

ZfTM-Work in Progress Nr. 77:

**Bilanzierung von Marken
nach HGB, DRS, IFRS und US-GAAP**

Torsten J. Gerpott^{*}/Sandra E. Thomas^{**}

© 2007

^{*} Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.

^{**} Dipl.-Kff. Sandra E. Thomas, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.



Zentrum für
Telekommunikations- und
Medienwirtschaft

Work in Progress

für die Telekommunikations- und Medienwirtschaft

ZFTM-Work in Progress ist eine Schriftenreihe des Förderkreises Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V. Alle Angaben erfolgten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für Fehler im Text und in Grafiken wird keinerlei Haftung übernommen. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden, dafür die beschriebene Lösung oder die verwendete Bezeichnung frei von gewerblichen Schutzrechten ist. Nachdruck oder sonstige Reproduktion (auch Auszüge) nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Vorstandes des Förderkreises. Herausgeber (presserechtlich verantwortlich): Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Dipl.-Wirtsch.-Ing. Andreas Walter, Dipl.-Kf. Sandra Thomas.

Kontakt:

Förderkreis Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V.
Am Freischütz 6
47058 Duisburg
Tel 0203-3793109
Fax 0203-3792656
Internet www.zftm.de
Email kontakt@zftm.de

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Bilanzansatzvorschriften für Marken	4
2.1. HGB	4
2.2. DRS	6
2.3. IAS/IFRS	7
2.4. US-GAAP	9
3. Bilanzbewertungsvorschriften für Marken	12
3.1. Erstbewertung	12
3.1.1. HGB	12
3.1.2. DRS	13
3.1.3. IAS/IFRS	14
3.1.4. US-GAAP	15
3.2. Folgebewertung	18
3.2.1. HGB	18
3.2.2. DRS	21
3.2.3. IFRS/IAS	22
3.2.4. US-GAAP	25
4. Offenlegungspflichten für Marken	27
4.1. Anhang.....	27
4.2. Lagebericht	29
5. Zusammenfassung	32

Vorspann

In Wissenschaft und Praxis mehren sich die Forderungen nach einer verstärkten Berücksichtigung immaterieller Vermögenswerte im Rahmen einer kapitalmarktorientierten Rechnungslegung. Markenwerte nehmen in der Gruppe dieser sog. Intangibles aufgrund ihres z.T. erheblichen Anteils am Unternehmensvermögen eine herausragende Stellung ein. Dennoch bestehen bislang weit greifende Bilanzierungsverbote im deutschen Handelsrecht. Vor dem Hintergrund der nahenden Bilanzierungspflicht nach IAS/IFRS-Rechnungslegung für Konzerne, welche z.T. auch nach US-GAAP Rechenschaft ablegen und der diesjährigen Neufassung des IAS 38 „Intangible Assets“ bzw. des IFRS 3 „Business Combinations“, vergleicht dieser Beitrag detailliert Ansatz-, Bewertungs- und Offenlegungsvorschriften für Marken in den verschiedenen Rechnungslegungswerken und deutet Verbesserungspotenziale hinsichtlich eines umfassenden markenbezogenen Value Reporting an.

1. Einleitung

Mit dem Wandel entwickelter industrieller Volkswirtschaften in Richtung auf die Ausweitung von dienstleistungs- und wissensorientierten Leistungserstellungsprozessen verlieren materielle Produktionsfaktoren wie Grundstücke, Gebäude und Sachanlagen zunehmend an Bedeutung. Immer mehr Unternehmen agieren mit einem Minimum an körperlichen Produktionskomponenten. Zu eigentlichen Wertschöpfungsquellen werden physisch nicht greifbare Ressourcen wie Humankapital, F&E-Befunde oder Kundenwahrnehmungen von Unternehmen in Form von Marken.

Diese Ressourcen werden in nicht immer konsistenter Weise unter Begriffen wie „immaterielle Werte“, „intellectual property/capital“ oder auch „intangibles“ zusammengefaßt. Dabei werden solche immateriellen Vermögenspositionen üblicherweise negativ abgegrenzt und als nicht monetäre Werte ohne körperliche Substanz umschrieben.¹ So definiert der Deutsche Rechnungslegungs Standard (DRS) immaterielle Vermögenswerte als „identifizierbare in der Verfügungsmacht des Unternehmens stehende, nicht-monetäre Vermögenswerte ohne physische Substanz, welche für die Herstellung von Produkten oder das Erbringen von Dienstleistungen, die entgeltliche Überlassung an Dritte oder für die eigene Nutzung verwendet werden können.“² Die International Financial Reporting Standards (IFRS) kennzeichnen immaterielle Vermögenswerte lediglich als „identifizierbar“, „nicht-monetär“ und „ohne physische Substanz“.³

Immaterielle Vermögenspositionen werden in den Bilanzierungsvorschriften in *selbstgeschaffene* (= originäre) und *erworbene, fremdbezogene* (= derivate) Vermögenswerte unterschieden. Bei originären immateriellen Positionen stellt sich das Problem

¹ Vgl. *Arbeitskreis "Immaterielle Werte im Rechnungswesen" e.V.*, DB 2001 S. 990.

² DRS 12.7. Vgl. *Langecker/Mühlberger*, KoR 2003 S.109.

³ International Accounting Standards (IAS) 38.7. Vgl. *Wendlandt/Vogler*, KoR 2003 S. 67. Der Verzicht auf den Einbezug möglicher Verwendungen in die Abgrenzung immaterieller Vermögenswerte erfolgte im Zuge der Überarbeitung des IAS 38 (veröffentlicht am 01.04.2004). Hierbei wurden die Änderungsvorschläge des Exposure Draft (ED) 38 verarbeitet. Das Kriterium der Identifizierbarkeit nach IAS 38 ist im Vergleich zur DRS-Sichtweise weiter gefasst. Nicht allein die selbstständige Verwertbarkeit, sondern bereits die Separierbarkeit vom Goodwill, auch im Fall eines nur im Gesamtzusammenhang übertragbaren Wertes, führt zur Erfüllung der Anforderung der Identifizierbarkeit (IAS 38.11f.). IAS 38.11b unterstreicht dieses Verständnis durch den Hinweis auf die Identifizierbarkeit von vertraglichen bzw. gesetzlichen Rechten „regardless of whether those rights are transferable or separable“. Vgl. auch *Langecker/Mühlberger*, a.a.O. (Fn. 2), S. 109f.

der in der Natur dieser vermögenswerten Vorteile liegenden Unsicherheiten bei der Identifizierung, quantitativen Abbildung und objektiven Überprüfbarkeit ihrer bilanzierungsfähigen Werte. Ein „objektiv richtiger“ Wertansatz ist für originäre Intangibles nahezu unmöglich. Da bei der bilanziellen Bewertung von Vermögensgegenständen nationale und internationale Rechnungslegungsvorschriften insbesondere auf die Sachlichkeit und Objektivität der Wertansätze abheben, greifen in der Rechnungslegung bislang weit reichende Aktivierungsverbote für selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte. Demnach wird ein erheblicher Teil der in Unternehmen vorhandenen Werte bilanziell nicht berücksichtigt. Materielle Güter werden folglich in der Bilanzierung privilegiert.⁴ Bei derivaten Vermögenspositionen kann dagegen regelmäßig über den Kaufpreis ein Wert bilanziell quantifiziert werden.

Je höher die Bedeutung (originärer) immaterieller Ressourcen für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens ausfällt, desto weiter entfernen sich dessen bilanzielle Wertabbildung und tatsächliche Marktkapitalisierung.⁵ Ziel einer externen Rechnungslegung ist jedoch die Erfassung aller im Unternehmen vorhandenen Vermögenswerte (= Vollständigkeitsprinzip) zur Gewährleistung einer möglichst realitätsnahen Unternehmensbewertung. Aus diesem Grund werden zunehmend Forderungen nach einer Anpassung der herrschenden Vorschriften hin zu einer kapitalmarktorientierten Rechnungslegung laut.⁶ Dabei sollen unter anderem immaterielle Vermögenspositionen stärker berücksichtigt werden.

Marken, also ausführlicher „Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackungen sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer

⁴ Vgl. *Fülbier/Honold/Klar*, RIW 2000 S. 834 (842).

⁵ Bereits im Jahr 2000 berichteten 94% (44%) der DAX100-Unternehmen in ihren Geschäftsberichten zusätzlich über die Kursentwicklung (die Aktienrendite), um ein Bild der Marktkapitalisierung zu vermitteln. *Ruhwedel/Schultze*, ZfbF 2002 S. 618.

⁶ Für viele: *Arbeitskreis "Immaterielle Werte im Rechnungswesen" e.V.*, a.a.O. (Fn. 1) 2001, S. 989; *Pellens/Fülbier/Sellhorn*, in: Coenenberg/Pohle (Hrsg.), *Internationale Rechnungslegung*, 2001, S. 83; *Ranker/Wohlgemuth/Zwirner*, KoR 2001 S. 277.