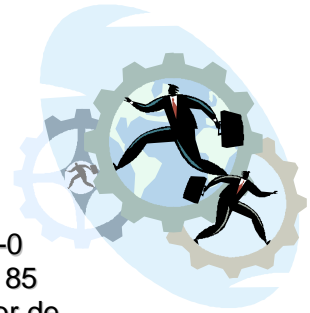




Consultor
start up



Kleemannstraße 14
D-93413 Cham
Tel.: 0 99 71 / 85 78-0
Fax: 0 99 71 / 80 19 85
eMail: info@consultor.de
home: www.consultor.eu/infobrief.htm

Cham, im **Juni 2007**

Steuern - Recht Infobrief für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer

Sehr geehrte Damen und Herren!

mit vorliegendem Infobrief dürfen wir Sie über eine **aktuelle Entwicklung im Franchiserecht bezüglich der steuerlichen Behandlung von Werbegebühren** informieren:

1. Allgemeines



Franchiseverträge enthalten im Wesentlichen gleichlautende Vereinbarungen über Aufwendungen für Werbemaßnahmen.

Üblicherweise konzipiert der Franchisegeber die überregionale Werbung, während die Franchisenehmer auf ihre Kosten die regionale Werbung im jeweiligen Vertragsgebiet betreiben.

Die Werbekosten für die überregionale Werbung werden aus einem gemeinsamen Werbeetat bestritten, welchen der Franchisegeber üblicherweise verwaltet und über dessen Höhe und Nutzung die Franchisegeber ihre Franchisenehmer jährlich zu unterrichten haben.

Die Franchisenehmer sind vertraglich verpflichtet, monatlich einen bestimmten Betrag auf das Konto des gemeinsamen Werbeetats einzuzahlen.

Einen weiteren Betrag haben sie monatlich selbst für die regionale Werbung aufzubringen.

*Geschäftsführung: Beate Geiling
Sitz der Gesellschaft: Cham
Zuständiges Registergericht: AG Regensburg
Handelsregisternummer: HRB 2531*

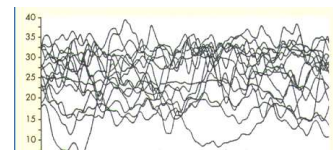
In den meisten Fällen enthalten die **Franchiseverträge keine Vereinbarungen** darüber, **wie mit den am Ende des jeweiligen Wirtschaftsjahres übrig gebliebenen Beträgen auf dem gemeinsamen Werbekonto zu verfahren ist.**

Vor Abschluss des Franchisevertrages sollten die Parteien deshalb zur Vermeidung von Streitigkeiten regeln, wie mit den am Ende des jeweiligen Wirtschaftsjahres übrig gebliebenen Beiträgen der Franchisenehmer auf dem gemeinsamen Werbekonto zu verfahren ist.

Am sinnvollsten erscheint es, dass der Franchisegeber diese Beiträge treuhänderisch für seine Franchisenehmer in deren Funktion als Treugeber verwaltet oder anteilig wieder an diese ausbezahlt.

Findet sich in den bereits abgeschlossenen Verträgen keine Regelung dahingehend, dass diese Beträge wieder an die Franchisenehmer zurückzuzahlen sind oder der Franchisegeber diese Beträge treuhänderisch verwaltet, sollten sowohl der Franchisegeber als auch die Franchisenehmer **darauf achten, wie sie die nicht verbrauchten Beträge in ihrer laufenden Buchhaltung beziehungsweise in ihren Bilanzen behandeln!**

2. Entscheidung des Finanzgerichts Düsseldorf



Einer Entscheidung des Finanzgerichts Düsseldorf lag der Sachverhalt zu Grunde, dass der Franchisegeber die Zahlungen der Franchisenehmer **in seiner laufenden Buchhaltung auf einem separaten Werbekonto buchte, von dem die Kosten für überregionale Werbung entrichtet wurden.**

Neben diesem laufenden Konto hat der Franchisegeber **für die nicht verbrauchten Beträge zusätzlich ein Festgeldkonto** geführt.

Im Rahmen der Jahresabschlüsse behandelte der Franchisegeber die auf dem Werbekonto eingegangenen Zahlungen, die nicht in demselben Wirtschaftsjahr für Werbung ausgegeben wurden, **gewinnneutral als passive Rechnungsabgrenzungsposten.**

Das Finanzgericht Düsseldorf hat in seiner Entscheidung festgestellt, dass die Bildung passiver Rechnungsabgrenzungsposten in diesem Fall nicht zulässig war.

a. Passive Rechnungsabgrenzungsposten

Nach § 5 Abs. 5 EStG sind Rechnungsabgrenzungsposten auf der Passivseite nur für solche **Einnahmen vor dem Abschlussstichtag, soweit diese einen Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen**, anzusetzen.

Die Zahlungen durch die Franchisenehmer in Form der überregionalen Marketinggebühren an den Franchisegeber erfolgen auf Grund ihrer **vor den Abschlussstichtagen fällig gewordenen Verpflichtungen** und stellen **keine Vorauszahlungen für erst nach diesem Stichtag fällig werdenden Verpflichtungen** dar.

Damit sind die auf dem Werbekonto eingegangenen und zum Abschlussstichtag nicht ausgegebenen Beträge nicht als passive Rechnungsabgrenzungsposten zu behandeln, da sie insoweit keine Einnahmen für zukünftig für Werbemaßnahmen zu verwendende Aufwendungen darstellen.



b. Treuhandvermögen

Ob ein Franchisegeber die auf dem Werbekonto eingegangenen und zum Abschlussstichtag nicht ausgegebenen Beträge **treuhänderisch verwaltet**, beurteilt sich wie folgt:

aa. Kenntlichmachung in der Bilanz

Nach der Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs wird ein Treuhandverhältnis nur dann steuerrechtlich anerkannt, wenn das **Treuhandvermögen in der Bilanz des Treuhänders als solches dargestellt wird**.

Sofern also Franchisegeber die von den Franchisenehmern erfolgten Zahlungen in ihrer laufenden Buchhaltung als Ertrag buchen und, soweit die Gebühren am Ende des jeweiligen Wirtschaftsjahres noch nicht aufgebraucht sind, in ihrer Bilanz nicht als Treuhandvermögen kenntlich machen, sondern diese aufgrund der Verbuchung durch passive Rechnungsabgrenzungsposten als zu ihrem eigenen Vermögen gehörenden Ertrag erfassen, fehlt es bereits an der grundlegenden Voraussetzung, dass das Treuhandvermögen in der Bilanz des Treuhänders als solches dargestellt wird.

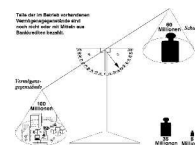
bb. Mitteilungspflicht

Darüber hinaus **müssen Franchisegeber ihren Partnern die auf die jeweiligen Franchisenehmer entfallenden verbleibenden Beträge mitteilen**, damit diese die verbleibenden überregionalen Werbegebühren als einen Ertrag in ihren Jahresabschlüssen behandeln können.

cc. Weisungsbefugnis des Treugebers

Darüber hinaus ist es für die Beurteilung, ob ein Treuhandverhältnis vorliegt, maßgeblich, ob die Franchisenehmer Einfluss auf die Verwendung der Gelder nehmen können, insbesondere wenn der Franchisegeber seinen Franchisenehmern gegenüber bei der Verwendung weder weisungsgebunden noch jederzeit zur Herausgabe verpflichtet ist.

Denn ein **wesentliches Kriterium** für eine gemäß § 39 AO von der Zivilrechtslage abweichende Zurechnung eines Wirtschaftsgutes, wozu grundsätzlich auch die Bildung von Treuhandvermögen gehört, **ist** nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs **die Weisungsbefugnis des Treugebers (Franchisenehmer) gegenüber dem Treuhänder (Franchisegeber)** sowie die grundsätzliche **Verpflichtung des Treuhänders zur jederzeitigen Rückgabe des Treuhandvermögens an den Treugeber**.



c. Rückstellungen

Letztendlich dürfen Franchisegeber auch keine in Höhe der nicht verauslagten Beträge Rückstellungen bilden.

Rückstellungen für ungewisse Verbindlichkeiten nach § 5 Abs. 1 Satz 1 EStG i.V.m. § 249 Abs. 1 Satz 1 HGB setzen das Bestehen oder die Wahrscheinlichkeit des künftigen Entstehens einer Verbindlichkeit dem Grunde und/oder der Höhe nach voraus, wobei die wirtschaftliche Verursachung der Verbindlichkeit in der Zeit vor dem Bilanzstichtag liegen muss.

Darüber hinaus muss der Schuldner **mit einer Inanspruchnahme ernsthaft rechnen**.

Die bloße Möglichkeit des Bestehens oder Entstehens einer Verbindlichkeit reicht nach der Rechtsprechung des Bundesfinanzhofes nicht zur Bildung einer Rückstellung aus.

Derartige, über die bloße abstrakte Möglichkeit hinausgehende ungewisse Verpflichtungen eines Franchisegebers oder eine konkrete Wahrscheinlichkeit deren künftigen Entstehens liegen üblicherweise nicht vor.


Sie ergibt sich auch insbesondere im Allgemeinen weder aus den jeweiligen Franchiseverträgen noch aus der Zweckgebundenheit der vereinnahmten Beträge.

Die bloße Möglichkeit, dass der Franchisegeber bei nicht zweckgerichteter Verwendung von einem oder mehreren Franchisenehmern in Anspruch genommen werden könnte, reicht nach Ansicht des Finanzgerichts Düsseldorf nicht für die Rechtfertigung einer Rückstellung für ungewisse Verbindlichkeiten aus!

Für ergänzende Auskünfte und Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Mit freundlichen Grüßen

Consultor start up GmbH
durch

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Geiling', written over the word 'durch'.

Christian Geiling, MBA
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Steuerrecht