

LEX DOSSIER

Nachlassverfahren kann zur flexiblen Sanierung dienen



PABLO DUC

Fürsprecher, Bern, Partner Transliq AG.

Wir befassen uns nicht mit einem Nachlassverfahren, es bestehen noch Chancen auf Sanierung.» Diese dem Alltag des Autors entsprungene Aussage zeigt auf, dass der Nachlass des Schuldbetreibungs- und Konkursgesetzes (SchKG) in breiten Kreisen immer noch auf eine elegante Variante zum anrühigen Konkurs reduziert wird. Entgegen diesem Missverständnis dient er aber nicht primär der Unternehmensliquidation, sondern er bietet vielfältige und zu wenig genutzte Sanierungschancen.

Eingeleitet wird die Sanierung, indem der Richter auf entsprechenden Antrag hin eine Nachlassstundung verfügt. Der vom Richter ernannte Sachwalter prüft daraufhin die finanzielle Lage des serbelinden Unternehmens und erarbeitet zusammen mit diesem und den Gläubigern einen Nachlassvertrag. Daneben überwacht er, dass die insolvente Firma keine die Gläubiger schädigenden Handlungen vornimmt.

Dem Gläubigerschutz wird zudem insofern Rechnung getragen, als ein Nachlassvertrag nur dann gerichtlich genehmigt wird, wenn er für die Gläubiger vorteilhafter

«Es ist möglich, die Stundung länger zu gestalten, um saisonale Mehrerträge mitzunehmen.»

als ein Konkurs ist. Damit werden deren Interessen durch eine Sanierung besser als durch einen Konkurs geschützt.

Für die Sanierung stellt das SchKG eine breite Palette von Nachlassverträgen zur Verfügung: Nebst dem in Art. 314 umschriebenen Prozentvergleich (jeder Gläubiger erhält eine fixe Dividende; die Firma setzt ihre Tätigkeit nach Verfahrensende fort) als klassischem Sanierungsvertrag kann auch der Liquidationsvergleich (Art. 317 ff.) der Sanierung dienen. So etwa, indem das Vermögen des insolventen Unternehmens im Rahmen des Nachlassvertrags ganz oder teilweise an ein Drittunternehmen abgetreten wird (und der Abtretungserlös den Gläubigern zur Befriedigung dient).

Noch öfter gründen Investoren eine Auffanggesellschaft, welche die zur Weiterführung des rentablen Betriebsteils benötigten Assets während der Stundung «herauskauft», um den Betrieb mit der bisherigen Belegschaft nahtlos weiterzuführen.

Aber auch der Prozentvergleich ist flexibel und kann auf die konkrete Situation massgeschneidert werden: So kann bei einer insolventen Start-up-Firma die fixe Dividende mit einer Beteiligung an späteren Gewinnen kombiniert werden, damit die Gläubiger am vorhandenen Upside-Potenzial partizipieren. Ebenso ist möglich, die Stundung länger zu gestalten, um saisonale Mehrerträge «mitzunehmen».

Diese und andere Gestaltungsoptionen lässt das Gesetz zu. Es ist wünschenswert, dass vermehrt davon Gebrauch gemacht wird.

Kooperation: Weblaw AG, www.weblaw.ch



Gute Stimmung beim US-Giganten: Google feiert einen Erfolg nach dem anderen und lässt damit die Mitbewerber immer weiter hinter sich.

Google wächst und kann jubeln

INTERNET Trotz der Flaute an den Märkten schafft der Milliarden-Konzern einen Gewinnprung. Der Kurs der Aktie schnell nach oben. Jetzt will die Konkurrenz Googles Erfolg kopieren.

ANETTE DOWIDEIT

Googles heisse Wachstumsphase ist offenbar noch immer nicht vorbei. Der Internetkonzern verblüffte mit einem unerwartet guten Quartalsergebnis. Der Gewinn stieg in den ersten drei Monaten um 30% auf 1,3 Mrd Dollar. Der Umsatz liegt um 42% auf knapp 5,1 Mrd Dollar. Mit dieser Nachricht verblüffte der Konzern aus dem kalifornischen Silicon Valley die Anleger. Der Aktienkurs legte Ende Letzter Woche im Handelsverlauf um mehr als 20% zu, nachdem er seit Jahresbeginn 35% an Wert verloren hatte. Branchenexperten hatten erwartet, dass die US-Wirtschaftskrise Googles Wachstum einen spürbaren Dämpfer verpassen würde. Die Marktforschungsfirma Comscore hatte vor kurzem eine Schätzung veröffentlicht, laut der Google seine Einnahmen durch Werbeanzeigen kaum noch würde steigern können. Google erzielt 99% seiner Einnahmen durch Online-Werbung.

Kritiker werden enttäuscht

Der Konzern strafte die Kritiker jedoch Lügen. Die Werbeanzeigen, die der Konzern neben seinen Suchergebnissen platziert, wurden

in den vergangenen drei Monaten um 20% häufiger angeklickt als im Vorjahreszeitraum. Diese Klickrate ist für Google essenziell. Denn die werbenden Unternehmen zahlen in der Regel erst dann eine Gebühr, wenn der Nutzer auf die Anzeige klickt. Den deutlichen Zuwachs habe der Konzern geschafft, in dem er immer ausgefeiltere Technik einsetzte, um die Werbeanzeigen treffgenau zu platzieren, sagt Vorstandschef Eric Schmidt. «Wir zeigen weniger, aber dafür besser zugeschnittene Anzeigen, und das macht zum Teil unseren Erfolg aus», so Schmidt. Googles Werbetechnik ist offenbar mittlerweile so fortgeschritten, dass auch Konkurrenten diese nutzen wollen.

Ausland gibt Schub

Momentan testet der Internetkonzern Yahoo, die Anzeigenvermittlung neben seinen Suchergebnissen an Google auszulagern. Mit diesem Schritt will Yahoo effizienter werden, seinen Wert steigern und vor allem eine Übernahme durch den Technologiekonzern Microsoft abwehren. Aus Unternehmenskreisen hiess es, der zweiwöchige Test sei bisher sehr zufriedenstellend verlaufen (siehe Text unten).

Trotz des momentanen Erfolges mit den Suchanzeigen arbeitet der Konzern mit Hochdruck daran, sein Geschäft in andere Bereiche der Internetwerbung auszuweiten. Im vergangenen Quartal schaffte Google einen wichtigen Schritt. Der Konzern übernahm endgültig für 3,2 Mrd Dollar die Firma DoubleClick, die sich auf die Vermittlung von sogenannten Display-Werbeanzeigen im Netz spe-

zialisiert hat, etwa Bannerwerbung und Videoclips.

Google profitiert derzeit überdurchschnittlich vom Wachstum seines Auslandsgeschäfts. Denn aufgrund des schwachen Dollar tragen im Ausland erzielte Einnahmen verhältnismässig stärker zum Umsatz bei. Der Konzern erwirtschaftet 51% seiner Umsätze ausserhalb der USA. Vor einem Jahr waren es noch 48%.

SICHERES SURFEN

Datenschützer warnt vor Suchmaschinen

Kritik Hamburgs Datenschutzbeauftragter Hartmut Lubomierski hat zur Vorsicht bei der Nutzung von Suchmaschinen im Internet geraten. Sie gefährdeten das Persönlichkeitsrecht.

Problem I Wolle man Daten löschen, träten Probleme auf. US-Suchmaschinen wie Google weigerten sich, das europäische Datenschutzrecht anzuerkennen.

Problem II Bei Google bleiben Daten bis 24 Monate gespeichert. In Europa sind 6 Monate erlaubt.

Yahoo will mit Google kooperieren, um Microsoft auf Distanz zu halten

Eine Anzeige-Partnerschaft von Yahoo mit Konkurrenten Google rückt näher. Yahoo wolle angesichts eines derzeit erfolgreich laufenden Tests das Geschäft mit Werbung im Umfeld von Suchergebnissen an Google auslagern, schrieb das «Wall Street Journal». Eine solche Werbe-Allianz würde Microsoft den Übernahmegriff auf Yahoo erschweren. Allerdings wäre mit einer Prüfung der Wettbewerbshüter zu rechnen, da Google diesen Markt heute schon dominiert.

Eine Auslagerung der Werbeanzeigen rund um die Web-Suche an Google würde Yahoo dringend benötigte Zusatzeinnahmen beschaffen. Google ist in der Vermarktung erfolgreicher und bekommt mehr Geld je Anzeige. Die beiden

Unternehmen hatten den Probeauf kürzlich für 14 Tage angekündigt. Danach soll über das Potenzial entschieden werden.

Ende April läuft ein Ultimatum von Microsoft an Yahoo aus: Gelingt bis dahin keine Einigung über den Kauf, plant der Windows-Konzern eine feindliche Übernahme. Mit dem Kauf will Microsoft die Übermacht Googles bei den Suchanzeigen brechen. Yahoo lehnt das ursprünglich knapp 45 Mrd Dollar schwere Angebot bislang als zu niedrig ab.

Zur Abwehr der Übernahme verhandelt Yahoo Berichten zufolge auch mit dem Web-Portal AOL über eine Allianz. Auch Medienmogul Rupert Murdoch soll sowohl mit Microsoft als auch mit Yahoo im Gespräch sein. (hz)

PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine eigene Tradition.

Eine Patek Philippe gehört einem nie ganz allein.

Man erfreut sich ein Leben lang an ihr, aber eigentlich bewahrt man sie schon für die nächste Generation.

Herrenuhr mit Jahreskalender
Ref. 5146J
von Patek Philippe.

SEILER

JUWELIER SEIT 1881

GERBERGASSE 89 · BASEL · TEL 061 261 2733

ZIGERLI IFF

ZEIT FÜR EMOTIONEN · SEIT 1893

Uhren · Schmuck · Goldschmiede · Uhrmacher
Spitalgasse 14 · Bern · 031 311 23 67 · info@zigerli-iff.ch