



Berufungsentscheidung

Der Unabhängige Finanzsenat hat über die Berufung des Bw., vertreten durch S.Stb.u.WPGmbH, vom 26. Februar 2007 gegen den Bescheid des Finanzamtes vom 24. Jänner 2007 betreffend Einkommensteuer (Arbeitnehmerveranlagung) 2005 entschieden:

Die Berufung wird als unbegründet abgewiesen.

Der angefochtene Bescheid bleibt unverändert.

Entscheidungsgründe

Der Berufungswerber (Bw.) ist Angestellter einer Versicherung. Mit Erklärung zur Arbeitnehmerveranlagung für das Jahr 2005 machte er folgende Werbungskosten geltend:

1.	Fahrtspesen	30.000 km	$30.000 \times 0,356$	10.680,00 €	
	von X Vers. ersetzt			8.048,30 €	
	Differenz Fahrtspesen				2.631,70 €
2.	Werbegeschenke	Fa. Leatherman		2.880,84 €	
	Werbegeschenke, Kalender	X V		2.321,90 €	
	Wein (Weihnachtsgeschenke)			205,20 €	
	Schirennen für Kunden			1.193,60 €	

	Werbegeschenke Weihnachtsbesuche	Exquisite Werbegeschenke		4.560,00 e	
	Summe Werbegeschenke und Schirennen				11.161,54 €
3.	Seminarkosten	Übernachtung		96,00 €	
	Summe Seminarkosten				96,00 €
4.	Büroartikel			229,88 €	
	Telefon Handy (Eigenanteil)			590,22 €	
	Summe Büroartikel und Handy				820,10 €
5.	Literatur				162,00 €
	Gesamtsumme				14.871,34 €

Mit Vorhalt vom 1. Dezember 2006 ersuchte das Finanzamt (FA) den Bw., folgende Fragen zu beantworten:

„Sie werden gebeten Ihre gesamten beantragten Werbungskosten belegmäßig nachzuweisen. Wenn es sich um mehrere Belege handelt, ist ebenfalls eine komplette Aufstellung der Werbungskosten beizulegen. Bitte vergessen Sie nicht eventuell erhaltene Ersätze abzuziehen.“

Nach verlängerter Frist legte der Bw. diverse Unterlagen vor, insbesondere Mitteilung über den dem Werbeartikelkonto des Bw. angelasteten Kostenersatz iHv. 2.321,90 €, Rechnungen betreffend Weihnachtsgeschenke (Weihnachtsbesuche) in Höhe von 4.560,00 €, Rechnung betreffend Werbegeschenke (Artikel der Firma Leatherman) in Höhe von 2.880,84 €,

Rechnung betreffend Schirennen für Kunden in Höhe von 1.193,60 €, Kassazettel über den Einkauf von Wein über den Betrag von 205,20 € sowie diverse Kassabons betreffend den Kauf von Literatur.

Die Rechnungen über den Ankauf von Werbeartikel iHv. 4.560,00 € bzw. iHv. 2.880,84 € weisen folgende Daten auf:

Bezeichnung	Menge	Preis	Gesamt
MSA 03	30,00	55,30	1.659,00
SG 28	10,00	44,00	440,00
LC 02	20,00	25,90	518,00
FA 01	3,00	87,00	261,00
Crowpull Platinum	5,00	99,00	495,00
Flaschenuntersetzer	6,00	70,00	420,00
Porto und Verp.	1,00	7,00	7,00
20 % MWST			760,00
Summe			4.560,00

Bezeichnung	Menge	Preis	Gesamt
Hutschr. Schale	10,00	21,00	210,00
Hutschr. Schale	10,00	26,00	260,00
Vase Papillon rund	4,00	38,00	152,00
DUL 2/12 Schale	30,00	26,00	780,00
FA03 Obstkorb	5,00	56,00	280,00
JM20/56 Fischplatte	4,00	48,00	192,00
RA 08 Parmesan	2,00	34,00	68,00
MSA 08 Serviettenh.	10,00	20,00	200,00
FA01 Platte	2,00	87,00	174,00
LC 02 Teller	3,00	25,90	77,70
Porto und Verp.	1,00	7,00	7,00
20 % MWST			480,14
Summe			2.880,84

Mit Einkommensteuerbescheid 2005 vom 24. Jänner 2007 anerkannte das Finanzamt lediglich folgende Beträge an Werbungskosten:

Differenz Fahrtspesen (km-Geld)	2.631,70
Werbegeschenke (Kalender)	2.321,90
Büroartikel und Handy	820,10
Seminarkosten	96,00
Werbungskosten laut Erstbescheid	5.869,70

Nicht anerkannt wurden hingegen folgende Positionen geltend gemachter Werbungskosten:

Werbegeschenke Fa. Leatherman	2.880,84
Wein (Weihnachtsgeschenke)	205,20
Schirennen für Kunden	1.193,60
Werbegeschenke Weihnachtsbesuche Fa. Leatherman	4.560,00
Literatur	162,00
Vom FA nicht anerkannte Werbungskosten	9.001,64

Als Begründung führte das Finanzamt aus:

„Gemäß § 20 EStG 1988 sind Aufwendungen für die Lebensführung, welche die wirtschaftliche Stellung des Steuerpflichtigen mit sich bringt, auch dann nicht abzugsfähig, wenn sie zur Förderung des Berufes erfolgen. Die Aufwendungen für Weine, Schiressen f. Kunden, Werbegeschenke Fa. Leatherman, Exquisite Werbegeschenke, Bücher waren daher nicht zu berücksichtigen.“

Dagegen wurde Berufung erhoben und der Antrag gestellt, „die angefochtenen Bescheide wegen Rechtswidrigkeit des Inhalts entsprechend unserem Berufsbegehren aufzuheben“. Als Begründung wurde angeführt, dass verschiedene Aufwendungen unter Hinweis auf § 20 EStG nicht anerkannt wurden. Eine umfangreichere Begründung dieser Berufung werde nachgereicht.

Mit Mängelbehebungsauftrag vom 1. März 2007 wurde der Bw. auf das Fehlen einer Erklärung, in welchen Punkten der Bescheid angefochten und welche Änderungen beantragt werden sowie auf das Fehlen einer Begründung, hingewiesen. Zur Behebung dieser Mängel wurde eine Frist bis 2. April 2007 gesetzt.

Mit Telefax vom 23. März 2007 nahm der steuerliche Vertreter des Bw. zu den Fragen wie folgt Stellung:

"1. Erklärung in welchen Punkten der Bescheid angefochten wird und Erklärung welche Änderungen beantragt werden:

Wie in unserer Berufung vom 26. Februar unter Begründung, Seite 2, ausgeführt, wurden im angefochtenen Bescheid verschiedene Aufwendungen, die mein Mandant als Werbungskosten im Jahre 2005 getätigt hatte, unter Hinweis auf § 20 EStG nicht anerkannt.

Wir beantragen die Absetzung dieser beantragten Werbungskosten für das Jahr 2005.

Aus unserer Berufung vom 26. Februar 2007 ergibt sich daher, dass einerseits die Erklärung, in welchen Punkten der Bescheid angefochten wurde und auch die Erklärung, welche Änderungen beantragt werden, bereits im Berufungsschreiben enthalten sind.

In Entsprechung Ihres Vorhaltes halten wir nochmals fest:

Unsere Berufung richtet sich gegen die Aberkennung der von meinem Mandanten als Werbungskosten für das Jahr 2005 beantragten Ausgaben. Wir beantragen daher, diese Werbungskosten wie in der Erklärung zu Arbeitnehmerveranlagung für das Jahr 2005 beantragt, im Einkommensteuerbescheid für das Jahr 2005 zu berücksichtigen.

2. Begründung:

Im angefochtenen Bescheid zur Einkommensteuer 2005 vom 24. Jänner 2007 wird mit einer Standardbegründung ausgeführt, dass gemäß § 20 EStG 1988 Aufwendungen für die Lebensführung, welche die wirtschaftliche Stellung der Steuerpflichtigen mit sich bringt, auch dann nicht abzugsfähig sind, wenn sie zur Förderung des Berufes erfolgen. Die Aufwendungen für Weine, Schiressen für Kunden, Werbegeschenke Fa. Leatherman, Exquisite Werbegeschenke, Bücher waren daher nicht zu berücksichtigen.

Gegen diese Nichtanerkennung der vorgenannten Werbungskosten richtet sich unsere Berufung vom 26. Februar 2007.

Mein Mandant ist leitender Mitarbeiter (Direktor) einer großen y. Versicherung. Seine steuerpflichtigen Bezüge, Einkünfte aus nicht selbstständiger Arbeit, setzen sich im Wesentlichen aus Versicherungsprovisionen zusammen. Um diese Versicherungsgeschäfte mit den Kunden durch meinen Mandanten auch entsprechend abschließen zu können, sind von meinem Mandanten natürlich auch die allgemein üblichen Werbeaufwendungen zu tätigen, welche bei den Einkünften aus nicht selbstständiger Arbeit als Werbungskosten zu berücksichtigen sind.

So hat mein Mandant seinen Kunden entsprechende Werbegeschenke aus den verschiedensten Anlässen gegeben. Die geltend gemachten Beträge für Wein und die diversen Werbegeschenke betreffen diese Position.

Für diese Werbegeschenke gibt es von meinem Mandanten eine genaue Liste mit den Namen und den Adressen der Empfänger, wobei es sich bei den Empfängern ausschließlich um Kunden (Großkunden) meines Mandanten handelt. Weiters gehen diese Werbegeschenke auch über den Umfang von "Gelegenheitsgeschenken" nicht hinaus. An der Einladung für das Schirennen in H. nahmen ebenfalls lediglich Kunden teil. Auch hier existiert eine exakte Auflistung der entsprechenden teilnehmenden Kunden.

Bei den im Einkommensteuerbescheid nicht anerkannten Büchern handelt es sich um Literatur, die mein Mandant im Zusammenhang mit seinem Beruf benötigt. So sind auf den vorhandenen Belegen ausgewiesen: zB. Höglinger: "Zeit haben, heißt nein sagen"; Lechner, Egger, Schauer: "Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre"; usw. Bei diesen Büchern handelt es sich somit um Fachliteratur, die der Fortbildung meines Mandanten in seinem angestammten Beruf dient.

Unseres Erachtens stellen daher sämtliche nicht anerkannten Beträge an Werbungskosten abzugsfähige Werbungskosten dar, da sie ausschließlich zur Erwerbung, Sicherung und Erhaltung der Einnahmen getätigt wurden."

Mit Vorhalt vom 30. Mai 2007 forderte das Finanzamt den Bw. auf, die gesamte beantragte Fachliteratur anhand der Originalbelege nachzuweisen, da die entsprechenden Rechnungskopien schlecht bis nichtlesbar gewesen sein.

Mit Schreiben vom 14. Juni 2007 ersuchte der Bw. das Finanzamt um Vereinbarung eines Termins.

Im Anschluss an dieses Schreiben befinden sich im Akt folgende Unterlagen:

- Einladung zu einem Schirennen mit folgendem Text:

'KS. Kunden-Schirennen

12. März 2005

Start 11.00 Uhr

Rennstrecke neben A-Lift

Gemütliches Beisammensein in der Gaststätte ab 14.30 Uhr

15.00 Uhr: Präsentation Zukunftsvorsorge der X. Vers. AG

16.00 Uhr Siegerehrung

Anschließend gemütlicher Ausklang bei Spies ´ und Trank

Letzte Talfahrt 18.30 Uhr

KS. und viel Spaß beim Schitag wünscht Ihnen W. P. "

Links unten bzw. rechts unten finden sich folgende Vermerke:

„www.ab.at“ bzw. „XY Versicherung AG“

- Eine Personenliste mit der Bezeichnung "Journalistenschirennen H." mit folgenden Daten:

<i>Funktion / Titel</i>	<i>Vorname</i>	<i>Familiennamen</i>	<i>Firma</i>	<i>Anschrift</i>	<i>PLZ</i>	<i>Ort</i>	<i>Art der Einladung</i>
-----------------------------	----------------	----------------------	--------------	------------------	------------	------------	------------------------------

Aus dieser Liste ist ersichtlich, dass sich der eingeladene Personenkreis aus höchstrangigen bzw. führenden Vertretern aus Landespolitik, ORF, Zeitungsverlagen, Landtagsclubs, Behörden und Ämtern, Banken, Kammern, Industrie und Gewerbe etc. zusammensetzte.

Im Steuerakt befindet sich weiters ein vom steuerlichen Vertreter des Bw. angefertigter "Aktenvermerk" über Ergänzungen nach einer Besprechung mit dem Bw.:

"1. Die Belege über die Werbungskosten betreffend Bücher werden dem Finanzamt, Frau I. im Original vorgelegt. Es handelt sich im Wesentlichen um folgende Bücher:

- *Lechner, Egger, Schauer: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*
- *Kottler: Marketing –Management*
- *Sernitz: Vorsicht China – Wirtschaftliche Entwicklung*
- *Schulz von Thun: Miteinander Reden – Kommunikation*
- *Höglinger: Zeit haben heißt nein sagen (Buch über Zeitmanagement im Beruf)*

(diese Bücher dienten vorwiegend der Fortbildung; teilweise wurden Bücher aber auch im Rahmen von Aktionen an MA verschenkt)

2. Weihnachtsgeschenke:

- *Weine:*
sämtliche Weinflaschen waren mit Aufklebern der y. Versicherung / Direktor W. P. versehen (siehe Muster)
sämtliche Weinflaschen wurden bei der Übergabe an die Kunden in ein "Sackerl" der y. Versicherung gepackt.
- *Exquisite Werbegeschenke*
- *Geschenke Firma Herrmann:*
Selber Sachverhalt wie bei den Weihnachtsgeschenken

Bei sämtlichen Weihnachtsgeschenken gilt:

- *Eindeutiger beruflicher Zusammenhang ist gegeben, siehe Listen für Weihnachtsgeschenke*
- *Sämtliche Weihnachtsgeschenke waren in entsprechende Verpackungen der y. Versicherung verpackt und mit Weihnachtskarten der y. Versicherung versehen (siehe entsprechende Muster)*

*Laut Verwaltungspraxis werden **übliche Weihnachts-, bzw. Neujahrsgeschenke**, wie Kalender, Flaschenweine, Bonbonnieren an Geschäftsfreunde sowie Weihnachtskarten als **abzugsfähiger Werbeaufwand** anerkannt.*

Siehe Rz. 4810 EStR: Keine Repräsentationskosten sind die Kosten für Zuwendungen, bei denen primär die berufliche Tätigkeit und nicht die Person des Steuerpflichtigen im

Vordergrund steht. Dies gilt auch für Gegenstände die aus Gründen der Werbung überlassen werden, wenn sie geeignet sind eine entsprechende Werbewirksamkeit zu entfalten.

3. Schiennen für Kunden in H.:

- Eventcharakter mit Marketingkonzept

siehe Programm

bei diesem Schiennen für Kunden war eine Produktpräsentation inkludiert

- Abzugsfähig siehe Rz. 4819 EStR – Bewirtung im Rahmen von Events

4. Für sämtliche Werbeaktivitäten gibt es entsprechende Aufzeichnungen über die Empfänger der erhaltenen Zuwendungen. Ebenso gibt es eine Teilnehmerliste des Kundenschiennens in H..

5. Hinzuweisen ist noch zusätzlich auf die außerordentliche Höhe der Prämien des Key-Account-Managers W. P. – siehe Aufstellung, wobei die darin enthaltenen Prämien direkt Einfluss auf die im Rahmen des Dienstverhältnisses ausbezahlten Bezüge haben. Und diese Prämien sind außerordentlich hoch im Gegensatz zu selbstständigen oder fixangestellten Versicherungsvertretern bzw. Maklern."

Zum Nachweis der Aufwendungen für die Position „Literatur“ iHv. 162,00 € wurden folgende Kassazettel in Kopie vorgelegt:

Kassazettel vom 10. März 2006 über den Betrag in Höhe von 23,10 € über den Einkauf folgender Artikel (Bücher): "Montaigne M.: Denken; Rilke R: Duineser El; Belli G: Zauber..."

Kassazettel vom 10. März 2006 über den Betrag in Höhe von 94,80 € (Schulz von Thun, Miteinander reden; Lechner, Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Kassazettel vom 28. Juni 2006 mit dem Betrag in Höhe von 63,10 € (KotlerP: Marketing und Seinitz K: Vorsicht China)

Rechnung vom 30.5.2005, teilweise handgeschrieben und unleserlich, iHv. 22,00 € (Höglinger: Zeit haben heißt Neinsagen)

Folgende Teilbeträge aus den in den Kassazetteln ausgewiesenen Buchtiteln wurden mit Berufungsvorentscheidung vom 18. Juli 2007 nicht anerkannt:

Schulz v. Thun	4 Mal 9,20	36,80
Zeitmanagement, Zeit haben heißt nein sagen		22,00
Re. Thalia		23,10
Summe nicht anerkannter Wko laut BVE		81,90

Der Restbetrag in Höhe von 80,10 € wurde seitens des Finanzamtes als Werbungskosten behandelt, sodass der insgesamt ein Betrag iHv. 5.949,80 € als Werbungskosten wirksam wurde.

Das Finanzamt begründete die Berufungsvorentscheidung wie folgt:

"Gemäß § 16 EStG 1988 sind Werbungskosten Aufwendungen eines Arbeitnehmers, die objektiv im Zusammenhang mit einer nichtselbstständigen Tätigkeit stehen, subjektiv zur Erwerbung, Sicherung und Erhaltung der Einnahmen geleistet werden oder den Steuerpflichtigen unfreiwillig treffen und nicht unter das Abzugsverbot des § 20 EStG fallen.

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 2 lit. a EStG 1988 dürfen bei den einzelnen Einkünften Aufwendungen oder Ausgaben für die Lebensführung nicht abgezogen werden, selbst wenn sie die wirtschaftliche oder gesellschaftliche Stellung des Steuerpflichtigen mit sich bringt und sie zur Förderung des Berufes oder der Tätigkeit des Steuerpflichtigen erfolgen.

Aufwendungen für Literatur, die auch für nicht in der Berufssparte des Steuerpflichtigen tätigen Personen von allgemeinem Interesse ist, können daher nicht als Werbungskosten anerkannt werden.

Kosten für die Bücher folgender Schriftsteller Schulz von Thun, Rilke, Belli u. Montaigne konnten aus diesem Grund daher nicht anerkannt werden.

Nach § 20 Z 3 EStG 1988 dürfen Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben nicht abgezogen werden. Darunter fallen auch Aufwendungen oder Ausgaben anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden.

Wie der Verwaltungsgerichtshof in seinem Erkenntnis vom 15. 7. 1998, 93/13/0205, ausgeführt hat, bringt der Gesetzgeber klar zum Ausdruck, dass das in § 20 Abs. 1 Z 2 und 3 EStG 1988 verankerte Abzugsverbot auch solche Aufwendungen für die Lebensführung mit umfasst, die der Förderung des Berufes oder der Tätigkeit des Steuerpflichtigen dienen.

Ein Gesetzesvollzug, bei dem die steuerliche Abzugsfähigkeit von Geschenken und Aufmerksamkeiten davon abhängig gemacht würde, ob jemand damit wünschenswerte geschäftliche oder berufliche Kontakte fördert und vertiefen oder bloß repräsentieren will, wäre in der Praxis kaum durchführbar.

Abgesehen davon hätte er zur Folge, dass die Einkommensteuer-Bemessungsgrundlage von Charaktereigenschaften des jeweiligen Steuerpflichtigen mitbestimmt würde – ein Ergebnis, das mit dem Wesen der Einkommensteuer als einer an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Steuerpflichtigen orientierten Abgabe nicht vereinbar wäre. Es ist daher erforderlich, abzugsfähige und nicht abzugsfähige Aufwendungen nach objektiven Kriterien voneinander abzugrenzen.

Maßgebend ist dabei das äußere Erscheinungsbild, das auf Art und Beweggrund eines Aufwandes schließen lässt und nicht die bloß behauptete, davon abweichende Motivation des Steuerpflichtigen.

Dementsprechend vertritt der Verwaltungsgerichtshof in ständiger Rechtsprechung die Auffassung, dass unter dem Begriff "Repräsentationsaufwendungen" im Zusammenhang mit der eigenen Bedeutung dieses Wortes alle Aufwendungen zu verstehen sind, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt sind, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, es ihm also ermöglichen zu "repräsentieren".

Der Verwaltungsgerichtshof hat bereits in mehreren Erkenntnissen (vgl. 11. 7. 1995, 91/13/0145, 26. 09. 2000, 94/13/0260) ausgesprochen, dass Zuwendungen an Kunden, wie das Schenken von Flaschenweinen, Sekt, Bonbonieren etc. anlässlich des Weihnachtsfestes oder des Jahreswechsels zu nichtabzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen führen. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass jede einzelne Flasche mit dem Namenslogo des Berufungswerbers etikettiert wurde und die Verpackung in entsprechendem Papier etc. mit Karte mit Werbelogo erfolgte.

Aus den Rechnungsdaten der Wein- bzw. Geschenkelieferungen Ende November kann eindeutig festgestellt werden, dass der Ankauf und die Weitergabe an die Kunden in Zusammenhang mit dem Weihnachtsfest standen. Im gegenständlichen Fall wird sogar ausdrücklich von Weihnachtsgeschenken gesprochen siehe dazu Aktenvermerk Sb mit Herrn P..

Die Kosten für Flaschenweine, exquisite Werbegeschenke, für Literatur (zB. von Schulz von Thun, Rilke, Belli und Montaigne) und die Aufwendungen für die sonstigen Werbegeschenke

von der Firma Leatherman stellen somit nichtabzugsfähige REPRÄSENTATIONSAUFWENDUNGEN dar.

Kosten in Höhe von 4.560,00 € und 205,20 € für Weine, 2.880,84 € für Werbegeschenke Firma Leatherman sowie 81,90 € für Fachliteratur bzw. Büchergeschenke konnten daher nicht anerkannt werden.

Die geltend gemachten Kosten für die Bewirtung anlässlich eines Schirennens in H. konnten ebenso nicht anerkannt werden, da aufgrund des dargestellten Sachverhaltes, der beigefügten Teilnehmerliste für dieses als Journalistenschirennen bezeichnete Event und der damit in direktem Zusammenhang stehenden medialen Präsenz des Steuerpflichtigen eindeutig ein weitaus überwiegender Repräsentationscharakter dieser Veranstaltung entstand, gleichwohl eine Vorstellung der Zukunftsfürsorge ein kleiner Teil dieses Events war. Die Aufwendungen in Höhe von 1.193,60 € wurden daher nicht berücksichtigt."

Mit Schriftsatz vom 23. August 2007 stellte der Bw. den Antrag auf Entscheidung über die Berufung durch die Abgabenbehörde zweiter Instanz mit folgender Begründung:

"Ergänzend zu unserem Berufsbegehren in unserer Berufung vom 26. Februar 2007 dürfen wir auf nachstehende Punkte nochmals ganz besonders hinweisen:

1. Weihnachts- bzw. Werbegeschenke:

Bei sämtlichen Weihnachts- bzw. Werbegeschenken ist ein eindeutiger beruflicher Zusammenhang gegeben, der auch durch entsprechende Verwendungslisten dokumentiert wird. Sämtliche Weihnachts- bzw. Werbegeschenke waren in entsprechenden Verpackungen der X Versicherung verpackt und mit Weihnachtskarten der X Versicherung versehen. Entsprechende Muster können jederzeit dem Finanzamt vorgelegt werden. Weiters befanden sich auf sämtlichen Werbegeschenken, wie auch auf den Weinflaschen Aufkleber der X Versicherung sowie waren diese in entsprechenden Werbeverpackungen enthalten. Den Ausführungen in der Beilage zur Berufungsvorentscheidung ist entgegenzuhalten, dass laut Verwaltungspraxis **übliche Weihnachts- bzw. Neujahrsgeschenke**, wie Kalender, Flaschenweine, Bonbonniere an Geschäftsfreunde sowie Weihnachtskarten als **abzugsfähiger Werbeaufwand** anerkannt werden (siehe Doralt: Kommentar zum Einkommensteuergesetz).

Des Weiteren führen die Einkommensteuerrichtlinien in der Rz. 4810 wie folgt aus:

"Keine Repräsentationskosten sind die Kosten für Zuwendungen, bei denen primär die berufliche Tätigkeit und nicht die Person des Steuerpflichtigen im Vordergrund steht. Dies gilt auch für Gegenstände, die aus Gründen der Werbung überlassen werden, wenn sie geeignet sind, eine entsprechende Werbewirksamkeit zu entfalten."

Die vorgenannten Werbeaufwendungen dienen ausschließlich der beruflichen Tätigkeit unseres Klienten. Unser Klient ist leitender Mitarbeiter der X Versicherung, in der Funktion eines Key-Account-Managers. Seine Bezüge sind direkt mit den Prämien der von ihm abgeschlossenen Versicherungsverträge verbunden. Somit haben die entsprechenden Werbeaktivitäten direkten Einfluss auf die Höhe des Einkommens unseres Mandanten.

2. Schirennen für Kunden in H.:

Die Veranstaltung in H. hat den Charakter eines Marketingevents. Wie aus dem dem Finanzamt vorgelegten Programm hervorgeht, war an diesem Tag die Präsentation der Zukunftsvorsorge der X Versicherung vorgesehen. Die Einladungsliste, die den Titel "Journalisten" trägt, beinhaltet im Wesentlichen die wichtigsten Kunden meines Mandanten und diesen Kunden sollte das neue Produkt der Zukunftsvorsorge der X Versicherung näher gebracht werden.

Weiters wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mein Mandant nur die Verpflegung anlässlich dieser Präsentation übernommen hat und auch nur diese Kosten als Werbungskosten zum Ansatz gebracht wurden. Keine weiteren Kosten dieses Schirennens,

wie zB. Schikarten oder ähnliches, wurden von meinem Mandanten bezahlt. Unseres Erachtens handelt es sich bei diesen Aufwendungen eindeutig um abzugsfähige Werbeaufwendungen anlässlich einer Produktpräsentation (siehe unter anderem Rz. 4819 EStR).“

Weiters stellte der Bw. den Antrag auf Durchführung einer mündlichen Berufungsverhandlung sowie den Antrag auf Entscheidung über die Berufung durch den gesamten Berufungssenat.

Das FA legte die Berufung der Abgabenbehörde zweiter Instanz (UFS) zur Entscheidung vor.

Im Rahmen ergänzender Ermittlungen durch den UFS wurden folgende Fragen an den Bw. gerichtet und um Vorlage von Beweismitteln ersucht:

„Zu Punkt 2. der Werbungskostenaufstellung

a) Werbegeschenke, Fa. Leatherman (2.880,84 €)

Geben Sie bitte bekannt, um welche Produkte es sich im einzelnen handelt, zu welchem Zweck bzw. Anlass und an wen sie weitergegeben wurden.

Warum handelt es sich Ihrer Meinung nach nicht um typische Repräsentationsaufwendungen iSd. § 20 Abs 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988, sondern um übliche Geschenke an Kunden? Nach der Aktenlage gehen die von Ihnen angeführten „Werbegeschenke“ (Produkte der Fa. Leatherman) über diesen Rahmen hinaus. Um Stellungnahme wird ersucht.

b) Wein (Weihnachtsgeschenke), 205,20 €

Zu diesem Punkt wird auf das Erkenntnis des VwGH vom 30.4.2003, 98/13/0071 hingewiesen, welchem diesbezüglich ein vergleichbarer Sachverhalt zu Grunde liegt.

Nehmen Sie dazu bitte Stellung!

c) „Schirennen für Kunden“ (1.193,60 €)

Offenbar liegt keine „beruflich veranlasste Eventmarketing-Veranstaltung“ vor, da die von Ihnen eingereichte Einladung mit der Bezeichnung des tatsächlich veranstalteten Schitages (nämlich des X Presseclubs) nicht übereinstimmt (siehe Internet-Ausdruck laut Beilage).

*Außerdem wurde dieser Schitag von der y. Versicherung AG nur „gesponsert“ und **nicht veranstaltet**.*

Die Tatsache, dass der Schitag des X Presseclubs von der y. Versicherung AG gesponsert wurde, vermittelt den Eindruck, dass die von Ihnen geltend gemachten Aufwendungen von der Versicherung AG getragen hätten werden müssen.

Legen Sie bitte daher folgende Unterlagen bzw. Beweismittel vor:

- Eine Aufstellung der von der Versicherung AG als „Sponsor“ dieses Schitages getragenen Kosten,*
- eine Teilnehmerliste jener Personen, die an der Produktpräsentation „Zukunftsvorsorge der X Vers. AG“ teilgenommen haben,*
- eine Teilnehmerliste jener Personen, die am Schitag teilgenommen haben.*

Angemerkt sei, dass nach der Lebenserfahrung bei einer Schneelage von über drei Metern und besten Wetterbedingungen Mitte März („sogar die Sonne lachte zeitweise vom Himmel“; siehe Beilage) sich die Teilnehmer an einem Schitag wohl eher schwerlich dazu motivieren

lassen, bereits um 15:00 Uhr an einer Produktpräsentation der die Veranstaltung sponsernden Versicherung teilzunehmen, wenn die Siegerehrung erst eine Stunde später beginnt.

Beantworten Sie bitte in diesem Zusammenhang die Frage, wie es sich organisatorisch einrichten ließ, bei dieser „fremden“ Veranstaltung gezielt im Rahmen des „gemütlichen Ausklangs“ des Schitages des X Presseclubs jene Teilnehmer des Schitages zu bewirten, die an der Produktpräsentation teilgenommen haben.

Stellen Sie bitte dar, wie es möglich war, bei der oben angeführten „Fremdveranstaltung“, an der Sie als „Gast“ teilnahmen, durch die Bewirtung von Teilnehmern im Rahmen des im Anschluss an die Siegerehrung stattfindenden „gemütlichen Ausklangs“ einen Werbeeffect zu erzielen, und wodurch dabei die berufliche Veranlassung bei weitem überwog.

d) Werbegeschenke; Weihnachtsbesuche (4.560,00 €)

Geben Sie bitte bekannt, um welche Produkte es sich im einzelnen handelt, zu welchem Zweck bzw. Anlass und an wen sie weitergegeben wurden.

Warum handelt es sich Ihrer Meinung nach nicht um typische Repräsentationsaufwendungen iSd. § 20 Abs 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988, sondern um übliche Geschenke an Kunden? Nach der Aktenlage gehen die (von Ihnen selbst als „exquisite Werbegeschenke“ bezeichneten) Artikel über diesen Rahmen hinaus.

Um Stellungnahme wird ersucht.

Zu Punkt 3) Seminarkosten (96,00€)

Zur Überprüfung der beruflichen Veranlassung der Übernachtungskosten wird um Bekanntgabe folgender Umstände ersucht:

Geben Sie bitte Ort, Titel, Veranstalter und Inhalt des besuchten Seminars sowie die konkrete Anwendungsmöglichkeit des Erlernten in ihrer beruflichen Tätigkeit an.

- Weiters wird um Angabe der Inhalte des Seminars und Vorlage entsprechender Unterlagen wie Prospekte, Kursmitschriften etc. ersucht.

Frage: Hat ihr Arbeitgeber einen Teil der Kosten für die Teilnahme an dem Seminar getragen; wenn ja, in welcher Höhe?

- Gab es eine Anregung/Aufforderung seitens ihres Arbeitgebers, dieses Seminar zu besuchen? Hat der Arbeitgeber zu diesem Zweck Dienstfreistellungen gewährt?

- Um Vorlage einer Bestätigung des Arbeitgebers betreffend die Berufsbezogenheit dieses Seminars wird ersucht.

Welcher Teilnehmerkreis hat das Seminar besucht? Waren spezifischen Voraussetzungen und „Anforderungsprofile“ für die Teilnahme an diesem Seminar notwendig?

Zu Punkt 5) Literatur (162,00 €)

Zur Beurteilung der Abzugsfähigkeit der von Ihnen geltend gemachten Aufwendungen für Fachliteratur werden Sie um Vorlage einer vollständigen Literaturliste nach folgenden Kriterien ersucht:

- Buchtitel
- Vor- und Zuname des Autors
- Verlag, Erscheinungsdatum, Kaufpreis

- Inhaltsangabe (Kurzbeschreibung, die einen Überblick über den Inhalt des Buches gibt)
- Anwendungsmöglichkeit dieses Inhalts in Ihrer beruflichen Tätigkeit“.

Nach Fristverlängerung bis 30. Oktober 2008 bzw. bis 30. November 2008 gab der Bw. mit Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2008 Folgendes bekannt:

"a) Werbegeschenke, Fa. Leatherman (€ 2.880,84)

Die Absetzung von Zuwendungen anlässlich Weihnachten/Jahreswechsel sind für Freiberufler in der Verwaltungspraxis vertretbar, soweit diese branchenübliche Gelegenheits-Werbegeschenke darstellen (Vgl. Dr. Maximilian Margreiter, SWK 26/1997, S 549; Doralt, Kommentar zum EStG). Der Verwaltungsgerichtshof spricht diesbezüglich zwar von einer als gesetzwidrig erkannten Verwaltungsübung, erkennt selbst allerdings Werbegeschenke (Naturalien) in Einzelfällen an. Die Anwendung dieser Verwaltungspraxis führte auch beim Berufungswerber dazu, dass seine Werbeaufwendungen über viele Jahre hinweg anstandslos vom FA als Werbungskosten anerkannt wurden. Eine Nichtabzugsfähigkeit wäre nunmehr eine für den Berufungswerber nicht nachzuvollziehende Änderung der Verwaltungspraxis, auf die er sich nach Treu und Glauben verlassen hat. Im Einzelfall wurde bei der Veranlagung 2005 eine belegsmäßige Überprüfung der Werbungskosten durchgeführt, die ein Ausscheiden eines Beleges aus den Werbungskosten ausschließlich aufgrund des Zahlungszeitpunktes, jedoch nicht dem Grunde nach zur Folge hatte. Nachdem die überprüfende Behörde die Werbungskosten dem Grunde nach zugelassen hat, ist es dem Berufungswerber auch nicht vorzuwerfen, dass er auf die Beurteilung der Abgabenstelle vertraut hat und in der Folge weitere wirtschaftliche Dispositionen getroffen hat.

Zudem besteht in der Branche des Berufungswerbers ein überdurchschnittlich hohes Maß an Erwartung von Werbegeschenken. Die Selbstverständlichkeit eines Empfanges von Aufmerksamkeiten besonders zu Weihnachten beziehungsweise zum Jahreswechsel kann durchaus an eine Erwartungshaltung eines Werbegeschenkes von Bankkunden zum Weltspartag angelehnt werden.

Die betriebliche Notwendigkeit von Werbegeschenken ist für die Branche des Versicherungsgeschäftes augenscheinlich und üblich. Dabei steht die berufliche Tätigkeit unzweifelhaft bei weitem im Vordergrund. Die Überlassung der Gegenstände erfolgt nur aus Gründen der Werbung und sind sie auch geeignet, eine entsprechende Werbewirksamkeit zu entfalten. Der Erfolg der Werbewirksamkeit kann aus den überdurchschnittlich hohen Provisionseinnahmen im Vergleich zu anderen Versicherungsmaklern auch ersehen werden.

b) Wein (Weihnachtsgeschenke), € 205,20

Der Verweis auf das Erkenntnis des VwGH vom 30.04.2003, 98/13/0071 kann für die Beurteilung des aktuellen Sachverhaltes nicht herangezogen werden. Der Erwerb der 8 Flaschen Wein wurde als Geschenk für die Zusammenarbeit mit einem Verlag überreicht. Der Sachverhalt gestaltet sich im aktuellen Fall jedoch anders. Die zu Weihnachten verschenkten Flaschenweine dienten als Aufmerksamkeit und Werbung insbesondere für Personen, die einerseits Kunden der y. Versicherung akquirieren sollten, andererseits um die Versicherungsmarke im Gedächtnis zu behalten und waren daher immer mit entsprechenden Aufklebern der genannten Versicherung versehen und wurden in "Sackerl" der y. Versicherung übergeben.

c) "Schirennen für Kunden" (€ 1.193,60)

Die Auffassung, es läge keine beruflich veranlasste Eventmarketing-Veranstaltung vor, da die eingereichte Einladung nicht mit der Bezeichnung des tatsächlich veranstalteten Schitages übereinstimmt, kann nicht geteilt werden. Im Lead-in des Internet Artikels "xyz" konnten am 12. März 2005 die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Start des diesjährigen JournalistInnen-Schitages des X. Presseclubs und der "y. Versicherungs AG" ... wird klar vom Schitag des Presseclubs und der Versicherung gesprochen. Der Umstand, dass dem einen

Veranstalter der Zusatz "gesponsert von:" angefügt ist, bestätigt die Übernahme der Kosten durch den einen Veranstalter, der y. Versicherung AG.

Kundeneinladungen und Eventmarketing Veranstaltungen wie auch die genannte, werden im Rahmen vorangesetzten Kosten und Aufwendungen von der Versicherung getragen.

Erforderliche und über die vorangesetzten Aufwendungen hinausgehende Kosten müssen vom Berufungswerber bestritten werden. Das Kundensegment des Berufungswerbers macht es aber unbedingt notwendig, neue Produkte in einem für dieses Kundenfeld üblichen Rahmen zu präsentieren und für den Absatz zu werben.

Überdies dürfen wir zum Eventcharakter ausführen, dass ein Kundenrennen den Wettkampfgeist der TeilnehmerInnen weckt und diese dadurch dem Rennen sicherlich bis zum Ende beiwohnten. Eine nachfolgende Analyse zu Taktik und Zielsetzung der einzelnen Teilnehmer sorgt anschließend für ein angenehmes Klima bei einem gemütlichen Zusammensein, sodass nicht allein schon das Gebot der Höflichkeit und des Anstandes für den Verbleib der TeilnehmerInnen an der eingeladenen Veranstaltung selbstverständlich sein sollte. In einem wohlfühlenden Rahmen kann eine Präsentation von neuen und interessanten Produkten auch in der veranstalteten Dauer als aufgelockert: und kurzweilig empfunden werden, weshalb diese Veranstaltung mit der angeschlossenen Siegerehrung eine geradezu optimalen Gelegenheit zur Information und Präsentation darstellt. Die verbleibende Zeit bis zur Rückfahrt steht dem Berufungswerber dann auch zur Beantwortung von Einzelfragen und Einzelgesprächen zur Verfügung.

Eine Aufstellung der Teilnehmerliste jener Personen, die am Schitag teilgenommen haben wird bereits durch die vorliegende Liste der Platzierungen aus dem Internet Artikel belegt. Die Teilnehmerliste deckt sich im Wesentlichen mit der Teilnehmerliste an der Präsentation.

d) Werbegeschenke; Weihnachtsbesuche (€ 4.560,00)

Diese Werbemaßnahmen stehen im eindeutigen beruflichen Zusammenhang und wurden durch eine entsprechende Verpackung unter Hinweis auf die Versicherung mit Weihnachtskarten der genannten Versicherung versehen. Selbstverständlich erfolgt die Übergabe derartiger Werbung durch den betreffenden Betreuer im Rahmen seiner Erwerbstätigkeit und zielen auch darauf ab, die entsprechende Werbewirksamkeit zu entfalten. Eine Liste der Werbegeschenke liegt vor.

Punkt 5) Literatur (€ 162,00)

Die Belege der Bücher wurden bereits im Original vorgelegt. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um folgende Bücher:

- Lechner, Egger, Schauer: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre
 - Kottler: Marketing – Management
 - Sernitz: Vorsicht China - Wirtschaftliche Entwicklung
 - Schulz von Thun: Miteinander Reden – Kommunikation
 - Höglinger: Zeit haben heißt nein sagen (Buch über Zeitmanagement im Beruf)
- (diese Bücher dienten vorwiegend der Fortbildung; teilweise wurden Bücher aber auch im Rahmen von Aktionen an Mitarbeiter verschenkt)."*

Mit Vorhalt vom 27. Jänner 2009 wurde der Bw. um Beantwortung folgender weiterer Fragen ersucht:

„1. Die von Ihnen dem Finanzamt vorgelegte Rechnung vom 30. März 2005 ist an die X. Versicherung adressiert. Auf der im Veranlagungsakt befindlichen Kopie des Überweisungsbeleges des Betrages iHv. 1.193,60 € für Gästekonsumation in der „Gaststätte“ auf der AB ist nicht ersichtlich, wer den Betrag eingezahlt hat bzw. von wessen Konto der Betrag abgebucht wurde.

Legen Sie daher bitte eine Bestätigung der X. Versicherung AG vor, dass der Betrag iHv. 1.193,60 € von Ihnen persönlich zu tragen war und welche Kosten konkret von der X. Versicherung AG als Sponsor dieser Veranstaltung bezahlt wurden. Um Vorlage belegmäßiger Nachweise wird ersucht.

2. Geben Sie bitte weiters bekannt, welche Person bzw. Personen konkret die Organisation der Einladungen zum Schitag des X. Presseclubs 2005 durchgeführt hat (haben), für welche Institution diese Person(en) tätig geworden ist (sind) und auf welche Art (schriftlich, persönlich, mittels E-Mail etc.) die einzelnen Personen eingeladen wurden.

a) Legen Sie bitte ein Exemplar der vollständigen Einladung, die den einzelnen Teilnehmern zugestellt bzw. übergeben wurde, vor.

b) Handelt es sich bei der von Ihnen vorgelegten Liste mit der Bezeichnung „Journalistenskiennen H., Stand: 12.3.2005“ um eine vollständige Liste aller eingeladenen Personen?

3. Es wird Ihnen Gelegenheit gegeben, die bisher nicht beantworteten Fragen des Vorhalts vom 27. August 2008, insbesondere die Fragen zu „Produktpräsentation bzw. Werbeeffekt“, „Seminarkosten“ und „Literatur“ zu beantworten. (Hinweis: Die zu „Literatur“ vorgelegte Beantwortung ist wortgleich mit der bereits mit Aktenvermerk vom 14. Juni 2007 dem FA vorgelegten Darstellung).

4. Im angeführten Aktenvermerk weisen Sie darauf hin, dass das Schirennen für Kunden in H. Eventcharakter aufweise und diesem ein Marketingkonzept zu Grunde liege. Begründen Sie bitte diese Aussage und stellen Sie bitte den Inhalt des Marketingkonzepts dar.

5. Beschreiben Sie bitte den Inhalt der Produktpräsentation näher. Um Vorlage einer allenfalls hierbei verwendeten schriftlichen Unterlage wird ersucht.“

Gleichzeitig wurde der Bw. darüber informiert, dass die von ihm beantragte mündliche Verhandlung vor dem gesamten Berufungssenat voraussichtlich am 3. März 2009 statt finden werde.

Die entsprechende Vorladung wurde am 10. Februar 2009 zugestellt.

Mit Schreiben vom 12. Februar 2009 wurde der Antrag auf mündliche Verhandlung vor dem gesamten Berufungssenat zurückgenommen.

Mit Vorhalt vom 26. Februar 2009 wurde die Frist zur Beantwortung des Vorhalts vom 27. Jänner 2009 bis längstens 16. März 2009 erstreckt und darauf hingewiesen, dass im Fall der Nichtbeantwortung nach der Aktenlage zu entscheiden sei.

Auf Ersuchen des steuerlichen Vertreters wurde die Frist letztmalig bis längstens 23. März 2009 verlängert.

Die Fragen dieses Vorhalts blieben bis dato unbeantwortet.

Über die Berufung wurde erwogen:

Gemäß § 16 EStG 1988 sind Werbungskosten die Aufwendungen oder Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen.

Gemäß § 19 Abs. 2 EStG 1988 sind Ausgaben für das Kalenderjahr abzusetzen, in dem sie geleistet worden sind.

Der Bw. wurde mit Vorhalt vom 27. Jänner 2009 – unter Erläuterung der sich aus der Aktenlage ergebenden Unklarheiten - ersucht, bekannt zu geben, wer den Betrag iHv. 1.193,60 € für Gästekonsumation in der „Gaststätte“ tatsächlich bezahlt hat. Weiters wurde um Vorlage einer Bestätigung des Arbeitgebers des Bw. über eine aus der Rechnung vom 30. März 2005 zu erschießende Kostentragung durch die Versicherung als Arbeitgeberin ersucht. Weiters wurde um diesbezüglichen belegmäßigen Nachweis ersucht.

Der Bw. ließ diese Fragen unbeantwortet und legte auch keinerlei Nachweise vor.

§ 138 Abs 1 BAO sieht vor, dass die Abgabepflichtigen auf Verlangen der Abgabenbehörde zur Beseitigung von Zweifeln den Inhalt ihrer Anbringen zu erläutern und zu ergänzen sowie dessen Richtigkeit zu beweisen haben.

Der Bw. hat die für die Beurteilung des gegenständlichen Falles maßgebliche Fragen nicht bzw. zu wenig konkret beantwortet. Dies trifft insbesondere auf die Frage zu, wer den mit Rechnung vom 30. März 2005 ausgewiesenen Betrag iHv. 1.193,60 € tatsächlich bezahlt hat.

Aber auch die übrigen Fragen des Vorhalts vom 27. Jänner 2009 wurden nicht beantwortet.

Damit ist es der Bw. jedoch nicht gelungen, die berufliche Verursachung der von im geltend gemachten Werbungskosten nachzuweisen.

Der Bw. wäre dazu verhalten gewesen, gemäß seiner, der amtswegigen Ermittlungspflicht der Behörde (§ 115 BAO) gegenüberstehenden Offenlegungs- und Mitwirkungspflicht (§ 119 BAO), die Fragen des Vorhalts ausreichend klar und vollständig zu beantworten. In dem Ausmaß, in dem die Partei zur Mitwirkung an der Wahrheitsfindung ungeachtet ihrer Verpflichtung hierzu nicht bereit ist bzw. eine solche unterlässt, tritt die Verpflichtung der Behörde, den Sachverhalt nach allen Richtungen über das von ihr als erwiesen erkannte Maß hinaus zu prüfen, zurück (Ritz, Kommentar, BAO, Tz 9 zu § 115 und die dort zitierte Judikatur).

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 2 lit. a EStG 1988 dürfen Aufwendungen oder Ausgaben für die Lebensführung, selbst wenn sie die wirtschaftliche oder gesellschaftliche Stellung des Steuerpflichtigen mit sich bringt und sie zur Förderung des Berufes oder der Tätigkeit des Steuerpflichtigen erfolgen, bei den einzelnen Einkünften nicht abgezogen werden.

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988 dürfen weiters Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben bei den einzelnen Einkünften nicht abgezogen werden.

Nach dem zweiten und dritten Satz des § 20 Abs. 1 Z. 3 EStG 1988 fallen unter Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben auch Aufwendungen oder

Ausgaben anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden, außer der Steuerpflichtige weist nach, dass die Bewirtung der Werbung dient und die betriebliche oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt.

Im gegenständlichen Fall bekämpft der Bw. die Nichtanerkennung folgender Aufwendungen:

1. Aufwendungen für anlässlich des Weihnachtsfestes bzw. des Jahreswechsels an diverse Kunden überreichte Werbegeschenke
2. Aufwendungen für ein „Schirennen für Kunden“, sowie
3. Aufwendungen für die Anschaffung von Literatur

Zu 1. „Werbegeschenke iHv. 2.880,84 €, Wein (Weihnachtsgeschenke) iHv. 205,20 € und Werbegeschenke (Weihnachtsbesuche) iHv. 4.560,00 €“:

Die Überreichung von Aufmerksamkeiten, die nicht als „Bewirtung von Geschäftsfreunden“ gelten und durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt sind, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, sind immer typische Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 Abs. 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988, die sich einem Abzug von den Einkünften in jedem Fall entziehen. Dazu zählen beispielsweise neben diversen Geschenken wie Flaschenweine, Bonbonnieren, Sekt etc. auch Einladungen zu Theater- und Konzertveranstaltungen oder Tennis-Einladungen. (Vgl. zB VwGH vom 30.4.2003, 98/13/0071, vom 3.5.2000, 98/13/0198, und vom 17.12.2002, 2002//14/0081).

Im Einzelnen vertrat der VwGH etwa in seinem Erkenntnis vom 30.4.2003, 98/13/0071 hinsichtlich der Abzugsfähigkeit von Weinflaschen als Geschenk an "den Verlag" für die Zusammenarbeit bei der Herstellung von Broschüren folgende Auffassung:

*"....Nicht in einer Bewirtung bestehende Aufmerksamkeiten der vorliegenden Art **wem gegenüber immer** sind typische Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 Abs. 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988, die sich einem Abzug von den Einkünften in jedem Fall entziehen (siehe hiezu etwa die hg. Erkenntnisse vom 26. September 2000, 94/13/0171 und 94/13/0260, und vom 3. Mai 2000, 98/13/0198)....".*

Der VwGH hat somit Aufwendungen wie **Weinflaschen "wem gegenüber immer"** ausdrücklich als **Repräsentationsaufwendungen** im Sinne des § 20 Abs. 1 Z 3 Satz 1 EStG 1988 bezeichnet.

Zum Nachweis der zu Weihnachten bzw. zum Jahreswechsel getätigten Aufwendungen für Werbegeschenke legte der Bw. folgende Rechnungen in Kopie vor:

Bezeichnung des Produktes	Lieferant	Betrag
Schalen, Fischplatten, Obstkörbe, Teller etc.	Fa. Leatherman	2.880,84 €
Flaschenweine	Weingut in Spitz/Donau	205,20 €
Flaschenuntersetzer und weitere, nicht näher bezeichnete Produkte	Fa. Leatherman	4.560,00 €

Die Fragen des Vorhalts vom 27. August 2008, um welche Produkte es sich im Einzelnen handelt und an wen sie weitergegeben wurden, hat der Bw. nicht beantwortet.

Er bekräftigte mit Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2008 allerdings, dass diese Werbegeschenke anlässlich des Weihnachtsfestes bzw. des Jahreswechsels – immer mit entsprechenden Aufklebern der genannten Versicherung – in „Sackerl“ der Versicherung weitergegeben wurden.

Hinsichtlich der steuerlichen Absetzbarkeit von „Flaschenwein“ behauptet der Bw. zwar, der Verweis im angeführten Vorhalt auf das Erkenntnis des VwGH vom 30.4.2003, 98/13/0071 könne für die Beurteilung des Berufungsfalles nicht herangezogen werden, weil im Fall dieses Erkenntnisses Flaschenwein als Geschenk für die Zusammenarbeit mit einem Verlag überreicht wurde, im gegenständlichen Berufungsfall hingegen Flaschenweine anlässlich des Weihnachtsfestes verschenkt wurden.

Mit dieser Begründung vermag der Bw. aber umso weniger zu überzeugen, als auch er die Flaschenweine zu Weihnachten verschenkt hat und der VwGH gerade im Fall von Zuwendungen anlässlich des Weihnachtsfestes vom Vorliegen von Repräsentationsaufwendungen ausgeht.

Wie der Verwaltungsgerichtshof in seinem Erk. v. 15.7.1998, 93/13/0205, ausgeführt hat, bringt der Gesetzgeber klar zum Ausdruck, dass das in § 20 Abs. 1 Z 2 und 3 EStG verankerte Abzugsverbot auch solche Aufwendungen für die Lebensführung mitumfasst, die der Förderung des Berufes oder der Tätigkeit des Steuerpflichtigen dienen. Ein Gesetzesvollzug, bei dem die steuerliche Abzugsfähigkeit von Geschenken und Aufmerksamkeiten davon abhängig gemacht würde, ob jemand damit wünschenswerte geschäftliche oder berufliche Kontakte fördern und vertiefen oder bloß repräsentieren will, wäre in der Praxis kaum durchführbar. Abgesehen davon hätte er zur Folge, dass die Einkommensteuer-Bemessungsgrundlage von Charaktereigenschaften des jeweiligen Steuerpflichtigen mitbestimmt würde - ein Ergebnis, das mit dem Wesen der Einkommensteuer als einer an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Steuerpflichtigen orientierten Abgabe nicht vereinbar wäre. Es ist daher erforderlich, abzugsfähige und nicht abzugsfähige Aufwendungen nach objektiven Kriterien voneinander abzugrenzen. Maßgebend ist dabei das äußere

Erscheinungsbild, das auf Art und Beweggrund eines Aufwandes schließen lässt und nicht die bloß behauptete, davon abweichende Motivation des Steuerpflichtigen. Dementsprechend vertritt der Verwaltungsgerichtshof in ständiger Rechtsprechung die Auffassung, dass unter dem Begriff "Repräsentationsaufwendungen" im Zusammenhalt mit der eigenen Bedeutung dieses Wortes alle Aufwendungen zu verstehen sind, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt sind, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, es ihm also ermöglichen zu "repräsentieren". Der Verwaltungsgerichtshof hat bereits in mehreren Erkenntnissen (vgl. 11.7.1995, 91/13/0145, 26.9.2000, 94/13/0260, 25.4.2001, 99/13/0221) ausgesprochen, dass Zuwendungen an Kunden, wie das Schenken von Flaschenweinen, Sekt, Bonbonieren etc. anlässlich des Weihnachtsfestes oder des Jahreswechsels zu nichtabzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen führen.

Nach der angeführten Judikatur ändert daran auch der Umstand nichts, dass – wie der Bw. mit Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2008 zu Punkt „b) Wein (Weihnachtsgeschenke), 205,20 €“ bekannt gegeben hat – die zu Weihnachten verschenkten Flaschenweine „immer mit entsprechenden Aufklebern der genannten Versicherung versehen waren und in ‚Sackerl‘ der Versicherung übergeben wurden“.

Diese Ausführungen gelten freilich in gleicher Weise bzw. umso mehr für die als Werbungskosten geltend gemachten Aufwendungen für die wesentlich höherwertigeren bzw. exklusiveren Produkte der Fa. Leatherman iHv. 2.880,84 € sowie iHv. 4.560,00 €.

Bei den Werbegeschenken, Fa. Leatherman (2.880,84 € und 4.560,00 €) handelt es sich nach den eigenen Angaben des Bw. um „Aufmerksamkeiten besonders zu Weihnachten bzw. zum Jahreswechsel“.

Die Fragen des Vorhalts, um welche Produkte es sich im einzelnen handelt, und an wen die Weitergabe erfolgte, wurden hingegen vom Bw. nicht beantwortet. Auch den im Veranlagungsakt befindlichen Rechnungen über diese Beträge ist nicht zu entnehmen, um welche Produkte es sich konkret handelt (z.B.: „FA 01 Platte; 2 Stück à 87,00 €, LC 02 Teller; 3 Stück à 25,90 €, DUL 2/12 Schale, LC 02 Teller etc.).

Der VwGH hat mit Erkenntnis vom 24. November 1999, 96/13/0115 festgestellt, dass unter dem Abzugsverbot des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 unterliegenden "Repräsentationsaufwendungen" alle Aufwendungen zu verstehen sind, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt sind, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, es ihm also ermöglichen, zu "repräsentieren" (mit Hinweis auf das Erkenntnis vom 15.7.1998, 93/13/0205).

Zur Geltendmachung von Aufwendungen für Kleidungsstücke als Weihnachtsgeschenk führte der Gerichtshof hierbei wörtlich aus:

*„Die Beschwerdeführerin erachtet sich weiters dadurch in ihren Rechten verletzt, dass Aufwendungen des Jahres 1991 für diverse Kleidungsstücke, die ihren Behauptungen nach an einen namhaft gemachten Mitarbeiter der Julius Meinl AG **als Weihnachtsgeschenk** gegeben wurden, nicht als Betriebsausgaben anerkannt wurden. Damit verkennt die Beschwerdeführerin aber, dass unter "Repräsentationsaufwendungen" - die dem Abzugsverbot des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 unterliegen - alle Aufwendungen zu verstehen sind, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt sind, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, es ihm also ermöglichen, zu "repräsentieren" (vgl. z.B. das hg Erkenntnis vom 15. Juli 1998, 93/13/0205). Zu den Repräsentationsaufwendungen zählen demnach auch Geschenke an Kunden und deren Mitarbeiter (vgl. auch das hg Erkenntnis vom 22. Dezember 1993, 91/13/0128). Soweit die Beschwerdeführerin dabei auf den mit diesen Aufwendungen ihrer Meinung nach verbundenen Werbezweck verweist, ist ihr entgegenzuhalten, dass der Gesetzgeber eine Ausnahme vom Abzugsverbot der Repräsentationsaufwendungen für den Fall eines damit verbundenen Werbezweckes im dritten Satz des § 20 Abs 1 Z 3 EStG 1988 zwar in beschränktem Ausmaß vorgesehen hat, diese Ausnahme ihrerseits aber nur Bewirtungsspesen und nicht andere Repräsentationsaufwendungen erfasst.“*

Der Gesetzgeber hat also lediglich eine Ausnahme vom Abzugsverbot der Repräsentationsaufwendungen für den Fall eines damit verbundenen Werbezweckes im dritten Satz des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 (in beschränktem Ausmaß) vorgesehen. Diese Ausnahme erfasst nur Bewirtungsspesen.

Dazu hat der VwGH in seinem Erkenntnis vom 10.08.2005, [2005/13/0049](#) ausdrücklich fest gehalten, dass die Werbewirkung als Tatbestandsvoraussetzung nur des Ausnahmefalles der Bewirtung von Geschäftsfreunden von den dem Abzugsverbot nach § 20 Abs. 1 Z. 3 EStG 1988 unterliegenden Repräsentationsaufwendungen normiert ist, während Repräsentationsaufwendungen anderer Art auch im Falle des Vorliegens eines damit verbundenen Werbezweckes nicht abziehbar werden (mit weiteren Hinweisen auf die Erkenntnisse vom 30. April 2003, 98/13/0071, vom 2. August 2000, 97/13/0096, und vom 3. Mai 2000, 98/13/0198).

Die gleiche Ansicht wird auch vertreten in Hofstätter/Reichel, Die Einkommensteuer, Reichel/Zorn, Rz 7.3 zu § 20, wonach

„.....beispielsweise Ausgaben für Geschenke an Kunden, Klienten, Mitarbeiter zu solchen Anlässen, zu Weihnachten, zum Jahreswechsel uä, wie Geschenkkörbe, Lederwaren, Bücher, Rauchwaren, Handelsmünzen, Alkoholika, Jagd- und Reiteinladungen uam Repräsentationsaufwendungen sind (so für viele VwGH v 22. 12. 1993, ZI 91/13/0128, § 20 EStG 1972 E 290 lit b).“

An dieser Beurteilung vermag auch die Argumentation des steuerlichen Vertreters betreffend Treu und Glauben nichts zu ändern. Die Werbeaufwendungen des Bw. seien über viele Jahre hinweg vom FA anstandslos anerkannt worden, weshalb eine Nichtabzugsfähigkeit nunmehr eine für den Bw. nicht nachvollziehbare Änderung der Verwaltungspraxis wäre.

In diesem Zusammenhang ist auf die Entscheidung des VwGH vom 11. Juli 1995, 91/13/0145, zu verweisen, in welchem der GH in einem Fall mit vergleichbarem Sachverhalt wörtlich ausführt:

„In der Beschwerde wird hiezu lediglich vorgebracht, erstmals in der abgabenbehördlichen Prüfung für die Jahre 1982 bis 1986 sei es zu einem derartigen Ausscheiden von Werbekosten gekommen, sodass ein Verstoß gegen eine jahrzehntelange Verwaltungspraxis vorliege, auf die der Beschwerdeführer vertrauen habe könne. Dem ist entgegenzuhalten, dass die Behörde im Grunde des Art. 18 Abs. 1 B-VG verpflichtet ist, von einer als gesetzwidrig erkannten Verwaltungsübung abzugehen; die Behörde ist nicht berechtigt, eine allfällige gesetzwidrige Praxis der Vergangenheit beizubehalten.....

Im übrigen sei darauf verwiesen, dass der Beschwerdeführer gar nicht behauptet, bei vorangegangenen Prüfungen der Aufzeichnungen seien Aufwendungen der hier strittigen Art geprüft worden.

Auch in dem hier zu beurteilenden Fall findet sich weder eine gesetzliche Handhabe für die Abzugsfähigkeit der in Rede stehenden Aufwendungen, noch konnte sich der Bw. auf eine in Vorjahren statt gefundene Überprüfung derartiger Aufwendungen berufen.

Seinem Vorbringen in der Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2008 ist lediglich ein Hinweis zu entnehmen, er habe auf Grund des Ausscheidens eines Beleges **im Berufungsjahr 2005** durch das FA aus Gründen des Zahlungszeitpunktes und nicht dem Grunde nach, auf die Beurteilung des FA vertraut und **in der Folge** weitere wirtschaftliche Dispositionen getroffen. Damit zeigt der Bw. jedoch keinen möglichen Verstoß gegen die Grundsätze von Treu und Glauben auf, sondern bezieht sich seine Argumentation auf zukünftige Veranlagungszeiträume, die jedoch nicht Gegenstand der Berufung sein können.

Zu 2. „Schirennen für Kunden“ (1.193,60):

§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 lautet:

"Bei den einzelnen Einkünften dürfen nicht abgezogen werden: Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben. Darunter fallen auch Aufwendungen oder Ausgaben anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden. Weist der Steuerpflichtige nach, dass die Bewirtung der Werbung dient und die betriebliche oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt, können derartige Aufwendungen oder Ausgaben zur Hälfte abgezogen werden."

Aufwendungen anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden sind grundsätzlich als Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben nicht abzugsfähig. Als Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben sind alle Aufwendungen zu verstehen, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt bzw. in Zusammenhang mit der Erzielung von steuerpflichtigen Einkünften anfallen, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern.

Die in dieser Gesetzesstelle vorgesehene Ausnahme von dem grundsätzlichen Abzugsverbot von Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben ist von dem der Partei

obligenden Nachweis zweier Voraussetzungen - Werbezweck und erhebliches Überwiegen der betrieblichen oder beruflichen Veranlassung - abhängig. Eine bloße Glaubhaftmachung dieser Voraussetzungen reicht für die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen (Ausgaben) nicht aus. Nachzuweisen ist, dass dem Steuerpflichtigen die Aufwendungen tatsächlich erwachsen sind, dass mit der einzelnen Aufwendung ein Werbezweck verbunden war und dass die berufliche Veranlassung weitaus überwogen hat.

Unter dem Begriff Werbung ist ganz allgemein im Wesentlichen eine Produkt- oder Leistungsinformation zu verstehen. Der Steuerpflichtige hat also darzutun, dass er anlässlich der Bewirtungen jeweils eine auf seine berufliche Tätigkeit bezogene Leistungsinformation geboten hat. (Vgl. zB VwGH vom 22.3.2006, 2002/13/0023, und vom 3.7.2003, 2000/15/0159).

Unter Werbung ist eine Produkt- und Leistungsinformation und damit eine auf die betriebliche bzw. berufliche Tätigkeit bezogene Informationserbringung zu verstehen. Bei Veranstaltungen im Bereich des Event-Marketing kann die Möglichkeit der weitaus überwiegenden beruflichen bzw. betrieblichen Veranlassung nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Allerdings muss der Anlass der Veranstaltung ausschließlich dem Betriebsgeschehen zuzuordnen sein, und nicht der privaten Lebensführung des Unternehmers (VwGH 3.7.2003, 2000/15/0159, mit weiteren Zitaten).

Dass bei Vorliegen eines Event-Marketings die Bewirtung von Geschäftsfreunden zur Gänze abzugsfähig sein soll, wie dies von der Bw. begehrt wird, ist dem Gesetz nicht zu entnehmen.

Die Beweisführung an Hand eines Event-Marketings ermöglicht den Nachweis, dass die Bewirtung der Werbung dient, die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen oder Ausgaben für die Bewirtung der Geschäftsfreunde bleiben jedoch gemäß eindeutiger Anordnung des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 immer auf die Hälfte beschränkt.

Die Abzugsfähigkeit der Bewirtungsspesen nur zur Hälfte berücksichtigt pauschal die dennoch gegebenen Repräsentationskomponente (vgl. Doralt, EStG⁴, § 20 Tz 89 unter Hinweis auf die erläuternden Bemerkungen der Regierungsvorlage zu § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988).

Im Erkenntnis 26.9.2000, 94/13/0260, hat der VwGH explizit festgestellt, dass nur der Werbung dienende Bewirtungsaufwendungen eine Ausnahme vom Abzugsverbot von Repräsentationsaufwendungen darstellen. Laut VwGH sind daher gemäß § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 Bewirtungsausgaben, die auf den Werbungsbereich (Leistungsinformation) entfallen, zur Hälfte abzugsfähig, hingegen Ausgaben, die nur im weitesten Sinn der Kontaktpflege dienen, zur Gänze nicht abzugsfähig.

Im gegenständlichen Fall wären demnach die Kosten für Bewirtung der Teilnehmer an dem Schirennen (Rechnung vom 30. März 2005 über Gästekonsumation) zur Hälfte abzugsfähig sind, wenn diese Aufwendungen der Werbung und Leistungsinformation dienten. Anderenfalls sind die Kosten zur Gänze nicht abzugsfähig (§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988).

Wie oben ausgeführt, ist der Bw. trotz gezielter Fragestellung mit Vorhalt vom 27. Jänner 2009 die Beantwortung der Frage schuldig geblieben, wer tatsächlich den Betrag iHv. 1.193,60 € bezahlt hat. Die erwähnte Fragestellung zeigte sich zur Erforschung des wahren Sachverhalts auch insofern als unumgänglich, als der Bw. selbst in der Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2008 betont hat, dass "die Übernahme der Kosten durch den einen Veranstalter, der y. Versicherung AG" erfolgt ist.

Trotz des ausdrücklichen Ersuchens mit Vorhalt vom 27. August 2008, eine Aufstellung der von der Versicherung AG als „Sponsor“ dieses Schitages getragenen Kosten, eine Teilnehmerliste jener Personen, die an der Produktpräsentation „Zukunftsvorsorge der X. Vers. AG“ teilgenommen haben, sowie eine Teilnehmerliste jener Personen, die am Schitag teilgenommen haben, vorzulegen, gab der Bw. lediglich bekannt, dass Kundeneinladungen und Eventmarketing Veranstaltungen (wie auch die genannte) im Rahmen "vorangesetzter Kosten und Aufwendungen" von der Versicherung getragen werden. Darüber hinaus gehende Kosten hätten vom Bw. bestritten werden müssen.

Aus diesem Grund wurde dem Bw. mit Vorhalt vom 27. Jänner 2009 nochmals Gelegenheit gegeben, die angesprochene Kostenaufteilung zwischen ihm und der Versicherungsgesellschaft darzulegen, den Modus der Organisation des Schitages (bzw. des behaupteten Events) zu erläutern, eine Liste der an der Produktpräsentation teilnehmenden Personen vorzulegen und zu den bisher nicht beantworteten Fragen Stellung zu nehmen und insbesondere ein allfällig vorhandenes Marketingkonzept und den Inhalt der behaupteten Produktpräsentation vorzulegen. Wie erwähnt, erfolgte jedoch eine Beantwortung dieses Vorhalts nicht.

Abgesehen davon, dass der Bw. Zweifel darüber offen gelassen hat, ob er selbst den gesamten Betrag für die Gästekonsumation oder diesen nur zum Teil oder nicht er, sondern die Versicherungsgesellschaft getragen hat, ist dessen steuerliche Berücksichtigung als Werbungskosten aus folgenden weiteren Gründen nicht zulässig:

Auf Grund des aus dem Steuerakt zu erschließenden bzw. des vom Bw. bekannt gegeben Sachverhalts ist nicht zu erkennen, ob, bzw. in welchem Umfang vor oder im Rahmen der Siegerehrung des von der Versicherungsgesellschaft gesponserten Presse-Schirennens eine

Produkt- bzw. Leistungsinformation über die von der Versicherungsgesellschaft angebotenen Zukunftsvorsorge statt gefunden hat.

Auch die im Vorhalt vom 27. August 2008 im Hinblick auf die mangelnde Übereinstimmung der vom Bw. beim FA eingereichten Einladung mit der Bezeichnung des tatsächlich veranstalteten Schitages des X. Presseclubs angemeldeten Zweifel am Vorliegen einer "beruflich veranlassten Eventmarketing-Veranstaltung" vermochte der Bw. nicht zu zerstreuen.

Einerseits nahm der Bw. hierzu nicht konkret Stellung, sondern beschränkte sich darauf, den Text des ihm übermittelten "Internet Artikels" so zu interpretieren, dass sowohl der X. Presseclub, als auch die Versicherungsgesellschaft als Veranstalter anzusehen sind, wobei die Kosten von der Versicherungsgesellschaft als Sponsor übernommen worden seien. Auch zur Kostenaufteilung zwischen ihm und der Versicherungsgesellschaft nahm er nicht konkret Stellung. In den weiteren Ausführungen zum Eventcharakter stellte der Bw. die Siegerehrung als einen "wohlfühlenden Rahmen" für die Präsentation von neuen und interessanten Produkten dar. Demgegenüber habe nach der als "KS. Kunden-Schirennen" titulierten Einladung die Produktpräsentation eine Stunde vor der Siegerehrung statt gefunden. Ebenso wenig konnte der Bw. trotz gezielter Fragestellung Art und Weise des Werbeeffektes erläutern („gemütlicher Ausklang!“).

Andererseits beantwortete er die konkreten Fragen des Vorhalts vom 27. Jänner 2009 hinsichtlich "Marketingkonzept" und Inhalt der Produktpräsentation nicht.

Nach dem fest gestellten Sachverhalt hat der Bw. an dem von der Versicherungsgesellschaft "gesponserten" Schirennen des X. Presseclubs ("Schitag des X. Presseclubs") als Gast teilgenommen. Diese Veranstaltung ist somit nicht als "eigene Event-Marketing-Veranstaltung" der Versicherungsgesellschaft anzusehen. Außerdem hat der Bw. trotz Nachfrage weder den Inhalt eines allfälligen Marketingkonzepts, noch den Inhalt der behaupteten Produktpräsentation und die konkrete Teilnehmeranzahl bekannt gegeben.

Die Teilnehmer am Schitag sind somit nicht als "Geschäftsfreunde" iSd. § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 anzusehen. Der Abzug der Kosten für die Gästekonsumation iHv. 1.193,60 € als Werbungskosten ist somit nicht möglich.

Zu 3. Aufwendungen für die Anschaffung von Literatur (162,00 €)

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 2 lit a EStG 1988 sind Ausgaben oder Aufwendungen für die Lebensführung, selbst wenn sie die wirtschaftliche oder gesellschaftliche Stellung des Steuerpflichtigen mit sich bringt und sie zur Förderung des Berufes oder der Tätigkeit des

Steuerpflichtigen erfolgen, nicht als Werbungskosten abzugsfähig.

Lassen sich die Aufwendungen, die ausschließlich auf die berufliche Sphäre entfallen, nicht einwandfrei von den Aufwendungen für die private Lebensführung trennen, dann gehört der Gesamtbetrag derartiger Aufwendungen zu den nichtabzugsfähigen Ausgaben (siehe auch das Erkenntnis des VwGH vom 23.4.1985, 84/14/0119).

Literatur, die für einen nicht abgegrenzten Teil der Allgemeinheit bestimmt ist, befriedigt im Allgemeinen ein im Privaten gelegenes Bedürfnis und führt daher zu nicht abzugsfähigen Kosten der Lebensführung (VwGH 30.1.2001, 96/14/0154).

Der Bw. machte im Rahmen der Arbeitnehmerveranlagung 2005 für Fachliteratur getätigte Aufwendungen iHv. insgesamt 162,00 € als Werbungskosten geltend.

In der Begründung zur Berufung wies er unter anderem darauf hin, dass er diese Literatur zur Fortbildung in seinem angestammten Beruf benötige.

In Punkt 5) des Vorhaltes vom 27. August 2008 wurde der Bw. nach genau definierten Kriterien ersucht, den Sachverhalt zum Berufungspunkt "Fachliteratur" detailliert bekannt zu geben.

Mit Vorhaltsbeantwortung vom 9. Dezember 2009 gab der Bw. die ohnehin bereits im Steuerakt befindliche Auflistung der lediglich Autor und Titel umfassenden Literaturliste an.

Mit Vorhalt vom 27. Jänner 2009 wurde der Bw. hierauf hingewiesen und ihm nochmals Gelegenheit zur Stellungnahme geboten. Dieser Vorhalt blieb unbeantwortet.

Die vom Bw. bisher bekannt gegebenen Informationen zum Inhalt der einzelnen Werke und zu deren Verwendung im Beruf lässt keine zweifelsfreie Beurteilung der beruflichen Veranlassung zu.

Folgende Teilbeträge aus den in den Kassazetteln ausgewiesenen Buchtiteln wurden mit Berufungsvorentscheidung vom 18. Juli 2007 nicht anerkannt:

Schulz v. Thun	4 Mal 9,20	36,80
Zeitmanagement, Zeit haben heißt nein sagen		22,00
Re. Thalia		23,10
Summe nicht anerkannter Wko laut BVE		81,90

Die vier Exemplare des Werkes "Miteinander reden – Kommunikation", Schulz v. Thun, wurden laut vorgelegter Bonkopie am 10.3.2006 gekauft. Ebenso geht aus dem Kassensbon der Fa. Thalia über den Betrag iHv. 23,10 € das Datum der Bezahlung 10.3.2006 hervor.

Auf Grund der Bestimmung des § 19 Abs. 2 EStG 1988 sind diese Aufwendungen nicht im Berufungsjahr 2005, sondern – bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen – allenfalls im

Jahr 2006 abzusetzen. Nach den bisher hierüber bekannten Buchtiteln "Miteinander reden – Kommunikation" bzw. "Montaigne M.: Denken; Rilke R: Duineser El; Belli G: Zauber..." erscheint eine berufliche Veranlassung allerdings unwahrscheinlich.

Allein der handschriftlich erstellte Beleg über das Werk "Höglinger, Zeit haben heißt nein sagen" trägt ein Datum aus dem Berufungsjahr (30.5.2005).

Aufgrund einer Recherche im Internet (www.amazon.at) handelt es sich hierbei um "Ein Arbeitsbuch zur Selbstorganisation (Taschenbuch)" des Autors August Höglinger mit folgender Kurzbeschreibung:

"Nein sagen ist eine Schlüsselqualifikation für den Umgang mit der Zeit"

- *Wie entkomme ich dem Schreibtischchaos?*
- *Wie plane ich meinen Arbeitstag?*
- *Wie gehe ich mit Störungen und Unterbrechungen um?*
- *Wie konzentriere ich mich auf das Wesentliche?*
- *Wie verbessere ich meinen Arbeitsstil?*
- *Wie sage ich Nein um Zeit zu gewinnen?*
- *Wie setze ich meinem Mitmenschen Grenzen?*

Die vorgeschlagenen Methoden, Tipps und Anregungen sind zu 100 Prozent in die Praxis umsetzbar, einfach anwendbar und äußerst wirkungsvoll. Das Arbeitsbuch besteht aus 52 Arbeitsblättern (für die Wochen des Jahres). Es begleitet Sie im Idealfall ein Jahr lang als Ihr persönlicher Berater und Coach und verhilft Ihnen bei konsequenter Anwendung zu mehr Zeit und Lebensqualität.

Ein sachlicher Zusammenhang mit der beruflichen Tätigkeit des Bw. ist nicht erkennbar und wurde auch vom ihm auch nicht näher erläutert. Außerdem weist das gegenständliche literarische Werk nach der vorliegenden Kurzbeschreibung einen Inhalt auf, der auch für eine breite Allgemeinheit von Interesse sein könnte. Der Wunsch, dem "Schreibtischchaos" zu entkommen, betrifft nicht nur beruflich tätige Personen, sondern wird mit Sicherheit in gleicher Weise auch von einer breiten Allgemeinheit im privaten Bereich gehegt. Diese Ansicht wird nicht zuletzt dadurch bestätigt, dass das Arbeitsbuch aus 52 Arbeitsblättern (für die Wochen des ganzen Jahres) besteht und als persönlicher Berater zu mehr Zeit und Lebensqualität verhelfen soll. Die Anerkennung als Werbungskosten ist somit nicht möglich.

Die Abzugsfähigkeit des Restbetrages in Höhe von 80,10 € wurde offenbar seitens des Finanzamtes überprüft und diese Aufwendungen als Werbungskosten behandelt.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

Linz, am 31. März 2009