

BEATA  
BAROTH

## Zwangsgeld droht

**Gastkommentar. Steuerexperte Beata Baroth über Pflichtangaben in geschäftlichen E-Mails und Telefaxen.**

**Änderung.** Dass Geschäftsbriefe bestimmte Angaben wie Geschäftsführer, Firma, Rechtsform, Registergericht und die Nummer etc. enthalten müssen, ist nicht neu. Neu ist seit 1. Januar 2007 die Klarstellung des Gesetzgebers, dass jede Form von Geschäftsbriefen von der Pflicht zu Mindestangaben erfasst ist, also auch E-Mails und Telefaxe. Betroffen sind Kapitalgesellschaften, ins Handelsregister eingetragene Personengesellschaften, eingetragene Einzelunternehmer sowie Partnerschaftsgesellschaften. Nicht nur E-Mails und Telefaxe, auch Quittungen und Bestellscheine, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet werden, müssen die Firma, die Rechtsform und den Sitz der Gesellschaft, das Registergericht des Sitzes der Gesellschaft und die Nummer, unter der die Gesellschaft in das Handelsregister eingetragen ist, sowie alle Geschäftsführer und, sofern die Gesellschaft einen Aufsichtsrat gebildet und dieser einen Vorsitzenden hat, den Vorsitzenden des Aufsichtsrates mit dem Familiennamen und Vornamen angeben. Fehlende Pflichtangaben auf Geschäftsbriefen kann das Handelsregister mit Zwangsgeld ahnden. Ob darüber hinaus eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung gerechtfertigt ist, ist gerichtlich nicht geklärt. Trotz der bislang nicht geklärten Rechtslage haben diverse Anwaltskanzleien ihr Tätigkeitsumfeld um diese Abmahnungen erweitert.

**Beata Baroth**  
[www.bbc-company.de](http://www.bbc-company.de)

**D**ie Zahlen machen neidisch: 87 Millionen US-Dollar aus Preisgeld, Werbung, Golfplatz-Design, Antrittsgeldern und sonstigen Nebeneinnahmen allein im vergangenen Jahr – das Wort Großverdiener verblasst angesichts solcher Summen für Tiger Woods. Zum Vergleich: Formel1-Star Michael Schumacher konnte im selben Zeitraum „nur“ 58 Millionen auf der Habenseite verbuchen. Branchen-Insider schätzen, dass der Ausnahme-Golfer schon 2010 der erste Sport-Milliardär der Welt sein könnte.

**Frauen-Power.** Woods liegt mit solchen astronomischen Summen zwar unangefochten an der Spitze der Einkommens-Millionäre, ist aber in guter Gesellschaft. Auf immerhin 44 Millionen kam Kollege Phil Mickelson im Jahre 2006 und auch Arnold Palmer, der durch Preisgelder nicht mehr reich werden könnte, verdiente am Rande der Fairways noch rund 30 Millionen. Und der Golf-Teenager Michelle Wie, Youngster im Profilager, kam dank werbetrichter Auftritte auf der Herren-Tour, Gastspielen in Europa sowie lukrativer Verträge mit Firmen wie Sony, Omega und Nike auf 20 Millionen US-Dollar in 2006; ganz schön viel Taschengeld für die 16-Jährige. Damit ist Wie die erste Proette in den

Top Ten der Golf-Millionäre. Selbst wenn man deren Kosten für Caddies, private Jets, persönliche Assistenten, Trainer und Mental Coaches abzieht, bleibt den Spitzenspielern noch genügend für die alten Tage.

Nicht ganz so schillernd ist der finanzielle Erfolg im hinteren Feld. Von den rund 1000 Golfern der World Money List verdiente über die Hälfte weniger als 100.000 Dollar im letzten Jahr. Ausgesprochene Härtefälle

kennt auch die European Tour, die 2006 immerhin 130 Millionen Euro an Preisgeldern ausschüttete. Ziemlich am Ende rangierte vergangenes Jahr ein Mr. Woods, Mathew Woods aus England – mit 436 Euro.

**Der Caddie als Millionär.** Je erfolgreicher der Tour-Pro, desto mehr verdient auch sein Caddie. Üblicherweise kassiert ein Caddie zehn Prozent des Preisgeldes bei einem Tour-Sieg, immerhin noch sieben

bei einer Top-Ten-Platzierung seines Spielers. Damit

könnte sich Tickers Taschen-

träger Steve Williams,

selbst Millionär,

sicher jederzeit zur Ruhe

setzen, und auch

die Caddies der nachfolgenden Tour-

Golfer müssen sich finanziell keine Sorgen machen.

Allerdings ist das Gros der Caddies weit weniger gut gestellt. Schließlich müssen sie ihre Reisekosten, ihre Krankenversicherung und ihre Altersvorsorge selbst finanzieren, ohne andererseits eine feste Anstellung zu haben. Damit bleibt die Handvoll Spitzenverdiener eine Ausnahme.

Gut zu tun haben dagegen die Agenturen, die Top-Spieler

betreuen. Vergangenen die Zeiten, da ein

Arnold Palmer und ein Mark McCormack

ihre Zusammenarbeit per Handschlag

besiegelten. Heute gibt es zwei

Dutzend professioneller Agenturen,

die im Schnitt 20 Prozent der

Preisgelder

