regionalen Car Sharing-Dienstleistungen. Selbstverständlich gelten diese Ausführungen auch für Mehrmarkenbetriebe.

1.3.4 Smart Repair

Smart Repair ist ein Sammelbegriff für verschiedene Reparaturmethoden rund ums Kraftfahrzeug, die zur Beseitigung von Kleinschäden an Kraftfahrzeugen zum Einsatz kommen. Hauptsächlich können von den Kfz-Betrieben folgende Reparaturmethoden angeboten werden:

- Kunststoffreparaturen, z. B. das Entfernen von Bohrlöchern im Cockpit,
- Glasreparaturen,
- Polsterreparaturen, z. B. das Entfernen von Brandlöchern,
- Lackreparaturen (Spot-Lackierung), z. B. das Entfernen von Kratzern sowie
- Karosseriereparaturen, z. B. das Entfernen von Beulen ohne Lackbeschädigung.

1.3.5 Oldtimer- und Youngtimer-Restaurierung

Die Betriebe der Kfz-Branche, die sich mit Restaurierung beschäftigen, spezialisieren sich, meist als freie Werkstätten, auf bestimmte Marken. Erweitert wird diese Spezialisierung dadurch, dass markenähnliche Fahrzeuge mit zum Leistungsumfang gehören, d. h. werden z. B. Jaguarfahrzeuge restauriert, so ist eine Spezialisierung auf Kraftfahrzeuge britischer Herkunft durchaus sinnvoll/möglich.

Einige Kfz-Betriebe bieten herstellerübergreifend oft nach Gewerken oder Tätigkeiten spezialisierte Dienste an. In Frage kommt dabei zum Beispiel die Ausrichtung auf Karosserieinstandsetzung und Lackierung, Motoreninstandsetzung, Sattlerarbeiten oder Ähnliches.

In einer dritten Gruppe können Betriebe erfasst werden, die quasi im Nebenerwerb Fahrzeuge restaurieren. Kfz-Betriebe für moderne Fahrzeuge, als freie Werkstätten, Karosserieinstandsetzungs- und Lackierungsbetriebe oder Markenbetriebe bieten ihren Kunden an, in beispielsweise saisonbedingten Leerlaufzeiten in Etappen immer wieder am Oldtimer zu arbeiten. Das Fahrzeug verbleibt zwischenzeitlich, meist teilzerlegt, im Betrieb. Kostengünstiges Arbeiten wird vom Kunden dabei oft mit langen Wartezeiten bis zur Fertigstellung erkaufte.

1.3.6 Fahrzeugveredlung – Tuning

Beim Tuning wird eine technische Veränderung am Kraftfahrzeug vorgenommen, um z. B. die Motorleistung (Motortuning) oder die Fahreigenschaften (Fahrwerkstuning) zu verbessern. Beim optischen und akustischen Tuning werden dem Kraftfahrzeug ebenfalls verschiedene Komponenten (z. B. Leichtmetallfelgen) angebracht, um das Design oder den Sound den eigenen Wünschen anzupassen.

Der Kfz-Betrieb sollte ebenfalls die Fahrzeugveredlung seinen Kunden anbieten. Dieser Dienstleistungsbereich erfreut sich immer noch steigender Beliebtheit, d. h. der Kfz-Betrieb könnte einen zusätzlichen Umsatz generieren.

1.3.7 Handel mit Ersatzteilen und Zubehör

Der Handel mit Ersatzteilen und Zubehör wird in nahezu allen Fällen zusätzlich zum Fahrzeugvertrieb oder den Wartungs- und Reparaturdienstleistungen in den Kfz-Betrieben angeboten. Zu beachten ist, dass es sich bei diesem Geschäftsfeld noch um einen »Renditebringer« handelt, sofern es professionell betrieben wird und alle zur Verfügung stehenden Einkaufsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft werden. Insbesondere das Zubehörgeschäft verspricht dabei in einem Umfeld sinkender Margen und Werkstattauslastungen ein zusätzliches Ertragsfeld.

Gerade der Verkauf von Zubehör hat in den Betrieben in den letzten Jahren einen deutlichen Zuwachs erfahren. Mit entsprechenden Komplettangeboten für die fachgerechte Montage des Zubehörs kann zudem eine zusätzliche Auslastung des Werkstattbereichs erzielt werden.

1.3.8 Spezialisierte Servicebetriebe

Spezialisierte Servicebetriebe führen entweder nur bestimmte Tätigkeiten am Fahrzeug durch, wie z. B. Autoglasbetriebe, oder sind an einer Dienstleistung rund um das Fahrzeug beteiligt. Durchaus sind auch hier Kombinationen möglich. Spezialisierte Betriebe sind z. B.

- Autoglasbetriebe,
- Räder-/Reifenbetriebe,
- Karosserieinstandsetzungs- und Lackierungsbetriebe,
- Motoren- und Aggregateinstandsetzungsbetriebe sowie
- Kraftradbetriebe.

2 Rechtsform

2.1 Rechtsformwahl

Die Wahl der für den Kraftfahrzeugbetrieb optimalen Rechtsform stellt eine multidimensionale Entscheidung dar. Unterschiedlichste Einflussfaktoren rechtlicher, wirtschaftlicher oder steuerrechtlicher Art führen deshalb auch zu einem breiten Spektrum in der Praxis anzutreffender Unternehmensstrukturen. Vor diesem Hintergrund kann **keine für alle Fälle optimale Rechtsform** identifiziert werden. Es muss für den konkreten Einzelfall eine Abwägung von Vor- und Nachteilen in unterschiedlichsten Bereichen stattfinden, um die für den Einzelfall letztendlich bestmögliche Gestaltungsform zu finden.

In der Praxis des Kfz-Gewerbes sind deswegen neben Einzelunternehmen, Personengesellschaften unterschiedlichster Rechtsformen und Ausgestaltungen ebenso anzutreffen wie Kapitalgesellschaften oder auch die Mischformen, die versuchen, Vorteile der einen Gesellschaftsform mit Vorteilen der anderen zu verbinden.

Zur Frage, welche **maßgeblichen Faktoren** die Wahl der Rechtsform beeinflussen, lassen sich sicherlich die überwiegende Anzahl der Aspekte unter folgenden Kriterien zusammenfassen:

- Haftung,
- Unternehmensführung und -überwachung,
- Flexibilität,
- Publizitäts- und Mitbestimmungspflichten,
- Besteuerung der Gesellschaft und ihrer Gesellschafter.

Anhand dieser Kriterien sollen im Folgenden ganz grob die Vor- und Nachteile einzelner Rechtsformen kurz beleuchtet werden.

2.2 Einzelkaufmann/Personengesellschaft

2.2.1 Einzelkaufmann

Im Kraftfahrzeuggewerbe ist die Rechtsform des Einzelunternehmens nur bei Klein- und Kleinstunternehmen anzutreffen. Wegen der unmittelbaren persönlichen Haftung, die sich auf das gesamte Privatvermögen des Unternehmers erstreckt, ist diese Gesellschaftsform nicht empfehlenswert.

Unternehmensführung und Unternehmensüberwachung liegen einzig in der Hand des Inhabers. Aufgrund der Tatsache, dass diese Rechtsform zumeist nur in Fällen überschaubarer Firmengröße Anwendung findet, ist eine solche Fixierung auf eine Person für die Praxis unproblematisch.

Zur unbeschränkten persönlichen Haftung korrespondieren die Erleichterungen bzgl. der Publizität und der Mitbestimmung. Einzelunternehmen unterliegen nicht den Offenlegungsvorschriften des 4. Unterabschnittes des HGB (325 ff. HGB).

Daneben unterliegen Einzelunternehmen – gleich wie viele Mitarbeiter beschäftigt werden – weder dem DrittelbG noch dem MitbestG. Insoweit gibt es keinen mit Arbeitnehmern besetzten Aufsichtsrat.

Aber auch Einzelunternehmer unterliegen dem BetrVG und müssen daher in Abhängigkeit von der Anzahl der beschäftigten Arbeitnehmer einen Betriebsrat wählen lassen. Dieser hat nicht nur umfangreiche Informationsrechte, sondern auch Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte.

Steuerlich wird das Einkommen nach § 15 Abs. 1 Nr. 1 EStG unmittelbar beim Unternehmer der Einkommen- und der Gewerbesteuer unterworfen. Zu den Einzelheiten darf ich auf die entsprechenden Ausführungen bei den Personengesellschaften verweisen.

Es besteht im Rahmen des Einzelunternehmens keine Möglichkeit, dass der Unternehmer mit seiner Unternehmung einen Vertrag mit steuerlicher Wirkung z. B. über die Überlassung seiner Arbeitskraft oder von im Privatvermögen befindlichen Wirtschaftsgütern oder Darlehensbeträgen schließt. Allenfalls mit Familienangehörigen können solche Verträge im Rahmen der strengen steuerlichen Voraussetzung für die Anerkennung von Verträgen mit Familienangehörigen geschlossen werden.

Um der persönlichen Haftung zu entgehen, kann als Alternative die Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) nach § 5a GmbHG gesehen werden. Hierbei handelt es sich jedoch weder um ein Einzelunternehmen noch um eine Personengesellschaft, sondern eine GmbH, die von gewissen Vorschriften befreit ist (siehe 2.3 Kapitalgesellschaften).

2.2.2 GbR/OHG/KG

2.2.2.1 Gesellschaftsvertragliche und wirtschaftliche Aspekte

Auch bei diesen Gesellschaftsformen existiert in ihrer Grundform eine unmittelbare persönliche **Haftung** für alle (GbR/OHG) oder zumindest für einige Gesellschafter (Komplementäre der KG). Dies ist sicherlich der wesentliche Grund, warum diese Rechtsformen in ihrer »Reinform« ebenfalls nur bei Klein- und Kleinstgewerben, ansonsten aber kaum anzutreffen sind.

Auch hier korrespondieren mit der unmittelbaren persönlichen Haftung die entsprechenden Erleichterungen im Bereich der **Publizitätsvorschriften**. Auch diese Gesellschaften – zumindest sofern eine natürliche Person Komplementär einer KG ist – unterliegen keinen Offenlegungsvorschriften (§§ 325 ff. HGB).

Auch für die GbR, OHG und KG, bei denen keine Kapitalgesellschaften als Gesellschafter beteiligt sind, finden die Vorschriften des DrittelbG und MitbestG zur Einrichtung eines mit Arbeitnehmervertretern besetzten Aufsichtsrats keine Anwendung.

Gleichwohl unterliegen auch diese Rechtsformen dem BetrVG und es muss in Abhängigkeit von der Anzahl der beschäftigten Arbeitnehmer ein Betriebsrat gebildet werden.

Für die Fragen der **Unternehmensführung und Überwachung** gilt nach dem gesetzlichen Regelstatut für alle drei Gesellschaften eine Geschäftsführungsbefugnis der persönlich haftenden Gesellschafter nach §§ 709 bzw. 710 BGB, § 114 HGB bzw. § 164 i. V. m. § 161 Abs. 2 HGB. Die Regelungen sind, wie auch die meisten übrigen Regelungen für diese Rechtsformen, weitgehend dispositiver Natur, sodass einzelne persönlich

haftende Gesellschafter auch von der Geschäftsführung ausgeschlossen oder aber auch Kommanditisten zur Geschäftsführung berufen werden können. Eine Grenze findet eine vom Regelstatut abweichende Regelung erst dann, wenn die Grundsätze der Selbstorganschaft bzw. des Abspaltungsverbotes überschritten werden. Letztendlich können Geschäftsführungsrechte überlassen, aber nicht endgültig übertragen werden. Auch eine organschaftliche Vertretungsbefugnis ist außerhalb des Rahmens einer Bevollmächtigung nicht möglich.

Das Regelstatut geht – zumindest bei mehreren persönlich haftenden Gesellschaftern – davon aus, dass im Rahmen der Einstimmigkeit eine laufende gegenseitige Überwachung stattfindet. Auch wirtschaftlich – sofern eine persönliche Haftung überhaupt in Betracht gezogen wird – sollte ein persönlich haftender Gesellschafter Einfluss bzw. Mitbestimmungsrecht im Bereich der laufenden Geschäftsführung haben.

Für die beschränkt haftenden Kommanditisten findet die Überwachung der Unternehmensführung durch die nach dem Regelstatut zustehenden Stimmrechte in der Gesellschafterversammlung, Widerspruchsrechte für Geschäfte, die über den gewöhnlichen Betrieb des Handelsgewerbes hinaus gehen (§ 164 HGB) sowie durch die Einsichts- und Kontrollrechte (§ 166 HGB) statt. Dem Kommanditisten stehen nach § 166 HGB, der gleichlautend auch nach § 233 HGB für den typischen stillen Gesellschafter gilt, eine Abschrift des Jahresabschlusses zu. Hinsichtlich des Prüfungsberichts des Abschlussprüfers besteht nach herrschender Meinung nur ein Einsichtsrecht. Die Prüfung ist jedoch an den Jahresabschluss inhaltlich und zeitlich gebunden. Diese Kontrollrechte können als unabdingbare Rechte des Kommanditisten nicht abbedungen werden (vgl. BGH vom 11.07.1988, DB 1988, 2090), stellen aber keine wirksame Überprüfung der Geschäftsführung oder aller laufenden Geschäfte dar.

Nach dem Regelstatut hat der Kommanditist darüber hinaus bei Geschäften, die über den gewöhnlichen Betrieb des Handelsgewerbes hinausgehen, ein Zustimmungsrecht. Darüber hinaus wird ein solches Zustimmungsrecht bei Gesellschaftsvertragsänderungen oder bei Beschlüssen, die in den Kernbereich der Gesellschafterrechte eingreifen, angenommen. Sofern Mehrheitsentscheidungen einzelne Gesellschafter ohne sachlichen Grund schlechter stellen würden, wird ebenfalls von einem Zustimmungsrecht des betroffenen Kommanditisten ausgegangen.

Daneben haben alle Gesellschafter – sowohl persönlich haftende als auch beschränkt haftende – ein Stimmrecht in der Gesellschafterversammlung als oberstem Überwachungsorgan. Gemäß § 161 Abs. 2 i. V. m. § 119 HGB gilt für OHG und KG sowie gem. § 709 BGB für die BGB-Gesellschaft ein generelles Einstimmigkeitsgebot für Gesellschafterbeschlüsse. Da dies jedoch jedem Gesellschafter die Möglichkeit gibt, sämtliche Gesellschafterbeschlüsse durch Widerspruch zu verhindern, wird dies Recht in aller Regel durch eine Mehrheitsentscheidung nach Kapitalanteilen ersetzt. Durch ein so geregeltes Mehrheitsprinzip lassen sich aber die oben beschriebenen Widerspruchsrechte für außergewöhnliche Geschäfte und bei Entscheidungen, die in den Kernbereich der Gesellschafterrechte eingreifen, nicht aushebeln. Daneben bedarf es nach Rechtsprechung zum sog. Bestimmtheitsgrundsatz einer ausdrücklichen Regelung, welche Entscheidungen unter den Mehrheitsgrundsatz fallen sollen.

In der Praxis wird zum Teil auch durch Installation von Beiräten oder Verwaltungsräten ein weiteres mit in der Regel fachkompetenten Dritten besetztes Kontroll- oder Überwachungsgremium geschaffen. Im Bereich der Personengesellschaften mit persönlich