

Inhaltsübersicht

1 Einleitung

2 Grundlagen

- 2.1 Der Patentlizenz- und Know-how Vertrag
- 2.2 International verbundene Unternehmen
- 2.3 Zielanalyse des Lizenzgebers und Lizenznehmers
- 2.4 Anforderungen an eine Methode zur Ermittlung der Lizenzgebühr
- 2.5 Eignung vorhandener Modelle zur Ermittlung der Lizenzgebühr

3 Ein ganzheitliches Modell zur Ermittlung der Lizenzgebühr

- 3.1 Wertfindung: Der Entscheidungswert des Lizenzgebers und -nehmers
 - 3.1.1 Überblick zur Modellbildung
 - 3.1.2 Einzelne Erfolgsgrößen des Lizenzgeschäfts
 - 3.1.3 Der Gesamterfolg des Lizenzgeschäfts: Verdichtung der periodischen Erfolgsgrößen
 - 3.1.4 Die Isolierung des durch die Lizenz verursachten Erfolgs
 - 3.1.5 Die Preisgrenzen
- 3.2 Preisfindung innerhalb des Einigungsbereichs durch Verhandlung

4 Modellkritik

5 Nachwort

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Geleitwort des Mitherausgebers	V
Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	VIII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XVIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Gang der Untersuchung	3
2 Grundlagen	6
2.1 Der Patentlizenz- und Know-how-Vertrag	6
2.1.1 Definition der Lizenz	6
2.1.2 Betriebswirtschaftlicher Gegenstand des Lizenzvertrags	9
2.1.3 Rechtsnatur des Lizenzvertrags und anzuwendendes Recht	17
2.1.4 Formen des Entgelts für die Lizenz	20
2.1.5 Lizenz und Kartellrecht	26
2.1.5.1 Nationales Kartellrecht	27
2.1.5.2 EG-Kartellrecht	29
2.1.5.3 Zur Kartellrechtswidrigkeit von Vereinbarungen zwischen verbundenen Unternehmen	37

	Seite
2.1.6 Lizenz und Rechnungslegung	39
2.1.6.1 Rechnungslegung bei inländischem Lizenznehmer	39
2.1.6.2 Rechnungslegung bei inländischem Lizenzgeber	44
2.1.7 Lizenz und Steuerrecht	45
2.1.7.1 Körperschaftsteuerliche Behandlung der Lizenzgebühren	46
2.1.7.2 Die Lizenzgebühr bei sonstigen Steuern	54
2.1.7.3 Besteuerungsklausel	56
2.2 International verbundene Unternehmen	59
2.2.1 Definition der international verbundenen Unternehmen	59
2.2.2 Verbundene Unternehmen als Hauptträger des internationalen Lizenzverkehrs	63
2.3 Zielanalyse des Lizenzgebers und Lizenznehmers	66
2.3.1 Übergreifende Ziele des Lizenzgeschäfts	66
2.3.2 Zielanalyse des Lizenznehmers	67
2.3.3 Zielanalyse des Lizenzgebers	71
2.3.3.1 Zielstruktur des Lizenzgebers	71
2.3.3.2 Lizenzgeschäft und andere Formen des Außenwirtschaftsverkehrs	75
2.4 Anforderungen an eine Methode zur Ermittlung der Lizenzgebühr	80
2.4.1 Anforderungen an eine Ermittlungsmethode aus Normen von Recht und Verwaltung	80

	Seite
2.4.1.4 Technologiebewertung in nichtsteuerlichen Rechtskreisen	155
2.4.1.4.1 Patentrecht	155
2.4.1.4.2 Arbeitnehmererfindung	157
2.4.1.5 Methoden des Fremdvergleichs im Lizenzgeschäft	160
2.4.2 Anforderungen der Praxis an eine Ermittlungsmethode	166
2.4.3 Anforderungen der Betriebswirtschaftslehre an eine Ermittlungsmethode	169
2.4.3.1 Grundsätzliche Überlegungen	169
2.4.3.2 Berücksichtigung der Entscheidungssituation	171
2.4.3.3 Die Struktur eines Modells: Wert und Preis	174
2.4.3.4 Die Methoden eines Modells	177
2.4.4 Kohärenz der Anforderungen	180
2.5 Eignung vorhandener Modelle zur Ermittlung der Lizenzgebühr	187
2.5.1 Niederwestberg: Ein Modell bei Monopoltheorie und Sicherheit	188
2.5.2 Schultz: Ein kostenorientiertes Modell	193
2.5.3 Contractor: Ein empirisches Modell	196
2.5.4 Rahn	200
2.5.5 Kleineidam	202
2.5.6 Sonstige Modelle	205

	Seite
3 Ein ganzheitliches Modell zur Ermittlung der Lizenzgebühr	208
3.1 Wertfindung: Der Entscheidungswert des Lizenzgebers und nehmers	208
3.1.1 Überblick zur Modellbildung	208
3.1.1.1 Elemente des Prozesses der Wertfindung	208
3.1.1.2 Übergreifende Probleme bei einer Erfolgsberechnung des Lizenzgeschäfts	214
3.1.1.2.1 Definition des Erfolgs	214
3.1.1.2.2 Einflußfaktoren auf die Lizenzgebühr	217
3.1.1.2.2.1 Einflußfaktoren auf quantitative Größen der Wertfindung	219
3.1.1.2.2.2 Nichtquantitative Faktoren	221
3.1.1.2.2.3 Zur Gewichtung der Einflußfaktoren	222
3.1.1.2.3 Der Zeithorizont der Erfolgsberechnung	223
3.1.1.2.4 Das Unsicherheitsproblem	226
3.1.1.2.5 Das Interdependenzproblem	230
3.1.1.2.6 Zur Berücksichtigung der Steuern	233
3.1.2 Einzelne Erfolgsgrößen des Lizenzgeschäfts	236
3.1.2.1 Allgemeines	236
3.1.2.2 Das Gerüst: Verknüpfen von Simulationen	238
3.1.2.3 Preise	245
3.1.2.4 Mengen	248

	Seite
3.1.2.4.1 Ziel	248
3.1.2.4.2 Methode	250
3.1.2.4.2.1 Grundmodell	251
3.1.2.4.2.2 Modul Wiederkäufe	255
3.1.2.4.2.3 Modul Preis/absatzpolitische nstrumente im Allgemeinen	258
3.1.2.4.2.4 Modul Werbung	260
3.1.2.4.2.5 Modul produktübergreifende Wirkungen/ Substitution	261
3.1.2.4.3 Mittel	268
3.1.2.5 Kosten	271
3.1.2.5.1 Statische Betrachtung	272
3.1.2.5.1.1 Transferkosten	272
3.1.2.5.1.2 Forschungs- und Entwicklungs- kosten	274
3.1.2.5.1.3 Weitere Ausgaben des Lizenz- geschäfts	278
3.1.2.5.2 Dynamische Betrachtung	282
3.1.3 Der Gesamterfolg des Lizenzgeschäfts: Verdich- tung der periodischen Erfolgsgrößen	285
3.1.3.1 Methoden der Verdichtung	285
3.1.3.1.1 Simulation des Barkapitalwerts eines Lizenzetrags	286
3.1.3.1.2 Die Berücksichtigung der Sicherheits- präferenz	288

	Seite
3.1.3.1.3 Die Berücksichtigung übergreifender Investitionswirkungen	290
3.1.3.2 Die Anwendung der Methoden zur Verdichtung: Die Alternativen des Lizenzgebers und -nehmers	296
3.1.4 Die Isolierung des durch die Lizenz verursachten Erfolgs	299
3.1.4.1 Vorarbeiten zur Isolierung	301
3.1.4.2 Direkte Isolierung	302
3.1.4.3 Indirekte Isolierung: Monokausale Methoden	303
3.1.4.3.1 Parallele: Aufteilung des Konzerngewinns	304
3.1.4.3.2 Parallele: Betriebstättenergebnis	305
3.1.4.3.3 Wertung	308
3.1.4.4 Indirekte Isolierung: Multidimensionale Methoden	309
3.1.4.4.1 Funktionsanalyse	310
3.1.4.4.2 Bilanzbezogene Methode	312
3.1.4.4.3 Mehrwert	316
3.1.4.5 Die aufgabenbezogene Isolierungsmethode	318
3.1.4.5.1 Erfolgsfaktoren als Lösungsansatz	319
3.1.4.5.2 Erfolgsfaktoren im Lizenzgeschäft	325
3.1.4.5.2.1 Modellbildung	325
3.1.4.5.2.1.1 Das idealtypische Modell	325
3.1.4.5.2.1.2 Anforderungen an ein realisierbares Modell	331

	Seite
3.1.4.5.2.2 Modellrealisierung	332
3.1.4.5.2.2.1 Übergreifende Probleme der Modellrealisierung	332
3.1.4.5.2.2.2 Modellrealisierung durch Anpassung vorhandener Erfolgsfaktoruntersuchungen an das Lizenzgeschäft	334
3.1.4.5.2.2.3 Anforderungen an eine empirische Untersuchung im Lizenzbereich	340
3.1.4.6 Modellkritik	343
3.1.4.7 Die Anwendung der Methoden zur Isolierung	348
3.1.5 Die Preisgrenzen	350
3.1.5.1 Einfluß der Entgeltform auf die Wertfindung	351
3.1.5.1.1 Methode der Berücksichtigung	351
3.1.5.1.2 Beurteilung einzelner Entgeltformen	355
3.1.5.2 Preisobergrenze des Lizenznehmers	360
3.1.5.2.1 Grundsätzlicher Aufbau der Preisgrenze	360
3.1.5.2.2 Steuerfaktor	361
3.1.5.2.3 Fremdwährungsfaktor	363
3.1.5.3 Preisuntergrenze des Lizenzgebers	367
3.1.5.3.1 Grundsätzlicher Aufbau der Preisgrenze	367
3.1.5.3.2 Forschungs- und Entwicklungskosten	370
3.2 Preisfindung innerhalb des Einigungsbereichs durch Verhandlung	373
3.2.1 Bisherige Lösungsansätze	373

	Seite
3.2.2 Anforderungen an ein Modell der Preisfindung	376
3.2.3 Eigenschaften eines Modells der Preisfindung	383
3.2.4 Problembeschreibende Ansätze	386
3.2.5 Problemlösende Modelle	388
3.2.5.1 Matschke: Gewinnsummenmaximierung	388
3.2.5.2 Nash: Nutzenproduktmaximierung	392
3.2.5.3 Raiffa: Gleicher Nutzen	395
3.2.5.4 Modell der Verhandlungsmacht	395
3.2.6 Zur Anwendbarkeit der Modelle in der Realität	400
4 Modellkritik	403
5 Nachwort	405
Literaturverzeichnis	406
Stichwortverzeichnis	428