



Sarah Op den Camp/Dr. Christopher Lieb

Start-up

Legal Guide Gründung und Venture Capital

Sarah Op den Camp/Dr. Christopher Lieb

Start-up

Legal Guide Gründung und Venture Capital

Start-up

ISBN: 978-3-96276-089-2

Verlag: DATEV eG, 90329 Nürnberg

Stand: Mai 2022

Art.-Nr.: 34855/2022-05-01

Titelbild: © Yakobchuk Olena – www.stock.adobe.com

Druck: CPI Books GmbH, Birkstraße 10, 25917 Leck



© 2022 Alle Rechte, insbesondere das Verlagsrecht, allein beim Herausgeber.

Die Inhalte wurden mit größter Sorgfalt erstellt, erheben keinen Anspruch auf eine vollständige Darstellung und ersetzen nicht die Prüfung und Beratung im Einzelfall.

Dieses Buch und alle in ihm enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung der DATEV eG unzulässig.

Im Übrigen gelten die Geschäftsbedingungen der DATEV eG.

Angaben ohne Gewähr

Auch als E-Book erhältlich unter ISBN: 978-3-96276-090-8

Sarah Op den Camp

Europajuristin (Univ. Würzburg), Fachanwältin für Handels- und Gesellschaftsrecht

Sarah Op den Camp berät und vertritt Start-up-Unternehmen, Freiberufler, Mittelständler und große Unternehmen, insbesondere in den Bereichen Industrie und Medien. Zu Ihren weiteren Schwerpunktbereichen zählen der gewerbliche Rechtsschutz sowie das Urheber- und Medienrecht.

Dr. Christopher Lieb

Fachanwalt für Steuerrecht, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht

Dr. Christopher Lieb berät und vertritt Unternehmen und Freiberufler zu gesellschaftlichen Fragestellungen. Er ist darüber hinaus spezialisiert auf Fragen des gewerblichen Rechtsschutzes.

Er ist Lehrbeauftragter der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm und ständiges Mitglied des gemeinsamen Fachprüfungsausschusses „gewerblicher Rechtsschutz“ der Rechtsanwaltskammern Bamberg und Nürnberg.

Editorial

Nach einer Statistik des Portals *startupdetector.de* ergab sich im Vergleich zum Vorjahr im Jahr 2020 trotz der Corona-Pandemie eine nicht unwesentliche Steigerung an Gründungen der im Handelsregister eingetragenen Start-ups.¹

Der Trend zur Gründung scheint ungebrochen, insbesondere in den Bereichen Health, Bildung und E-Commerce.

Die Änderungen, die die Pandemie in unserem Alltag mit sich gebracht hat, haben vielen Branchen zu einem unerwarteten Digitalisierungsschub verholfen. Für Gründer aus den Bereichen künstliche Intelligenz (KI), Gesundheits- und Bildungswesen ergaben und ergeben sich weiterhin gute Chancen.

Schnelligkeit ist daher aktuell wichtiger denn je. Aus unserer täglichen Beratungspraxis wissen wir jedoch, dass bei schnellen Gründungen oft Punkte übersehen werden, die Gründer² später teuer zu stehen kommen oder ihnen gar sprichwörtlich das Genick brechen.

Wir versuchen daher aufzuzeigen, welche Fehler und Versäumnisse als „Klassiker“ gelten und wie man sie mit überschaubarem Aufwand und der gezielten Unterstützung einer steuerlichen und rechtlichen Beratung umschiffen kann.

Erlangen, im März 2022.

Sarah Op den Camp

Dr. Christopher Lieb

¹ www.startupdetector.de/startupdetector-report-2020.

² In dieser Publikation wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Die verwendete Sprachform bezieht sich auf alle Menschen, hat ausschließlich redaktionelle Gründe und ist wertneutral.

Inhalt

1	Einleitung.....	11
2	Begrifflichkeiten.....	12
2.1	Start-up	12
2.2	Venture Capital	14
3	Grundsatzfragen.....	15
3.1	Idee, Markt, Timing	15
3.2	Gründerteam, Aufgabenverteilung	15
3.3	Kapital, Businessplan	16
3.4	Risikobewertung.....	17
3.5	Steuern.....	18
3.5.1	Einkommensteuer.....	19
3.5.2	Körperschaftsteuer	20
3.5.3	Umsatzsteuer.....	20
3.5.4	Gewerbsteuer.....	23
3.5.5	Trennungs- und Transparenzprinzip.....	24
3.5.6	Import aus Drittstaaten.....	25
4	Rechtsformwahl	27
4.1	Auswahlkriterien.....	27
4.1.1	Kapital und Gründungskosten.....	27
4.1.2	Haftung	28
4.1.3	Außenwirkung	28
4.1.4	Steuerliche Belastung.....	28

4.1.5	Jahresabschluss, Buchführung	29
4.1.6	Publizität	31
4.2	Gegenüberstellung der einzelnen Rechtsformen	33
4.2.1	Einzelunternehmen	33
4.2.2	Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)	33
4.2.3	OHG (Offene Handelsgesellschaft)	33
4.2.4	KG (Kommanditgesellschaft)	34
4.2.5	GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung)	34
4.2.6	UG (Unternehmergesellschaft)	34
4.2.7	AG (Aktiengesellschaft)	35
4.2.8	SE (europäische Aktiengesellschaft)	35
5	Intellectual Property und Ideenschutz	37
5.1	Urheberrechte, Bedeutung im Unternehmen	37
5.1.1	Werke nach dem UrhG	37
5.1.2	Rechte des Urhebers	38
5.1.3	Wer ist Urheber?	39
5.1.4	Rechteeinräumung	40
5.1.5	Umfang des Einräumens von Rechten	40
5.2	Ideenschutz, Non Disclosure Agreement (NDA)	42
6	Firmierung, Marken und Unternehmenskennzeichen	44
6.1	Oberbegriff: Unternehmenskennzeichen	44
6.2	Firma	45
6.3	Geschäftsbezeichnung	45
6.4	Marke	46
6.4.1	Arten von Marken	47

6.4.2	Vorteile der Markenmeldung gegenüber Unternehmenskennzeichen.....	48
7	Wichtige interne Vertragswerke	50
7.1	Die Satzung der Gesellschaft	50
7.2	Alternative Musterprotokoll?.....	51
7.3	Gesellschaftervereinbarung/Shareholder Agreement ..	53
7.4	Geschäftsführeranstellungsvertrag	54
7.5	Wichtige Satzungsinhalte.....	54
7.5.1	Regelungen zu Einberufung und Durchführung von Gesellschafterversammlungen	56
7.5.2	Ladungsmodalitäten	56
7.5.3	Durchführung der Gesellschafterversammlung	58
7.5.3.1	Beschlussfähigkeit.....	59
7.5.3.2	Vertretungsrecht und Zuziehung von Begleitern	60
7.5.4	Protokoll.....	61
7.5.5	Übertragbarkeit von GmbH-Anteilen.....	63
7.5.6	Vinkulierungsklausel	63
7.5.7	Vorerwerbsrecht	64
7.5.8	Einziehung von Geschäftsanteilen	65
7.5.8.1	Die Einziehung	66
7.5.8.2	Einvernehmliche Einziehung	66
7.5.8.3	Zwangseinziehung aus wichtigem Grund	66
7.5.8.4	Hinauskündigungsklauseln	68
7.5.8.5	Verfahren bei der Zwangseinziehung.....	69
7.5.8.6	Wirkung der Zwangseinziehung.....	69
7.5.9	Abfindung ausscheidender Gesellschafter	70
7.5.9.1	Good Leaver/Bad Leaver	70

7.5.9.2	Abfindungszahlung in Raten	71
7.5.10	Festlegung des Verfahrens zur Ermittlung des Abfindungsbetrages.....	73
7.5.10.1	Buchwertklausel	74
7.5.10.2	Stuttgarter Verfahren.....	75
7.5.10.3	IDW S1-Gutachten.....	76
7.5.11	Durchführung der Ermittlung des Abfindungsbetrages	81
7.5.12	Auffangtatbestand zum Abfindungsbetrag	82
8	Verträge und Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB).....	84
8.1	Verträge	84
8.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	85
8.2.1	Bedeutung, Inhalt	85
8.2.2	Einbeziehung von AGB.....	87
8.3	Wichtige Vertragswerke	87
8.3.1	Non Disclosure Agreement (NDA)/Geheimhaltungsvereinbarung	88
8.3.2	Auftragsverarbeitungsverträge (AV-Verträge)	88
9	Internet- und Werbeauftritt	89
9.1	Impressum	89
9.2	Widerrufsbelehrung	90
9.3	Datenschutzerklärung	90
9.4	Werbeaussagen und Lauterkeitsrecht (Wettbewerbsrecht im engeren Sinne)	91
9.4.1	E-Mail-Werbung	92
9.4.2	Beispiele stets verbotener Formen der Werbung.....	93

10	Genehmigungen, Versicherungen, sonstige Voraussetzungen	95
10.1	Gründungs To-Dos	95
10.2	Versicherungen	95
10.3	Eintragung im Transparenzregister	97
11	Venture Capital.....	99
11.1	Ablauf einer Start-up Finanzierung	99
11.2	Übliche Klauseln in Venture Capital-Verträgen.....	101
11.2.1	Anti Dilution.....	101
11.2.2	Liquidationspräferenz.....	103
11.2.3	Drag Along-Klausel.....	105
11.2.4	Tag Along-Klausel.....	106
11.2.5	Vesting-Klausel.....	106
11.2.6	Gründer-Garantien	108
11.3	Methoden zur Start-up Bewertung	108
11.3.1	Methoden nach IDW S1	109
11.3.1.1	Discounted Cashflow und Ertragswert	110
11.3.1.2	Eignung der IDW S1-Verfahren zur Start-up Bewertung	112
11.3.2	Multiplikator-Verfahren	112
11.3.3	Venture Capital-Methode	113
12	Schlusswort	115

1

Einleitung

Es gibt zahlreiche Dinge, die im Zuge einer Gründung zu beachten sind.

Businesspläne werden geschrieben, Investoren gesucht, Gespräche mit Banken stehen an, es wird gerechnet und geplant.

Wer möchte sich da schon übermäßig mit den lästigen Formalien quälen? Gleich ob Vertragsgestaltung bei der Gründung z. B. im Zuge der Satzung, bei der Ausgestaltung erster AGB, der Verwendung einer Datenschutzerklärung oder der Vertragsverhandlungen mit Venture Capital-Gebern. Der Teufel steckt meistens im Detail und schlechte Verträge können einen jahrelangen Rattenschwanz an Folgeproblemen nach sich ziehen.

Dieses Buch soll Anregungen geben, sich über einige wichtige Fragestellungen Gedanken zu machen und gemeinsame Lösungen zu finden. Am besten noch vor der Gründung, im Zweifelsfall jedoch vor dem Gesellschafterstreit, der ersten Abmahnung oder dem Krach mit den Business Angels.

Hinweis

Das Buch kann eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Es wird daher empfohlen, rechtliche und steuerliche Beratung einzuholen.

2

Begrifflichkeiten

Zunächst soll klargestellt werden, worüber wir vorliegend schreiben, wenn von bestimmten, zentralen Begriffen in diesem Buch die Rede ist.

2.1 Start-up

Beim Begriff Start-up besteht – neben der Schreibweise – auch inhaltlich Uneinigkeit, welche Unternehmen hierunter fallen.

Auf *startupdetector.de* wird Start-up³ wie folgt definiert:

Unter Startups werden innovative, zumeist digitale Unternehmen im Alter von nicht mehr als zehn Jahren verstanden, die ein signifikantes Wachstums- und Skalierungspotenzial aufweisen und meist digitale Zielmärkte adressieren.

Daher berücksichtigt die Statistik von *startupdetector* nur solche Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen werden, also GmbHs, UGs, Aktiengesellschaften. Wer zunächst klein als GbR oder Einzelunternehmer*in startet, wird daher nicht erfasst.

³ startupdetector report 2020, S.3

Wikipedia definiert das Start-up⁴ wie folgt:

Start-up-Unternehmen

Ein Start-up-Unternehmen (von englisch to start up ‚gründen, in Gang setzen‘), auch Startup-Unternehmen oder kurz Start-up, ist eine Unternehmensgründung mit einer Geschäftsidee und hohem Wachstumspotenzial. Oft haben die Start-ups es dabei mit einem jungen oder noch nicht existierenden Markt zu tun und müssen erst ein funktionierendes Geschäftsmodell finden. Haben sie dieses etabliert, gelten sie allgemein nicht mehr als Start-up. Ehemalige Start-ups bewahren sich mitunter die erfolgreichen Ansätze von Start-ups (wie Innovationsfähigkeit, Flexibilität, Modernität, flache Hierarchien), fördern sie durch Inkubatoren, gründen bzw. gliedern eigene Sparten als Startups aus (sog. Spinoffs) oder übernehmen Start-ups durch Zukäufe. Die Finanzierung eines Start-ups erfolgt wegen der hohen Risiken meist nicht über klassische Finanzquellen, sondern durch sog. Business Angels, (Privatinvestoren), Wagniskapitalfinanzierern oder Crowdfunding.

Nach den vorstehenden Definitionen wird also eine GmbH, die digitale Inhalte vertreibt und auf eine Finanzierung durch Investoren ausgelegt ist als Start-up bezeichnet werden, eine Gesellschaft, die traditionelles Handwerk zum Inhalt hat hingegen nicht.

⁴ <https://de.wikipedia.org/wiki/Start-up-Unternehmen>, 22.04.2022.

Wir wollen es in diesem Buch mit Definitionen weniger streng halten und sprechen mit dem Begriff Start-up alle Arten von Gründern an.

2.2 Venture Capital

Venture Capital (auch als Wagniskapital oder Risikokapital bezeichnet) ist die meist zeitlich begrenzte außerbörsliche Überlassung liquider Mittel in Form von Eigenkapital an innovative, junge Unternehmen. Wie der Begriff bereits ausdrückt, handelt es sich um Kapital, das mit besonderen Risiken verbunden ist, insbesondere da es sich meist in der Frühphase von Unternehmensgründungen abspielt. Als Ausgleich, lassen sich die Kapitalgeber Anteile an der Gesellschaft einräumen und erhoffen sich im Erfolgsfall stattliche Renditen.

3

Grundsatzfragen

3.1 Idee, Markt, Timing

Am Anfang jeder unternehmerischen Reise steht eine Geschäftsidee. Sie ist Ausgangspunkt jedes Unternehmens und die Grundlage des Businessplans. Zunächst sollten die Gründer sich Gedanken machen, was ihre Ware oder Dienstleistung von anderen Wettbewerbern unterscheidet, welches Problem ihr Produkt bzw. ihre Dienstleistungen löst, wen sie mit ihrem Produkt erreichen wollen und ob hierzu besondere Zertifizierungen erforderlich sind.

Auch das Timing ist entsprechend zu berücksichtigen. Viele Ideen, die zu einem Zeitpunkt ein regelrechter Flop waren, werden zu einem späteren Zeitpunkt ein Erfolg, etwa weil die technischen Voraussetzungen andere sind (z. B. die durchschnittliche Internetversorgung von Haushalten) oder weil sich die Lebensumstände der Zielgruppe geändert haben (z. B. vermehrtes Arbeiten aus dem Homeoffice).

Daneben gilt es, eine Marketingstrategie festzulegen, die zur Zielgruppe passt. Besteht die Zielgruppe aus Senioren, wird Influencer-Marketing deutlich weniger Erfolg haben, als wenn ein junges Publikum angesprochen wird.

3.2 Gründerteam, Aufgabenverteilung

Bei der Zusammenstellung von Gründerteams ist auf eine sinnvolle Zusammensetzung zu achten. Aber was ist in diesem Zusammenhang sinnvoll? Als wichtiger Faktor beim Scheitern von Start-ups wird häufig genannt⁵, dass Gründerteams aus zu ho-

⁵ Lexa, Fail – Wie man als Start-up versagt, S.54.



Unser Buchtipp

Mit betrieblichen Kennzahlen zum Erfolg

Unternehmer und Unternehmerinnen müssen im fordernden operativen Geschäft oft kurzfristig Entscheidungen treffen. Sie verlassen sich dabei meist auf Erfahrungen und Bauchgefühl. Dennoch wünschen sich Entscheider mitunter mehr Gewissheit. Kennzahlen können das leisten – aber auch hier kommt es vor allem auf den Durchblick, statt auf „Zahlenflut“ an. Das Buch unterstützt Sie, den Nutzwert von Kennzahlen für Ihr Unternehmen zielgenauer einschätzen zu können. An praktischen Beispielen aus Lebens- und Unternehmenspraxis zeigt es einfach und anschaulich, wie sich Kennzahlen einsetzen lassen und welche Aussagekraft sie entfalten.

Das Buch auf einen Blick

- Zahlen, Daten, Fakten etablieren
- Kennzahlen einsetzen
- Zahlreiche Praxisbeispiele

Mit betrieblichen Kennzahlen zum Erfolg

ISBN Print:

978-3-96276-065-6

ISBN E-Book:

978-3-96276-067-0

19,99 Euro (brutto)

Neugierig auf mehr?

DATEV-Bücher finden Sie unter www.datev.de/buch und bei unseren Kooperationspartnern www.schweitzer-online.de und www.sack.de/datev-buch.

Übrigens: Sie können unsere Bücher auch im Buchhandel vor Ort oder online erwerben.