

# ifst

Institut Finanzen und Steuern

## Marken in multinationalen Unternehmen – Verrechnungspreisaspekte aus dem Blickwinkel des nationalen und internationalen Steuerrechts

**StB Jobst Wilmanns**

Deloitte & Touche GmbH

**StB Dr. Jutta Menninger**

Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG

**Dr. Martin Lagarden MBA**

Henkel AG & Co. KGaA

Mit Beiträgen von: Anna Feikus, Dr. Björn Heidecke, Christoph Heil, Isabella Jantz, Nadja Ollefs, Steffen Voll

In Medienkooperation mit

**DER  
BETRIEB**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassende Thesen</b> .....	13
<b>Einführung</b> .....	17
<b>I. Die Marke als Gegenstand steuerlicher Überlegungen</b> .....	19
1. Gegenstand und Bedeutung der Marke in der steuerlichen Praxis ( <i>Jobst Wilmanns, Steffen Voll</i> ) .....	19
a. Begriffsdefinition und Abgrenzung der Marke .....	19
aa. Begriffsdefinition und Abgrenzung .....	19
bb. Rechtliche Erschöpfung von Markenrechten .....	21
cc. Marke als strategischer Erfolgsfaktor .....	22
dd. Organisatorische Verankerung im Unternehmen .....	24
b. Marktbezogene Analyse der Marke .....	25
c. Steuerliche Aspekte .....	27
aa. Steuerliche Rechtsgrundlage und Korrektornormen .....	27
bb. Abgrenzung des Wirtschaftsgutes „Marke“ zu marketingbezogenen Leistungen .....	28
cc. Zurechnung von Markenrechten .....	29
dd. Aktivierung, Bewertung und Abschreibung von Markenrechten .....	29
ee. Laufende Rechtsprechung in Deutschland .....	30
ff. Anlässe der Bewertung in der steuerlichen Praxis .....	32
2. Auswahl geeigneter Bewertungsverfahren und -methoden ( <i>Dr. Jutta Menninger</i> ) .....	34
a. Standardmethoden .....	35
b. Betriebswirtschaftliche Bewertungsmethoden .....	36
c. Gewinnaufteilungsmethoden .....	45
3. Praktische Umsetzung der Markenbewertung ( <i>Dr. Martin Lagarden</i> ) .....	46
a. Der Bewertungskontext .....	46
aa. Steuergesetzliche Regelungen .....	47

bb.	Bewertungsstandards . . . . .	48
cc.	Unternehmensstrategie und Geschäftsmodell . . . . .	49
dd.	Branchen- und Marktumfeld . . . . .	50
ee.	Markenbewertungen als Teil des Managementprozesses . . . . .	50
b.	Der Bewertungsprozess . . . . .	52
c.	Die Bewertungsdarstellung. . . . .	71
aa.	Zusammenfassung der Ergebnisse der Bewertung . . . . .	71
bb.	Grundlagen der Bewertung . . . . .	71
cc.	Hintergrundinformationen für die Markenbewertung. . . . .	73
dd.	Unternehmensanalyse. . . . .	73
ee.	Bewertungsverfahren und -methode. . . . .	74
ff.	Bewertungsergebnisse . . . . .	76
4.	Modelle der Markennutzung und Implementierungs- überlegungen ( <i>Dr. Björn Heidecke, Steffen Voll</i> ). . . . .	77
a.	Modelle der Markennutzung . . . . .	78
aa.	Übertragung. . . . .	78
aaa.	Abgrenzung wirtschaftliches und rechtliches Eigentum . . . . .	78
bbb.	Isolierter Verkauf der Marke und Verkauf einer Marke im Paket . . . . .	80
ccc.	Ermittlung des Verrechnungspreises . . . . .	82
ddd.	Problemstellung: Verdeckter Ratenkauf als unbeabsichtigte Übertragung bei einer Nutzungsüberlassung. . . . .	83
bb.	Nutzungsüberlassung . . . . .	84
aaa.	Grundaussprägungen. . . . .	84
bbb.	Fremdüblicher Verrechnungspreis. . . . .	90
ccc.	Sonderfall Lizenzierung einer mit dem Konzernnamen identischen Marke . . . . .	95
ddd.	Weitere steuerliche Aspekte bei der Nutzungsüberlassung. . . . .	95
cc.	Pool-Konzept als Modell zur gemeinsamen Entwicklung . . . . .	98
aaa.	Definition und Ausprägung . . . . .	98
bbb.	Fremdübliche Umlage der Kosten . . . . .	99

b.	Implementierung . . . . .	100
aa.	Abstimmung wirtschaftliche Substanz und Steuersystem . .	101
bb.	Kostenabgrenzung . . . . .	102
cc.	Verträge . . . . .	105
dd.	Ausfuhrbeschränkungen . . . . .	107
ee.	Dokumentationspflichten . . . . .	107
ff.	IT . . . . .	108
c.	Praxisbeispiel und typische Fragestellungen . . . . .	108
d.	Zusammenfassung . . . . .	110
<b>II.</b>	<b>Internationale Bedeutung und Behandlung der Marke . . . . .</b>	<b>111</b>
1.	Marke im Blickwinkel internationaler Regelungen <i>(Nadja Ollefs, Isabella Jantz, Anna Feikus)</i> . . . . .	111
a.	BEPS & OECD-Richtlinien . . . . .	111
aa.	Historische Entwicklung auf Ebene der OECD. . . . .	111
bb.	Identifikation immaterieller Wirtschaftsgüter . . . . .	113
cc.	Zuordnung und Ertragsberechtigung aus immateriellen Wirtschaftsgütern . . . . .	115
dd.	Vergütung für die Übertragung/Überlassung immaterieller Wirtschaftsgüter . . . . .	117
ee.	Verrechnungspreismethoden für die Bestimmung der fremdüblichen Vergütung der Transaktionen im Zusammenhang mit immateriellen Wirtschaftsgütern . . . . .	119
b.	Behandlung der Marke aus dem Blickwinkel abkommensrechtlicher Regelungen. . . . .	121
aa.	Quellenbesteuerung im Rahmen abkommensrechtlicher Regelungen . . . . .	121
bb.	Abkommensrechtliche Definition von Lizenzgebühren . . . . .	123
2.	Steuerliche Behandlung der Marke in ausgewählten Ländern <i>(Jobst Wilmanns, Christoph Heil)</i> . . . . .	125
<b>III.</b>	<b>Literaturhinweise . . . . .</b>	<b>151</b>