

Titel: Verrechnung von Marken im Konzern - Eine empirische Analyse zur Ermittlung umsatzabhängiger Markenlizenzenpreise mit der äußeren Preisvergleichsmethode

Nach dem Grundsatz des Fremdvergleichs sind Lieferungen und Leistungen im Konzern zu Marktpreisen zu vergüten. Die Voraussetzung hierfür ist, dass die Marktpreise für diese Lieferungen oder Leistungen, wie z. B. die Überlassung der Marke, bekannt sind oder ermittelt werden können. Marktpreise sind jedoch nur dann vorhanden, wenn die konzernintern erbrachten Lieferungen und Leistungen Gegenstand des Geschäftsverkehrs mit oder zwischen fremden Dritten sind. Aber auch für den Fall, dass Markttransaktionen existieren, die den konzerninternen Transaktionen ähneln, lässt sich der Grundsatz des Fremdvergleichs nicht immer anwenden. Hierzu ist die sogenannte Sicherstellung vergleichbarer Verhältnisse erforderlich, d. h., dass diese Vergleichstransaktionen hinsichtlich ihrer maßgebenden Eigenschaften und preisbestimmenden Faktoren bekannt sind. Weichen die Transaktionen in den Eigenschaften und Faktoren voneinander ab, kann durch eine „Anpassungsrechnung“ die Vergleichbarkeit hergestellt werden. Die Grundsätze und weitergehenden Erkenntnisse hierzu sind weitgehend unterentwickelt. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, ist es vielfach offen, welche die maßgeblichen Eigenschaften und preisbestimmenden Faktoren einer Transaktion sind und welchen Einfluss sie bei den konzerninternen Lieferungen und Leistungen auf den Preis dieser Transaktion haben. Dennoch postulieren die OECD, die deutsche Finanzverwaltung und die Finanzverwaltungen zahlreicher Industrieländer einen Vorrang der Preisvergleichsmethode vor anderen, wie gewinn- und einkommensorientierten Methoden.

Die Anwendung der äußeren Preisvergleichsmethode bei der Ermittlung von Preisen setzt die Herstellung vergleichbarer Verhältnisse von Transaktionen voraus. Die Kriterien zur Herstellung vergleichbarer Verhältnisse werden sowohl von der OECD als auch von der deutschen Finanzverwaltung definiert. Sie umfassen eine Vielzahl von Einflussgrößen und allgemeinen Vergleichbarkeitsfaktoren, welche für die unterschiedlichen Arten der auftretenden Geschäftsvorfälle gelten. Bei Übereinstimmung dieser Einflussgrößen zwischen der Transaktion, die zwischen fremden Dritten abgeschlossen wurde und der konzerninternen Lieferung oder Leistung, wird vermutet, dass die am Markt beobachtbaren Preise den Anforderungen des Fremdvergleichs genügen und zur Feststellung der Preise konzerninterner Lieferungen oder Leistungen herangezogen werden können. Dass diese Annahme tatsächlich

ihre Gültigkeit beanspruchen kann, wurde sowohl in der Literatur als auch in der Praxis erwiesen, bislang jedoch noch nicht empirisch überprüft.

An dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit an. Ihr Gegenstand ist, empirisch zu überprüfen, ob bei Transaktionen zwischen fremden Dritten im Fall einer Übereinstimmung der von der deutschen Finanzverwaltung und der OECD postulierten Einflussfaktoren, welche als Maßstab für die Sicherstellung vergleichbarer Verhältnisse dienen, gleiche oder annähernd gleiche Preise realisiert werden. Dabei wird auf die äußere Preisvergleichsmethode zurückgegriffen und für den Geschäftsvorfall der Markenlizenzierung überprüft, ob auf Basis der operationalisierten Einflussfaktoren, die oben aufgeführte Vermutung zur Preisvergleichbarkeit empirisch bestätigt werden kann.

Um festzustellen, ob eine marktorientierte Ermittlung von Markenlizenzpreisen mithilfe der postulierten Einflussfaktoren möglich ist, muss im Vorfeld festgelegt werden, unter welchen Voraussetzungen von vergleichbaren Verhältnissen bei dem Geschäftsvorfall der Markenlizenzierung auszugehen ist. Vor diesem Hintergrund ist die originäre Aufgabe dieser Arbeit, die Anforderungen an die Sicherstellung der vergleichbaren Verhältnisse zu ermitteln und anschließend die relevanten, d. h. die preisbestimmenden Einflussfaktoren abzuleiten und zu operationalisieren.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Bestimmung von Verrechnungspreisen mithilfe der äußeren Preisvergleichsmethode zwischen international verbundenen Unternehmen sowohl die steuerpflichtigen Unternehmen als auch die Finanzbehörden vor große Herausforderungen stellt. Die Gründe hierfür sind sehr vielfältig und resultieren primär aus der mangelnden Verfügbarkeit von Preisen, die zwischen unabhängigen Vertragspartnern realisiert werden, und von Einflussgrößen, die im Rahmen der Sicherstellung vergleichbarer Verhältnisse heranzuziehen sind.

Insgesamt bestätigt die empirische Untersuchung, dass bei Transaktionen zwischen fremden Dritten im Fall einer Übereinstimmung der von der deutschen Finanzverwaltung und der OECD postulierten Einflussfaktoren gleiche oder annähernd gleiche Preise abgewickelt werden. Werden Markenlizenzpreise verglichen, die zwischen fremden Dritten unter vergleichbaren Transaktionsvoraussetzungen vereinbart wurden, so ist für diese Transaktionen entweder eine exakte Übereinstimmung der Preise feststellbar bzw. liegen die Preise innerhalb einer engen Preisbandbreite. Die Arbeit liefert wichtige Erkenntnisse zu den preisbestimmenden Einflussfaktoren für die Transaktion der Markenlizenzierung, ihrer Wirkungsrichtung und –stärke auf den Markenlizenzpreis. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Bestimmung einer Markenlizenzgebühr mithilfe der äußeren

Preisvergleichsmethode nur sehr eingeschränkt möglich ist. Die Grenzen ergeben sich aus der Schwierigkeit einer vollständigen Erfassung der relevanten Einflussfaktoren für die jeweilige Transaktion und der mangelnden Informationsverfügbarkeit in Bezug auf diese Faktoren. Des Weiteren ist fraglich, inwiefern die transaktionsbezogene Vorgehensweise, die dem Fremdvergleich zugrunde liegt, dem ökonomischen Verhalten, das zwischen fremden Dritten vorzufinden ist, entspricht.

Titel: Transfer pricing of trademarks within MNE groups – An empirical analysis of determination of prices of royalty rates for brands with the comparable uncontrolled price method

According to the dealing at arm's length principle, the price of goods transferred or services within MNE groups should be determined by the market forces. The requirement for this, is that the market prices for such goods or services are known or can be determined. However, market prices are only available if the goods transferred and services provided by MNE groups are the subject of business transactions within associated enterprises or between third parties. Even if market transactions exist that are similar to transactions within multinational enterprises, the arm's length principle cannot be always applied. This requires the i. e. "comparable uncontrolled transactions", what means, that the associated enterprises should operate as independent enterprises in comparable transactions and comparable circumstances. Such an analysis of the controlled und uncontrolled transactions, which are referred to the "comparability analysis" is the heart of the application of the arm's length principle. If the transactions are made between associated enterprises and independent enterprises differ in conditions, the comparability can be established by reasonable accurate adjustments to eliminate the material effects of such differences. Somehow, the principles and further knowledge of how to eliminate those differences are largely underdeveloped. It is often not clear which factors exactly determinate the comparability analysis that means, which factors are price-determining factors of a transaction and how they affect the price of the transactions. To determinate prices for goods and services within affiliated enterprises the OECD, the German Tax Administration and the financial administrations of many industrialized countries postulat the comparable uncontrolled price method over other, such as profit and income-oriented methods.

The application of the comparable uncontrolled price method for the determination of prices requires an appropriate comparability analysis. Both the OECD and the German Tax Administration specify multiple comparability criteria and factors, which apply to the different types of business transactions that occur. It can be assumed that in case of matching comparability factors for transactions between independent enterprises the prices which are

observed at the market meet the requirements for dealing at arm's length principle and they are appropriate to determine prices for affiliate companies. This conclusion has proved his validity in literature and in practice however has not been empirically tested yet. An empirical verification will be undertaken to figure out if prices, here royalty rates for trademarks, are the same or nearly equal by transactions, which are realized between third parties under comparable circumstances, postulated by the OECD and the German Tax Administration. Therefore, the comparable uncontrolled price method is being used. Based on operationalized comparability factors it was analyzed if the price comparability can be empirically confirmed. Within the scope of this work important findings on the price-influencing factors, their influence direction and influence strength for the transaction of trademark licensing could be obtained. The results show that the determination of prices for trademark royalty rates with comparable uncontrolled price method is possible, however in limited cases. These boundaries result from the entire identification of the relevant influencing factors for the respective transaction and the lack of information availability for these factors. Furthermore, it is questionable if the transaction-related approach, which is the heart of dealing at arm's length principle, corresponds to the economic behavior that exists between third parties.