



UNABHÄNGIGER
FINANZSENAT

Außenstelle Linz
Senat 10

GZ. RV/0580-L/07

Berufungsentscheidung

Der Unabhängige Finanzsenat hat über die Berufung der SW GmbH, Adr, vertreten durch Stemmer Bahl Fend, Steuerberatungskanzlei, 6830 Rankweil, Am Bühel 6, vom 8. März 2007 gegen den Bescheid des Finanzamtes Freistadt Rohrbach Urfahr vom 1. März 2007 betreffend Schenkungssteuer entschieden:

Der Berufung wird Folge gegeben.

Der angefochtene Bescheid wird aufgehoben.

Entscheidungsgründe

Der öff. Notar Dr. P.K. hat am 8. November 2006 ein Protokoll über die Verlosung des Hauptpreises eines Gewinnspiels im Rahmen der „Orientierung 2007“ (=österreichische Hausmesse für Wohnen und Einrichten) verfasst und dem Finanzamt angezeigt. Die Teilnahmebedingungen lauteten auszugsweise wie folgt:

Die Verlosung im Rahmen der Orientierung 6. bis 10. September 2006 (Orientierung 2007) richtet sich ausschließlich an Händler, nicht an Privatpersonen. Die Teilnahme ist nicht bzw. nur beschränkt öffentlich. Das übermittelte Vorteilsheft enthält die originalen Geschenk-Kupons. Diese Kupons sind gleichzeitig die Teilnahmekarte für das Gewinnspiel. Teilnahmeberechtigt sind alle vollständig ausgefüllten Original-Kupons (Nachdruck oder sonstige Vervielfältigung untersagt), die den Firmenstempel des Teilnehmers (Unternehmens) enthalten und während der Orientierung 2007 bei einem der aktiv teilnehmenden Hersteller persönlich abgegeben werden. Als Gewinner kann nur ein Unternehmen bzw. eine Firma ermittelt werden.

den. Der Gewinner muss sich vorab durch Ankreuzen auf dem Geschenk-Kupon entscheiden, bei welchem Hersteller der Gewinn eingelöst wird.

Es wurden 5.397 Teilnahmekarten eingesandt. Als Gewinner wurde die Firma Tischlerei SW, Küchen- und Wohnstudio, Adr, ermittelt. Der Hauptpreis war ein Einkaufsgutschein der Firma pR GmbH & Co KG zum Bezug von Waren in der Gesamthöhe von 50.000,00 €.

Daraufhin hat das Finanzamt mit Bescheid vom 1. März 2007 dem SW Schenkungssteuer in Höhe von 10.975,80 € von einer Bemessungsgrundlage in Höhe von 50.000,00 € vorgeschrieben.

Gegen diesen Bescheid hat die SW GmbH, nunmehrige Berufungswerberin, =Bw., am 8. März 2007 Berufung erhoben (das Einzelunternehmen des SW wurde inzwischen nach Art. III UmgrStG eingebbracht). Der Gewinngutschein des Möbelherstellers pR sei nur gewerblich einlösbar und weder übertragbar noch in bar ablösbar und habe daher der tatsächliche Gewinn lt. Bestätigung von der Fa. pR lediglich 25.000,00 € betragen. Zudem unterlägen, unter Hinweis auf das Abgabenänderungsgesetz (AbgÄG) 2004, öffentliche Preisausschreiben nicht mehr der Schenkungssteuer.

Mit Berufungsvorentscheidung vom 16. März 2007 hat das Finanzamt der Berufung teilweise hinsichtlich der Höhe der Bemessungsgrundlage stattgegeben und die Schenkungssteuer neu in Höhe von 4.480,20 € festgesetzt. Im Übrigen seien Gewinne aus unentgeltlichen Ausspielungen nur dann steuerfrei, wenn sie sich an die Öffentlichkeit wenden. Lt. Teilnahmebedingungen habe sich die Verlosung jedoch ausschließlich an Händler, nicht an Privatpersonen gerichtet. Die Teilnahme sei nicht bzw. nur beschränkt öffentlich gewesen.

Nunmehr begeht die Bw. rechtzeitig die Vorlage der Berufung an den Unabhängigen Finanzsenat, weil die Einschränkung einer allgemein zugänglichen Möbelmesse auf Firmeninhaber nicht den Ausschluss der Öffentlichkeit impliziere. Nur weil das Preisausschreiben an Unternehmer gerichtet sei, sei damit nicht gleichzeitig die Befreiungsbestimmung des § 15 Abs. 1 Zif. 6 ErbStG verwirkt. Unter Hinweis auf die erläuternden Bemerkungen zur Regierungsvorlage seien keine allzu strengen Anforderungen zu stellen. Auch wenn sich unentgeltliche Ausspielungen an einen nach generellen Merkmalen bestimmten Adressatenkreis richteten, sei in der Regel von einer ausreichenden Öffentlichkeitswirkung im Sinne der gesetzlichen Bestimmung auszugehen.

Aufgrund einer Presseinfo der „Orientierung 2007“ im Internet ergibt sich folgendes Bild von dieser Veranstaltung:

16 österreichische Möbelhersteller stellen an verschiedenen Veranstaltungsorten (überwiegend die eigenen betrieblichen Schauräume und Ausstellungszentren) aus. Rund 400 Fach-

händler aus Österreich, Deutschland, Schweiz, Südtirol und Slowenien haben die Veranstaltung genutzt.

Über die Berufung wurde erwogen:

Gemäß § 3 Abs. 1 Erbschaftssteuergesetz 1955 (ErbStG) gelten als steuerpflichtige Schenkungen im Sinne des Gesetzes Schenkungen im Sinne des bürgerlichen Rechtes (Zif. 1) und andere freigebige Zuwendungen unter Lebenden, soweit der Bedachte durch sie auf Kosten des Zuwendenden bereichert wird (Zif. 2).

Gemäß § 15 Abs. 1 Zif. 6 ErbStG bleiben steuerfrei, Gewinne aus unentgeltlichen Ausspielungen (wie Preisausschreiben und andere Gewinnspiele), die an die Öffentlichkeit gerichtet sind (ab 1. Jänner 2003, AbgÄG 2004, BGBl. I 2004/180).

„Öffentlichkeit“ setzt die Zugänglichkeit von Informationen, Kommunikation und Beteiligungsmöglichkeiten für einen unbegrenzten Kreis von Personen voraus (Meyers Lexikon). Im gegenständlichen Fall war die Hausmesse jedoch nicht für jeden, sondern nur für einen nach bestimmten Merkmalen abgeschlossenen Personenkreis (Händler) zugänglich. Die Allgemeinheit, dh. ein großer Kreis von unbeteiligten Personen, war von der Veranstaltung ausgeschlossen.

Demnach ist das Tatbestandsmerkmal des § 15 Abs. 1 Zif. 6 ErbStG nicht erfüllt, worauf das Finanzamt zutreffend hinweist. Allerdings wird die Schenkungssteuer vom Bereicherungsprinzip beherrscht.

Darauf beziehen sich auch die Erläuterungen der Regierungsvorlage zum AbgÄG 2004:

Eine freigebige Zuwendung liegt vor, wenn die Zuwendung unter Lebenden erfolgt, der Empfänger der Zuwendung objektiv bereichert ist und der Zuwendende den Willen hat, den Zuwendungsempfänger auf seine Kosten zu bereichern. Nach der ständigen Rechtsprechung genügt zur Verwirklichung des subjektiven Tatbestandes der freigebigen Zuwendung das Bewusstsein des Zuwendenden der Unentgeltlichkeit seiner Leistung. Ein auf die Bereicherung des Empfängers direkt gerichteter Wille iSd. Bereicherungsabsicht ist nicht erforderlich.

Im Bereich geschäftlicher Beziehungen wird bei einem objektiv unentgeltlichen Vorgang das subjektive Merkmal der Freigebigkeit trotz vorliegender Kenntnis des Zuwendenden hinsichtlich der Umstände, die seine Leistung zu einer objektiv unentgeltlichen machen, in den Hintergrund treten, wenn die Bereicherung des Zuwendungsempfängers der Förderung des Geschäfts des Zuwendenden dient, dh. objektiv und nahezu ausschließlich auf die Erzielung geschäftlicher Vorteile des Zuwendenden gerichtet ist. Da im Geschäftsleben regelmäßig da-

nach getrachtet wird, für eine Leistung eine mindestens gleichwertige Gegenleistung zu erlangen, kann auch bei objektiv unentgeltlichen, dh. nicht auf einem Rechtsanspruch beruhenden Leistungen **subjektiv eine Verfolgung geschäftlicher Interessen des Zuwendenden vorliegen**, die sein Bewusstsein von der Unentgeltlichkeit seiner Leistung verdrängt, wobei nicht auf einen einzelnen Vorgang, sondern auf den Geschäftsbetrieb des Zuwendenden insgesamt abzustellen ist.

Dies manifestiert sich auch darin, dass die Aufwendungen einer Ausspielung und die darauf entfallende Schenkungssteuer im Ertragssteuerrecht abzugsfähige Aufwendungen sind. Bei Gewinnen aus unentgeltlichen Ausspielungen handelt es sich um unentgeltliche Erwerbe, in denen das Bewusstsein der Freigebigkeit des Zuwendenden in einem Maße zurückgedrängt ist, dass es gerechtfertigt ist, derartige Vorgänge von der Schenkungssteuer zu befreien.

Auch nach Ansicht des BFH kann im Bereich geschäftlicher Beziehungen bei einem objektiv unentgeltlichen Vorgang das subjektive Merkmal der Freigebigkeit entfallen, soweit der Steuerpflichtige in objektiv nachvollziehbarer Weise daragt, dass die Bereicherung des Zuwendungsempfängers der Förderung des Geschäfts des Zuwendenden diente, dh. objektiv und nahezu ausschließlich auf die Erzielung geschäftlicher Vorteile des Zuwendenden gerichtet ist, da im Geschäftsleben regelmäßig danach getrachtet wird, für eine Leistung eine mindestens gleichwertige Gegenleistung zu erlangen.

In gegenständlichen Fall sprechen auf Seiten der anbietenden Hersteller jedenfalls starke wirtschaftliche Motive für das zur Verfügung stellen ihrer Produkte im Rahmen des Gewinnspiels.

Die Ausgestaltung des Gewinnspiels und hier insbesondere folgende Fakten unterstreichen den engen geschäftlichen Bezug des Gewinnspiels: Der Preis besteht nur in eigenen Produkten und kann nicht in bar abgelöst werden. Es können nur von den Herstellern selbst ausgesuchte Kunden mit ihrem persönlichen Gutschein an dem Gewinnspiel teilnehmen. Die Kunden äußern ihr besonderes Interesse an einem Hersteller schon durch die Auswahl des gewünschten Einkaufsgutscheines.

Vor allem aber ist eine Teilnahme nur durch persönliche Abgabe des Kupons während der Messe möglich, was den Besuch der Hausmesse und somit den erwünschten Kundenkontakt und Werbeeffekt garantiert. Damit wird sichergestellt, dass die interessierten Kunden quasi als Gegenleistung auch tatsächlich die Hausmesse besuchen.

Im Vordergrund der Überlegungen steht somit für die Aussteller zweifelsfrei nicht der hingebene Warenwert, sondern die Überzeugung, dass durch das Gewinnspiel im Rahmen der

Hausmesse geschäftliche Beziehungen zu möglichen Abnehmern angebahnt, gepflegt oder intensiviert werden können.

Demgegenüber ist aber nach Ansicht des VwGH bei Verlosungen - trotz Förderung geschäftlicher Interessen - grundsätzlich eine Bereicherung gegeben. Verlosungen führen zu freigebigen Zuwendungen, wenn der Veranstalter an der vom Teilnehmer zu erbringenden Leistung kein geldwertes Interesse hat.

Diesbezüglich gilt es, wie oben bereits angesprochen, zu bedenken, dass gerade der konkrete Sachverhalt zeigt, dass auch schon die bloße Teilnahme am Gewinnspiel und damit verbunden der zwangsläufige Besuch der Messe (was gleichbedeutend ist mit einem Besuch des Ausstellers in seinen Geschäftsräumlichkeiten) für den Aussteller geldwertes Interesse haben kann.

Wenn aber von Gesetzes wegen schon Gewinnspiele an die Öffentlichkeit schenkungssteuerbefreit wurden, so fehlt bei den gegebenen Umständen einer reinen Fachmesse im kleinsten Kreis, bei der ausschließlich potentielle Kunden angesprochen werden (und teilnahmeberechtigt sind), umso mehr das Bewusstsein der Freigebigkeit und sollten auch solche Preise steuerfrei belassen werden.

Wegen des fehlenden Bereicherungswillens wurde somit nach Ansicht der entscheidenden Behörde der Schenkungstatbestand gemäß § 3 Abs. 1 ErbStG gar nicht verwirklicht und kann der Berufung daher stattgegeben werden.

Linz, am 14. August 2008