



EINTRITT IN DEN RUSSISCHEN MARKT: FEINHEITEN DER AKKREDITIERUNG

DER ERSTE SCHRITT AUF DEM RUSSISCHEN MARKT IST UND BLEIBT FÜR AUSLÄNDISCHE FIRMEN DIE GRÜNDUNG EINER FILIALE ODER ERÖFFNUNG EINER REPRÄSENTANZ. WAS SOLLTE MAN WISSEN, UM NICHT ERLEBEN ZU MÜSSEN, DASS SICH DIESER ERSTE SCHRITT ÜBER VIELE MONATE HINZIEHT? / VIKTOR SPAKOW, AHK RUSSLAND

Repräsentanzen und Filialen bleiben weiterhin mit die gefragtesten Formen der Tätigkeit ausländischer Firmen auf dem russischen Markt. Laut offizieller Statistik der Deutsch-Russischen Auslandshandelskammer waren im Dezember 2017 insgesamt 541 deutsche Unternehmen in Russland in eben dieser Weise vertreten. Dank der unkomplizierten Gründung und Verwaltung von Repräsentanzen und Filialen ebenso wie auch der günstigen Besteuerung dieser Strukturen waren sie über viele Jahre unersetzlich für diejenigen, die den russischen Markt kennenlernen, Kunden vor Ort suchen, Ver-

handlungen führen und an Messen und anderen Veranstaltungen teilnehmen wollten.

„AKKREDITIERUNGSANTRAG ZURÜCKGEWIESEN!“

Nichts halte aber ewig, sagen Ihnen heute Anwälte, die sich mit der Akkreditierung von Filialen und Repräsentanzen ausländischer Unternehmen in Russland befassen. Permanente Verweigerung der Akkreditierung durch die Steuerbehörden aus völlig haltlosen Gründen verwandelten diese Formen des Eintritts in den russischen Markt in einen richtigen bürokratischen Hürdenlauf.

Hier sind zwei Beispiele aus der Praxis. Eine bayerische Anwaltskanzlei reicht Unterlagen für die Akkreditierung ihrer Repräsentanz in Moskau ein und erhält anderthalb Monate später eine Absage. Die Absage wird mit einem blauen Fleck auf der Satzung der deutschen Gesellschaft begründet, die der Steuerinspektor als „offiziellen Stempel mit fehlender Übersetzung“ auffasste, wodurch sich die gesamte Satzung automatisch in ein dem Gesetz nicht angemessenes Dokument verwandelte. Sämtliche Argumente der Juristen, bei dem blauen Fleck handle es sich nicht um einen Stempel, sondern um die



Farbe des Stempels vom nächsten Blatt, wurden zurückgewiesen. Der Gesellschaft gingen dadurch drei Monate Arbeit, 120.000 Rubel Verwaltungsgebühr – sonstige Unkosten nicht mitgerechnet – sowie jede Menge Nervenzellen verloren. Und doch kam diese Gesellschaft gewissermaßen mit einem blauen Fleck – sprich Auge – davon. Wesentlich schlimmere Folgen wird eine Absage für Repräsentanzen oder Filialen haben, die ihre Akkreditierung verlängern wollen: Da die Prüfung der Unterlagen viel Zeit in Anspruch nimmt, wird eine Absage seitens der Steuerbehörde eine Blockierung der Konten der frag-

lichen Struktur durch die russische Bank bewirken und als Folge die Aktivitäten der betroffenen Gesellschaft in Russland vollständig lahmlegen.

Ein zweiter Fall: Die Akkreditierung der Filiale eines europäischen Patentanwaltsbüros wurde buchstäblich wegen einer Verschiebung von Begriffen im Dokument verweigert. Falls Sie es nicht wissen sollten: Repräsentanzen werden in Russland „eröffnet“ und Filialen „gegründet“ (bzw. wörtlich „geschaffen“). Wenn Sie in Ihren Unterlagen „Eröffnung einer Filiale“ bzw. „Gründung einer Repräsentanz“ geschrieben haben, laufen Sie mit großer Wahrscheinlichkeit Gefahr, keinen leichten Eintritt in den russischen Markt zu erleben.

REGELN SIND DA, EXAKTE ANWENDUNG FEHLT

Die Akkreditierung von Filialen und Repräsentanzen ausländischer Firmen wird in Russland durch eine einzige Rechtsvorschrift geregelt. Man kann sie auswendig lernen, aber es fällt einem recht schwer, stets auf Absurditäten ihrer Anwendung gefasst zu sein.

Auf dem Papier sieht der Akkreditierungsablauf für eine Filiale bzw. Repräsentanz recht unkompliziert aus:

- Eine ausländische Gesellschaft beschließt die Gründung/Eröffnung einer Filiale/Repräsentanz und hat anschließend zwölf Monate Zeit, um bei der registrierenden russischen Steuerstelle das Paket ihrer Akkreditierungsunterlagen einzureichen.
- Das Paket der einschlägigen Unterlagen muss neben dem Akkreditierungsantrag die Gründungsunterlagen der betreffenden ausländischen Firma sowie eine Bescheinigung der Steuerbehörde enthalten, die ihren Status als Steuerinländer bestätigt.
- Für die Prüfung der Unterlagen, die der Steuerstelle vorgelegt werden, wird eine Verwaltungsgebühr in Höhe von 120.000 Rubel erhoben. Zum Vergleich: Die Gebühr für die staatliche Registrierung einer Rechtsperson beträgt lediglich 4000 Rubel. Die russischen Steuerbehörden machen gar kein Hehl daraus, dass diese hohe Gebühr und – als Folge – die häufige Verweigerung der Akkreditierung dazu dienen, den Staatshaushalt aufzufüllen.
- Die Frist für die Prüfung der Akkreditierungsunterlagen beträgt 30 Arbeitstage (gegenüber den drei Arbeitstagen bei der staatlichen Registrierung einer Rechtsperson), wonach die Steuerbehörde ihre Entscheidung trifft.

Während dieser Frist besteht keine Möglichkeit, Unterlagen nachzureichen, etwas zu korrigieren oder einfach einen Spezialisten des Föderalen Steuerdienstes zu konsultieren. Sich gegen eine Absage zu versichern, ist nur mithilfe von Juristen möglich, die mit allen Tricks für die Ak-

kreditierung ausländischer Firmen zuständiger Steuerbeamten vertraut sind.

RATSCHLÄGE FÜR „ANFÄNGER“

Bei der Vorbereitung des Akkreditierungspaketes sollte die Ausfertigung von entsprechenden Unterlagen sehr sorgfältig geprüft werden. Die Angaben zur ausländischen Firma müssen geprüft und die Ziele der Gründung einer Filiale bzw. Eröffnung einer Repräsentanz, die Tätigkeitsarten und der Verwaltungsmodus exakt angegeben werden. Alle Dokumente müssen in erforderlicher Weise beglaubigt und alle fremdsprachigen Unterlagen ins Russische übersetzt sein. Lassen Sie alle Übersetzungen durch russische Notare beglaubigen.

Leider stellt sich die Situation so dar, dass eine russische Steuerbehörde, wenn sie es will, sehr schnell eine Begründung für die Verweigerung der Akkreditierung Ihrer Filiale bzw. Repräsentanz findet, die Gründe für die Absage dann aber so verschwommen wie nur möglich angibt. Dank der bestehenden Möglichkeit, die Gründe für die Absage ganz allgemein zu formulieren, können die Steuerbehörden alle nur möglichen Ablehnungsgründe ersinnen, wodurch ausländischen Firmen selbst reale Mechanismen zur gerichtlichen Anfechtung derartiger Entscheidungen fehlen. Die Absage kann sogar durch solche aus rechtlicher Sicht belanglosen Mängel begründet werden wie etwa fehlende Übersetzung des Stempels auf einer Seite des Dokuments (und zwar selbst dann, wenn auf allen anderen Seiten die Übersetzung da ist), inkorrekte Wiedergabe der E-Mail-Adresse bei der Übersetzung eines Formulars, fehlende Nummer eines notariell beglaubigten Dokuments in der eingereichten Übersetzung. Darüber hinaus sollte der Vermerk sorgfältig geprüft werden, mit dem der Notar die Richtigkeit der Übersetzung bescheinigt. Bekannt sind Fälle, dass selbst erfahrene Notare aus der Beanstandung ihrer Beglaubigungsvermerke durch Steuerbehörden nicht klug werden konnten.

In der Zeitspanne vom 1. Januar 2015 bis 1. August 2016 verweigerte der Föderale Steuerdienst 216 ausländischen Firmen von den mehr als 2600 Antragsstellern die Erstakkreditierung. Somit wurden die Akkreditierungsanträge von rund zehn Prozent aller Firmen abgelehnt. Sie meinen, dass sei gar nicht so viel? Nichtsdestotrotz kann jede Absage gescheiterte Vertragsabschlüsse, eingebüßte Kunden und ausbleibende Gehaltszahlungen an die Mitarbeiter bedeuten. Um dies zu vermeiden, sollten Sie sich bei der Akkreditierung von Filialen und Repräsentanzen gut informieren und sich unbedingt von erfahrenen Juristen beraten lassen, die Ihnen helfen, Zeit, Geld und Nervenkraft zu sparen.)



ВЫХОД НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК: ТОНКОСТИ АККРЕДИТАЦИИ

ДЛЯ СОТЕН ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ ПЕРВЫМ ШАГОМ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БЫЛО И ОСТАЕТСЯ СОЗДАНИЕ ФИЛИАЛА ИЛИ ОТКРЫТИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА. ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ, ЧТОБЫ ПЕРВЫЙ ШАГ НЕ ЗАТЯНУЛСЯ НА ДОЛГИЕ МЕСЯЦЫ? / ВИКТОР ШПАКОВ, РОССИЙСКО-ГЕРМАНСКАЯ ВТП

Представительства и филиалы остаются одними из самых популярных форм работы иностранных компаний на российском рынке. По официальной статистике Российско-Германской внешнеторговой палаты, на декабрь 2017 года 541 немецкое предприятие именно так представлено в России. Простота создания и управления представительствами и филиалами, равно как и благоприятное налогообложение таких структур многие годы делали их незаменимыми для ознакомления с российским рынком, поиска клиентов «на местах», ведения переговоров, участия в выставках и иных мероприятиях.

«В АККРЕДИТАЦИИ ОТКАЗАНО!»

Но ничто не вечно, скажут вам сегодня юристы, занимающиеся вопросами аккредитации филиалов и представительств иностранных компаний в России. Постоянные отказы налоговой службы в аккредитации по надуманным основаниям превратили эти формы выхода на российский рынок в настоящий бюрократический капкан.

Приведем два случая из практики. Адвокатское бюро из Баварии, подав документы для аккредитации своего представительства в Москве, через полтора месяца получает отказ. Основание отказа – синее пятно на

уставе немецкого общества, которое инспектор налоговой службы воспринял как некую «официальную печать, перевод которой отсутствует», что автоматически превратило весь устав в документ, не соответствующий закону. Все аргументы юристов о том, что синее пятно – не печать, а краска от печати с соседнего листа, были отвергнуты. Общество потеряло в этой связи три месяца работы, 120 тыс. рублей госпошлины, не считая прочих издержек, и множество нервных клеток – и можно сказать, отделалось легким испугом. Куда страшнее последствия отказа будут для представительств или филиалов, которые

лей вероятности вам также придется забыть о легком выходе на российский рынок.

ПРАВИЛА ПРОПИСАНЫ, ЧЕТКОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ – НЕТ

Порядок аккредитации филиалов и представительств иностранных компаний регулируется в России всего одним нормативным актом. Можно выучить его наизусть, но подготовиться к абсурдности его применения довольно сложно.

Ведь на бумаге процесс аккредитации филиала или представительства иностранной компании выглядит довольно просто:

- Иностранная компания принимает решение о создании/открытии филиала/представительства, после чего у компании есть 12 месяцев на то, чтобы передать пакет документов для аккредитации в регистрирующий налоговый орган в России.
- Пакет представляемых документов, помимо заявления об аккредитации, должен содержать учредительные документы иностранной компании и, также, справку из налогового ведомства, подтверждающую статус налогового резидента.
- За рассмотрение представляемых в налоговый орган документов уплачивается государственная пошлина в размере 120 тыс. рублей. Для сравнения: размер госпошлины за государственную регистрацию юридического лица составляет всего 4000 рублей. Российские налоговые органы даже не скрывают того факта, что столь высокая пошлина за аккредитацию, и, как следствие, частые отказы в аккредитации используются налоговиками для пополнения бюджета.
- Срок рассмотрения пакета документов, подаваемых для аккредитации филиала или представительства, составляет 30 рабочих дней (против 3 рабочих дней в случае с государственной регистрацией юридического лица), после чего налоговым органом выносится соответствующее решение.

За это время никакой возможности донести документы, исправить их или просто проконсультироваться у специалистов Федеральной налоговой службы у вас не появится. Застраховать себя от отказа можно только с помощью юристов, которые знают все уловки налоговых инспекторов, отвечающих за процесс аккредитации иностранных компаний.

СОВЕТЫ «НАЧИНАЮЩИМ»

При подготовке пакета документов, представляемых для аккредитации филиала или

представительства, самым тщательным образом проверьте их оформление. Проверяйте сведения об иностранной компании, четко указывайте цели создания филиала или представительства, виды деятельности, порядок управления. Удостоверяйте все документы надлежащим образом, переводите на русский язык все документы, составленные на иностранном языке. Заверяйте все переводы у российских нотариусов.

К сожалению, при желании российский налоговый орган быстро найдет основание для отказа в аккредитации вашего филиала или представительства, а затем укажет основания для отказа максимально расплывчато. Возможность формулировать причину отказа общими фразами позволяет налоговикам выдумывать самые разнообразные основания для отказа, и одновременно лишает сами иностранные компании реальных механизмов для обжалования таких решений в судебном порядке. Отказ может быть вынесен даже вследствие таких мало-значительных с юридической точки зрения недочетов, как, например, отсутствие перевода штампа на одной из страниц документа, даже если на всех других страницах перевод выполнен; некорректное написание электронной почты при переводе бланка документа; отсутствие в представленном переводе номера нотариально заверенного документа. Кроме того, следует обратить пристальное внимание на выполняемые нотариусом удостоверительные надписи о свидетельствовании верности перевода. Известны случаи, когда даже опытные российские нотариусы не могли понять претензий налоговых органов к своим удостоверительным надписям.

За период с 1 января 2015 года по 1 августа 2016 года Федеральная налоговая служба отказала в предоставлении первичной аккредитации 216 иностранным компаниям из более чем 2,6 тыс. обратившихся. Таким образом, число решений об отказе в аккредитации составило около 10% от числа компаний, подавших заявление об аккредитации. Не так уж и много, на ваш взгляд? Тем не менее, каждый случай отказа может означать сорвавшиеся контракты, потерянных клиентов, невыплаченные зарплаты работникам. Чтобы избежать этого, рекомендуем вам серьезно изучить практику по аккредитации филиалов и представительств и обязательно посоветоваться с опытными юристами, которые помогут сэкономить вам время, деньги и нервы.)

продлевают свою аккредитацию – из-за длительных сроков рассмотрения документов отказ налогового органа повлечет за собой блокировку счетов структуры российским банком, и как следствие полный паралич работы компании в России.

Второй случай: европейское бюро патентных поверенных получило отказ в аккредитации своего филиала за буквальную перестановку слов в документе. На случай, если вы не знали: представительства в России «открываются», а филиалы «создаются». Написав в своих документах «открытие филиала» или «создание представительства», с большой до-