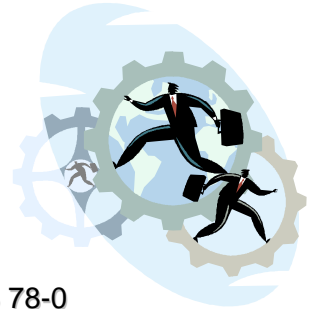




Consultor  
start up



Kleemannstraße 14

D-93413 Cham

Tel.: 0049 (0) 99 71 / 85 78-0

Fax: 0049 (0) 99 71 / 80 19 85

eMail: [info@consultor.de](mailto:info@consultor.de)

home: <http://www.consultor.eu/infobrief.htm>

kontaktowa: <http://www.consultor.eu/lhr%20Ansprechpartner.htm>

Cham, Czerwiec 2007

## Podatki - Prawo List informacyjny dla dla franczyzodawców i franczyzobiorców

Szanowni Państwo!

Niniejszym listem informacyjnym zawiadamiamy Państwo o aktualnym rozwoju w prawie franszyzy względem podatkowego traktowania składek reklamy:

### **1. Ogólne wskazówki**

Umowy franszyzy zawierają głównie jednobrzmiące postanowienia o nakładach dla działalności reklamowych.

Udzielający franszyzy zwykle sporządza nadregionalną reklamę, a biorący franszyzę zajmują się na własne koszty w ich obszarze umownym regionalną reklamą.

Koszty reklamy dla nadregionalnej reklamy pokryte zostaną z wspólnego budżetu reklamowego, który przez udzielającego franszyzę zwykle zostanie zarządzany i o którą wysokość i pożytek udzielający franszyzy biorącego franszyzę rocznie zawiadamuje.

Biorący franszyzę są zobowiązani umownie, miesięcznie zapłacić daną kwotę na rachunek wspólnego budżetu reklamowego.

Dalszą kwotę powinni sami miesięcznie dla regionalnej reklamy ponieść.

W większości przypadków umowy franszyzy nie zawierają postanowień, jak obejść się na koniec aktualnego roku gospodarczego z pozostałymi kwotami na wspólnym rachunku reklamowym.

Przed zawarciem umowy franszyzy strony powinny uregulować jak się mają obejść z pozostałymi składkami biorących franszyzę na wspólnym rachunku reklamowym na koniec aktualnego roku gospodarczego, aby uniknąć sporów.

Najbardziej sensowny wydaje się, iż udzielający franszyzy zarządza tymi składkami powierniczo dla swoich biorących franszyzę albo wypłaci te składki znowu proporcjonalnie.

Jeżeli nie znajdują się w zawartych umowach takie postanowienia, które dotyczą wypłacenia biorącym franszyzę składek albo zarządzenia powierniczego składkami przez udzielającego franszyzy, nie tylko udzielający franszyzy lecz także biorący franszyzę **powinni brać na to uwagę, jak oni obejdą się z niezużywanymi składkami w ich bieżącej księgowości albo w bilansie.**

## **2. Orzeczenie sądu finansowego w Düsseldorfie**

Orzeczenie sądu finansowego w Düsseldorfie opierało się na stanie rzeczy, iż udzielający franszyzy zaksięgował w bieżącej księgowości **uiszczenia biorącego franszyzę na odrębnym rachunku reklamy, z którego płacone były koszty nadregionalnej reklamy.** Udzielający franszyzy prowadził oprócz tego bieżącego rachunku **dla niezużytych składek dodatkowo konto na określony termin.**

Udzielający franszyzy traktował w zakresie bilansu rocznego wpłynięte uiszczenia biorących franszyzę na rachunek reklamowy, które nie zostały wydane na reklame w tym samym roku gospodarczym, **neutralnie co do zysków jak pozycje zrealizowaną w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnoszące się do przyszłych okresów.**

Sąd finansowy w Düsseldorfie stwierdził w orzeczeniu, iż sporządzenie pozycji zrealizowanej w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnosząca się do przyszłych okresów w tym wypadku jest niedozwolona.

### **a. Pozycja zrealizowana w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnosząca się do przyszłych okresów**

Zgodnie z § 5 ust. 5 ustawy o podatku dochodowym wyznacza się pozycję zrealizowaną w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnosząca się do przyszłych okresów na stronie pasywów tylko dla takie **wpływy przed dniem zamknięcia okresu obrachunkowego w księgach, o ile te przedstawiają przychody na dany czas po tym dniu.**

Uiszczenia w formie nadregionalnych opłat marketingu na rzecz udzielającego franszyzy biorącego franszyzę polegają na **zobowiązaniach, które zostają wymagalne przed dniami zamknięcia okresu obrachunkowego w księgach, oraz nie stanowią przesłanek dla po upływie tego określonego dnia wymagalnych zobowiązań.**

Wskutek tego kwoty, które wpłynęły na rachunek reklamowy oraz nie zostały wydane do upływu dnia zamknięcia okresu obrachunkowego w księgach, nie traktuje się jako pozycję zrealizowaną w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnoszącą się do przyszłych okresów, iż nie przedstawiają one w tym względzie wpływy dla nakładów, które będą w przyszłości użyte dla środków promocji.

## **b. Majątek powierniczy**

Następującym ocenia się, czy udzielający franszyzy kwoty, które wpłynęły na rachunek reklamowy oraz nie zostały wydane do upływu dnia zamknięcia okresu obrachunkowego w księgach, **zarządza powiernicznie**:

### **aa. Oznaczenie w bilansie**

Orzecznictwo najwyższego sądu finansowego uznaje tylko wtedy stosunek powierniczy ze względów prawa podatkowego, gdy **majątek powierniczy zostanie jako takie przedstawiony w bilansie**.

Jeżeli udzielający franszyzy zaksięguje uiszczenia, które zostały podjęte przez biorących franszyzę, w ich bieżących księgowościach jako przychód oraz nie oznaczają w ich bilansach tych uiszczeń, o ile kwoty nie są jeszcze zużyte przy upływie aktualnego roku gospodarczego, jako majątek powierniczy, lecz zarejestrują przychody jako części własnego majątku wskutek zaksięgowania przez pozycję zrealizowaną w bieżącym okresie obrachunkowym, lecz odnoszącą się do przyszłych okresów, brakuje podstawowej przesłanki, iż majątek powierniczy zostanie przedstawiony jako taki w bilansie powiernika.

### **bb. Obowiązek zawiadomienia**

Ponadto powinni udzielający franszyzy zawiadomić swoich parterów o pozostałych kwotach, które na odnośnych biorących franszyzę wypadają, aby oni mogli traktować pozostałe nadregionalne składki reklamowe jako przychód w swoich bilansach rocznych.

### **cc. Upoważnienie powiernika do udzielania wskazówek**

Ponadto jest znaczne dla oceny, o istnieniu stosunku powierniczego. czy biorący franszyzę może mieć wpływ na użycie pieniędzy, w szczególności, gdy udzielający franszyzy względem swoich biorących franszyzę ani nie jest wykonujący zlecenia ani nie jest o każdej porze zobowiązany do wydania.

Albowiem **jest istotnym kryterium** dla zgodzie z § 39 ustawy postępowania w sprawach podatków odmiennego zaliczania dobra gospodarczego, do którego należy zasadniczo tworzenie majątku powierniczego, zgodzie z stałym orzecznictwem najwyższego sądu finansowego **upoważnienie do udzielania wskazówek dającego powiernictwo (biorącego franszyzę) względem powiernika (udzielającego franszyzy)** oraz zasadniczy **obowiązek powiernika do wydania majątku powierniczego dającemu powiernictwo w każdej porze**.

c. **Rezerwy**

Na koniec udzielający franszyzy nie może gromadzić rezerwy w wysokości kwotów, które nie zostały wykładzone.

**Rezerwy na niepewne zobowiązania zgodnie z § 5 ust. 1 zdanie 1 ustawy o podatkach dochodowych łącznie z § 249 ust. 1 zdanie 1 niemieckiego kodeksu handlowego zakładają istnienie albo prawdopodobność przyszłego zaistnienia zobowiązania z względu przyczyny oraz/albo z względu wysokości, przy czym musi gospodarcze spowodowanie zobowiązania leczyć w czasie przed momentem bilansowym.**

Ponadto musi dłużnik **liczyć się z wykorzystaniem.**

Jedynie możliwość istnienia albo zaistnienia zobowiązania nie wystarcza zgodnie z orzeczeniem najwyższego sądu finansowego do gromadzenia rezerw.

Takie niepewne zobowiązania udzielającego franszyzy nie istnieją zwykle, które nie przekraczają abstrakcyjnej możliwości, albo konkretną prawdopodobność ich zaistnienia w przyszłości.

Nie wynika to też w szczególności ogólnie ani z umów franszyzy ani z związania z pewnym celem inkasowanych kwotów.

Jedynie możliwość, iż udzielający franszyzy może być zaabsorbowany przez jednego albo wielu biorących franszyzę ze względu niezgodnym z przeznaczeniem zastosowaniu, nie wystarczy do usprawiedliwienia rezerwy dla niepewne zobowiązania za zdaniem sądu finansowego w Dusseldorfie!

**Dla dodatkowe informacje oraz pytań stoimy w każdym czasie do Państwa dyspozycji!**

Z wyrazami szacunku

Consultor start up GmbH  
reprezentowany przez



mecenas Christian Geiling, MBA