

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Bundesfinanzgericht hat durch den Richter R in der Beschwerdesache
Bf gegen den Bescheid des Finanzamtes FA (St.Nr.: xxx) vom
26. September 2012, betreffend Einkommensteuer 2011 zu Recht erkannt:

Der angefochtene Bescheid wird abgeändert.

Die Bemessungsgrundlage und die Höhe der Abgabe sind dem angeschlossenen
Berechnungsblatt zu entnehmen und bilden einen Bestandteil dieses Spruches.

Eine Revision an den Verwaltungsgerichtshof ist nach Art. 133 Abs. 4 Bundes-
Verfassungsgesetz (B-VG) unzulässig.

Entscheidungsgründe

In seiner **Erklärung zur Arbeitnehmerveranlagung** für das Jahr 2011 beantragte
der Beschwerdeführer, Versicherungsvertreter, die Berücksichtigung von zahlreichen
Werbungskosten.

Mit **Ergänzungsersuchen** vom 6. September 2012 wurde der Beschwerdeführer ersucht,
die beantragten Aufwendungen belegmäßig nachzuweisen.

Dieser Aufforderung trug der Beschwerdeführer Rechnung indem er die beantragten
Aufwendungen detailliert auflistete und die entsprechenden Belege übermittelte.

- < Abschreibung: 294,54
- < Telefonkosten: 685,64 (Privatanteil 250,00)
- < A D : 5.479,44
- < Werbung: 4.285,78
- < Geschäftsanbahnungsspesen: 385,45 (50%)
- < Büromaterial: 554,21
- < Postgebühren: 391,44
- < BRU: 78,48
- < Km-Geld: 4.059,56
- < GWG: 500,99

GESAMT: 16.715,53 Euro

Mit **Einkommensteuerbescheid 2011** vom 26. September 2012 wurde die Einkommensteuer für das Jahr 2011 abweichend von der eingereichten Erklärung festgesetzt.

Werbungskosten wurden in Höhe von 13.459,77 Euro berücksichtigt.

Begründend wurde ausgeführt, dass für die Anschaffung des Samsung Galaxy Tab keine zwingende berufliche Notwendigkeit bestehen würde, da bereits ein Notebook beruflich in Verwendung sei.

Aufwendungen, welche ganz allgemein dazu dienen geschäftliche Kontakte aufzunehmen und zu pflegen bzw. welche das gesellschaftliche Ansehen des Steuerpflichtigen fördern, würden steuerlich nicht abzugsfähige Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 EStG 1988 darstellen.

Die geltend gemachten Ausgaben für Gutscheine, Billets, Wein, Kaffee und Einladungen zu Essen - ohne einen unmittelbaren Zusammenhang mit einem getätigten Geschäftsabschluss - seien um 2.748,75 Euro zu kürzen gewesen.

Mit Eingabe vom 17. Oktober 2012 wurde **Berufung** gegen den Einkommensteuerbescheid 2011 eingereicht.

Es werde beantragt, folgende Werbungskosten zusätzlich zu den bisher anerkannten Werbungskosten zu berücksichtigen:

a) Samsung Galaxy Tab:

In der Bescheidbegründung wird angeführt, dass "für die Anschaffung des Samsung Galaxy Tab keine berufliche Notwendigkeit bestehen würde, da bereits ein Notebook beruflich in Verwendung sei".

Gem. § 16 Abs. 1 EStG seien Werbungskosten Aufwendungen oder Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen.

Der Beschwerdeführer sei hauptberuflich angestellter Versicherungsvertreter bei der B Versicherung AG. Er hätte seit 2012 ein Büro in L - außerhalb seiner privaten Räume; Adresse: L 43 - angemietet. Im Hinblick darauf hätte er das Galaxy Tab angeschafft.

Der Beschwerdeführer hätte in seinem Büro einen Laptop (von der B Versicherung AG zur Verfügung gestellt) und einen Laptop hätte seine Sekretärin (Anschaffung 23/12/2009 -siehe Aufstellung Werbungskosten) im Einsatz. Diese Laptops seien ständig im Büro im Einsatz.

Der Beschwerdeführer hätte das Galaxy Tab aus folgendem Grund angeschafft:

Wenn außerhalb der Bürozeiten, Kunden bei ihm anrufen und Auskünfte über Polizzen etc. benötigen, würde er via Internet auf dem Server der B Versicherung einsteigen, und könne dem Kunden Auskünfte geben bzw. Berechnungen durchführen, ohne jedes Mal entweder ins Büro zu fahren bzw. jeden Tag, wenn er nach Hause fährt, seinen Laptop im Büro abzubauen und am nächsten Tag wieder aufzubauen. Er könne mit dem Galaxy Tab auch zu Kunden fahren und wiederum direkt auf den Server der B Versicherung einsteigen und Polizzen etc. ausfertigen. Die Anschaffung sei ausschließlich für betriebliche Nutzung

erfolgt. Es werde daher beantragt, die Anschaffungskosten des Samsung Galaxy Tabs als Werbungskosten anzuerkennen.

Die Verteilung der Werbungskosten auf 3 Jahre (da Anschaffung über 400 Euro) werde gem. LStR 235 beantragt.

b) Wein und Kaffee für Büro:

Der Beschwerdeführer hätte im Jahr 2011 102,50 € (das seien 50% der tatsächlichen Kaffeekosten) Kaffeekosten und 174,12 € für Wein (Belege Nr. 16 und 21) als Werbungskosten abgesetzt. Diese Ausgaben würden ausschließlich der Bewirtung von Kunden dienen. Die Kunden würden auch Bier, Wasser, antialkoholische Getränke in den Büroräumlichkeiten angeboten bekommen. Es würde zum "guten Ton" als Dienstleister gehören, seinen Kunden und Klienten bei den Besprechungen Getränke anzubieten. Der Beschwerdeführer hätte lediglich 50% des Kaffees und die Kosten für einen Weineinkauf in den Werbungskosten angesetzt. Der Wein sei, wie auf der Rechnung handschriftlich vermerkt, nicht als "Geschenk" verteilt worden, sondern im Büro sei eine Bewirtung durchgeführt worden. Die tatsächlichen Kosten für die Bewirtung der Kunden würden ca. beim Doppelten der angesetzten Werbungskosten liegen.

Der Verweis in der Begründung auf § 20 EStG möge zwar grundsätzlich berechtigt sein, allerdings würde das Berufsbild des Versicherungsvertreters (ähnlich den Bestimmungen für Politiker siehe Rz 383c LStR) ergeben, dass derartige Aufwendungen notwendig seien, da es die Kunden bzw. Klienten erwarten würden und daher in der Branche üblich sei. Siehe auch EStR Rz 4823 (Beispiele) - "Bewirtung im Betriebsraum bei Geschäftsbesprechungen". Laut dieser Randziffer in den EStR seien die Aufwendungen zu 50% absetzbar.

c) Kundenevent "xx Jahre B Versicherung, x Jahre Versicherungsagentur A" -(Beleg Nr. 9):

Die berufliche Veranlassung des Kundenevents im Gasthaus Ro sei auf jeden Fall gegeben. Es sei das xx jährige Jubiläum der B Versicherung AG, in Verbindung mit x Jahre Versicherungsvertretung A gefeiert worden. Das xx jährige Jubiläum der B Versicherung sei aber auf jedem Fall im Vordergrund gestanden. Die Einladung sei im offiziellen Design der B Versicherung AG gestaltet worden (mit E , Homepage, rote Farbe etc.). Somit sei aufgrund der Einladung schon zu erkennen gewesen, dass es sich um eine Veranstaltung für die B Versicherung AG gehandelt hätte. Zu dieser Veranstaltung seien ausschließlich bestehende Kunden und potentielle Neukunden und offizielle Vertreter der B Versicherung AG geladen gewesen.

Gemäß EStR 4822 würden die Aufwendungen für die Bewirtung von Geschäftsfreunden, dann zur Hälfte abgesetzt werden können, wenn die Bewirtung einen eindeutigen Werbezweck aufweise und die betriebliche Veranlassung im Vordergrund stehe.

In zahlreichen Reden z.B. von Bereichsdirektor M J oder Regionaldirektor K F seien die Produkte der B Versicherung AG und die Leistungen der letzten xx Jahre gewürdigt und die Bedeutung der regionalen Vertretungen, welche bereits über Generationen vorhanden

seien, hervorgehoben worden. Die Gästeliste (anbei ein Auszug) würde vorwiegend Großkunden und Geschäftspartner des Beschwerdeführers beinhalten:

K F (Regionaldirektor Mühlviertel), M J (Teamleiter Region Fr), Ing. Ma T (Schadenreferent Region Mühlviertel), Le Ch mit Gattin (Milchtransporte), BGM Er P mit Gattin, Dr. Med. Be Sc mit Gattin, Ot De (Zahntechn. Labor Linz), S Ha mit Gattin (Tischlereibetrieb), Kr Hz mit Gattin und sen. Chefin (Malerbedarf Großhandel), Ing. Li Jo mit Gattin (Voest), Eg He mit Gattin (Bauwesen Gemeinde L), Wi J mit Gattin (Raika L), usw..

Aus den o. a. Gründen wird beantragt, dass zumindest 50% der beantragten Kosten in Höhe von 2.107,50 € als Werbungskosten angesetzt werden.

Mit **Ergänzungsersuchen vom 14. November 2012** wurde der Beschwerdeführer seitens des Finanzamtes aufgefordert, weitere Daten und Unterlagen nachzureichen:

1. Samsung Galaxy Tab:

Um Vorlage der Rechnung werde ersucht.

Ansicht des Verwaltungsgerichtshofes zu Computern allgemein: VwGH 28.5.2008, 2006/15/0125:

"Zu den Aufwendungen oder Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen zählen gemäß § 16 Abs. 1 Z 7 EStG 1988 auch Ausgaben für Arbeitsmittel. Zur Eignung eines Computers als Arbeitsmittel hat der Gerichtshof bereits seine Auffassung zum Ausdruck gebracht, dass die Erforderlichkeit des Einsatzes eines Computers als Arbeitsmittel dann zu bejahen ist, wenn der Einsatz eines solchen Gerätes nach dem Urteil gerecht und billig denkender Menschen für eine bestimmte Tätigkeit unzweifelhaft sinnvoll ist (vgl. die hg. Erkenntnisse vom 12. April 1994, 91/14/0024 und vom 28. Mai 1997, 94/13/0203)."

Wikipedia zu Tablets: "Ein Tablet-Computer (englisch tablet: Schreibtafel, US-engl. Tablet ,Notizblock') oder Tablet-PC ist ein tragbarer, flacher Computer in besonders leichter Ausführung mit einem Touchscreen-Display, anders als beim Notebook ohne ausklappbare Tastatur. Aufgrund der leichten Bauart und dem berührungsempfindlichen Bildschirm zeichnen sich Tablet-PCs durch eine einfache Handhabung aus. Die Geräte ähneln in Leistungsumfang, Bedienung und Form modernen Smartphones. Der Begriff ist nicht markenrechtlich geschützt und wird uneinheitlich gebraucht."

Vom Hersteller Samsung und der Werbung würden vor allem folgende Features hervorgehoben:

Interaktive Internetaktionen, interaktive Spiele, Animationen, Internetanwendungen, Datenpräsentationen, Multimedievergnügen, soziale Netzwerke, Foto- und Videobearbeitung. Zu erläutern wäre daher, wie der Abgabepflichtige ein Tab, das mit einem Touchscreen ausgestattet sei und keine brauchbare Tastatur aufweise, zu den in der Berufung angeführten Zwecken wie die Durchführung von Berechnungen und die Ausfertigung von Polizzen sinnvoll verwenden wolle.

Eine ausschließliche berufliche Verwendung sei nach Art des Gerätes nahezu ausgeschlossen, vielmehr würde sich wegen der zahlreichen vorwiegend privaten

Nutzungsmöglichkeiten die Frage stellen, ob nicht das Aufteilungsverbot des § 20 Abs. 1 EStG zu beachten sei. Wer typische Aufwendungen der privaten Lebensführung als Werbungskosten geltend macht, hätte von sich aus nachzuweisen, dass sie - entgegen der allgemeinen Lebenserfahrung - (nahezu) ausschließlich die berufliche Sphäre betreffen würden (VwGH 22.2.2007, 2006/14/0020). Bei Aufwendungen, die ihrer Art nach auch eine private Veranlassung nahe legen, dürfe die Veranlassung durch die Erzielung von Einkünften nur angenommen werden, wenn sie sich für die berufliche Tätigkeit notwendig erweisen würde. Es werde hiermit die Gelegenheit eingeräumt, die Art und das Ausmaß der betrieblichen Nutzung des Tabs durch geeignete Aufzeichnungen nachzuweisen.

2. Weine, Kaffee für Büro:

Im Spesenverteiler 2011 seien die Weine ausdrücklich den Kundengeschenken zugeordnet worden. In der Berufung werde nunmehr abweichend ausgeführt, dass die Weine nicht als Geschenke an die Kunden verteilt worden seien, sondern dass der Kaffee im Wert von 102,50 € (=50% angesetzt) und die Weine im Wert von 174,12 € von den Kunden anlässlich von Besprechungen im Büro getrunken worden seien.

Durch die bloße Behauptung, dass die Getränke, insbesondere die Weine, entgegen den ursprünglichen Aufzeichnungen doch nicht als Geschenke verwendet, sondern bei Besprechungen im Büro getrunken worden seien, könne nach Auffassung des Finanzamtes eine Abzugsfähigkeit der betreffenden Ausgaben nicht begründet werden. Die in der Berufung angeführte Rz 4823 LStR würde Bewirtungen betreffen, die unter die 50-Prozent Regelung fallen. Auch hier sei allerdings der Nachweis des Zutreffens der Voraussetzungen für jede einzelne Ausgabe gefordert - die Glaubhaftmachung gemäß § 138 Abs. 1 BAO würde nicht reichen (VwGH 3.5.2000, 98/13/0198; VwGH 26.9.2000, 94/13/0262; VwGH 29.11.2000, 95/13/0026). Die Beweislast würde beim Steuerpflichtigen liegen, der den Aufwand geltend mache. Erforderlich sei die Darlegung, welches konkrete Rechtsgeschäft im Rahmen der Bewirtung zu welchem Zeitpunkt tatsächlich abgeschlossen bzw. welches konkrete Rechtsgeschäft im Einzelfall ernsthaft angestrebt worden sei (VwGH 3.5.2000, 98/13/0198).

Auch nach Rechtsprechung des UFS seien derartige Ausgaben nur in Ausnahmefällen abzugsfähig. Die diesbezügliche Rspr würde fordern, dass zwei Voraussetzungen, nämlich Werbezweck und erhebliches Überwiegen der betrieblichen oder beruflichen Veranlassung gegeben sein müssen. Eine bloße Glaubhaftmachung dieser Voraussetzungen würde für die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen (Ausgaben) nicht ausreichen. Bei den Aufwendungen für Wein, Blumen und Bier könne ein Informationsgehalt betreffend Produkt- und Leistungsinformation keinesfalls erkannt werden (vgl. VwGH 19.9.1990, 89/13/0174; UFSW 14.1.2005, RV/2182-W/02).

Diesen Aufwendungen sei ein gewisser Repräsentationscharakter nicht abzusprechen.

3. Kundenevent bzw. Feier "x Jahre Vertretung A in L" (lt. Einladung "Gemütliches Beisammensein im Gasthaus Ro am 24.9.2011, Rechnungsbetrag 2.107,50 €):

§ 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 seien grundsätzlich als Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben nicht abzugsfähig. Als Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben seien 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 sei von dem der Partei obliegenden Nachweis zweier Voraussetzungen - Werbezweck und erhebliches Überwiegen der betrieblichen oder beruflichen Veranlassung - abhängig. Eine bloße Glaubhaftmachung dieser Voraussetzungen würde für die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen (Ausgaben) nicht ausreichen.

Nachzuweisen sei, dass dem Steuerpflichtigen die Aufwendungen tatsächlich erwachsen seien, dass mit der einzelnen Aufwendung ein Werbezweck verbunden gewesen sei und dass die berufliche Veranlassung weitaus überwogen hätte.

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

Unter Werbung sei eine Produkt- und Leistungsinformation und damit eine auf die betriebliche bzw. berufliche Tätigkeit bezogene Informationserbringung zu verstehen. Bei Veranstaltungen wie einem Kunden-Event-Marketing könne die Möglichkeit der weitaus überwiegenden beruflichen bzw. betrieblichen Veranlassung nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Allerdings müsse 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).

Bei Vorliegen eines Kundenevents könne die Bewirtung von Geschäftsfreunden zur Hälfte abzugsfähig sein.

Die Beweisführung an Hand eines Event-Marketings würde den Nachweis ermöglichen, dass die Bewirtung der Werbung diene, die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen oder Ausgaben für die Bewirtung der Geschäftsfreunde würden jedoch gemäß eindeutiger Anordnung des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 immer auf die Hälfte beschränkt bleiben. Die Abzugsfähigkeit der Bewirtungsspesen nur zur Hälfte würde pauschal die dennoch gegebenen Repräsentationskomponente berücksichtigen (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 hätte der VwGH explizit festgestellt, dass nur der Werbung dienende Bewirtungsaufwendungen eine Ausnahme vom Abzugsverbot von Repräsentationsaufwendungen darstellen. Laut VwGH seien 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 im Gasthaus zur Hälfte abzugsfähig, wenn diese Aufwendungen der Werbung und Leistungsinformation gedient hätten. Anderenfalls seien die Kosten zur Gänze nicht abzugsfähig (§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988).

Für die gegenständliche Veranstaltung "xx Jahre BB, davon x Jahre Berater A" sei den Teilnehmern eine Einladung zu einem "gemütlichen Beisammensein" erteilt worden. Der Einladung sei zu entnehmen, dass es sich um eine Feier bzw. ein geselliges Ereignis gehandelt hätte; ein für die steuerliche Abzugsfähigkeit der Veranstaltung erforderlicher eindeutiger und nahezu ausschließlicher Werbecharakter könne daraus keineswegs abgeleitet werden. In der Berufungsschrift werde angeführt, dass "in zahlreichen Reden" die Produkte der B Versicherung AG und die Leistungen der letzten xx Jahre gewürdigt und die Bedeutung der regionalen Vertretungen, welche bereits über Generationen vorhanden sind, hervorgehoben worden seien.

Ein (weitaus überwiegender) Werbezweck der Veranstaltung könne daraus nicht abgeleitet werden.

Die Gästeliste hätte zahlreiche Großkunden und Geschäftspartner des Beschwerdeführers (die in der Berufung auszugsweise namentlich aufgeführt worden seien) beinhaltet.

Eine vollständige Bekanntgabe der teilnehmenden Personen bzw. Glaubhaftmachung der Eigenschaft als Kunden sei nicht erfolgt.

Auch der zutreffende Hinweis darauf, dass die Einladung im offiziellen Design der B Versicherung AG gestaltet worden sei, vermag einen eindeutigen Werbezweck der Veranstaltung und somit die Abzugsfähigkeit der Bewirtungsaufwendungen nicht zu begründen.

Die Glaubhaftmachung eines eindeutigen Werbezweckes sei in der Berufungsschrift damit nicht gelungen.

Es werde hiermit die Gelegenheit gegeben, den Modus der Organisation des behaupteten Kunden-Events, eine vollständige Liste der anwesenden Personen und insbesondere ein allfällig vorhandenes Marketingkonzept vorzulegen.

Auf Grund der vorhandenen Unterlagen und des bekannt gegeben Sachverhalts sei nicht davon auszugehen, dass überhaupt, bzw. in welchem Umfang vor oder im Rahmen des in der Einladung zur Feier angeführten "Gemütlichen Beisammenseins" eine Produkt- bzw. Leistungsinformation über die vom Beschwerdeführer angebotenen Versicherungsprodukte stattgefunden hätte.

Es würden jedoch auch noch aus einem weiteren Grund erhebliche Zweifel am Vorliegen einer "beruflich veranlassten Kundenmarketing-Veranstaltung" bestehen:

Der Abgabepflichtige hätte am yy.yy.yyyy seinen 50. Geburtstag gehabt. In der Einladung werde zwar auf eine Feier anlässlich diverser Jubiläen hingewiesen, der Geburtstag jedoch nicht erwähnt.

Auf Grund des eindeutigen zeitlichen Zusammenhanges mit der am 24. September 2011 stattgefundenen Feier im Gasthaus Ro, der nicht gelungenen Glaubhaftmachung eines (nahezu ausschließlichen) Werbezweckes der Veranstaltung und des in der Einladung hervorgehobenen geselligen Charakters der Veranstaltung, würde das Finanzamt weiterhin davon ausgehen, dass hinsichtlich der gegenständlichen Veranstaltung nicht abzugsfähige Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 EStG 1988 vorliegen. Der Abzug der Kosten für die Gästekonsumation in Höhe von 2.107,50 € als Werbungskosten sei lt. derzeitiger Aktenlage somit (zur Gänze) nicht möglich.

Anlässlich einer **persönlichen Vorsprache** des Beschwerdeführers am 21. November 2012 beim zuständigen Finanzamt wurde folgende Niederschrift verfasst:

1. Angaben zur beruflichen Nutzung des Galaxy Tab bzw. zum Umfang der Privatnutzung:
Beim Tab könne die Nutzung der Tastatur auf dem Bildschirm erfolgen. Der Beschwerdeführer hätte mit diesem Gerät Zugriff auf den gesamten Kundenstock und auf den Zentralrechner der B-Versicherung "vvv". Für die Berechnungen und die Ausfertigung der Anträge sowie die elektronische Weiterleitung würde er keine Tastatur benötigen.

Stundenaufzeichnungen über die Verwendung würde es nicht geben. Dem heute besprochenen Vorschlag, 40% Privatanteil anzusetzen, könne der Beschwerdeführer seine Zustimmung erteilen, obwohl er das Gerät nahezu ausschließlich beruflich verwende.

2. Angaben zur Weinen und Kaffee für das Büro:

Ein Muster einer Geburtstagskarte mit Getränkegutschein sei vorgelegt worden. Mit der Karte würde der Kunde einen Gutschein für ein Getränk im Büro erhalten. Komme der Kunde ins Büro, würde er ein Getränk im Büro, auf Wunsch eine Flasche Wein ausgehändigt bekommen. Diese Gelegenheit nutze der Beschwerdeführer dazu, um dem Kunden für ihn in Frage kommende Produkte vorzustellen.

3. Kundenveranstaltung "xx Jahre BB, davon x Jahre Vertretung A in L":

Diese Vertretung sei seit x Jahren im Haus bzw. sogar in der Familie geführt worden. Erst ab Mai 2012 habe er ein Büro in einem anderen Gebäude gemietet. Der Anlass für die Veranstaltung sei gewesen, diesen Anlass gebührend zu feiern. Eine geringfügige Mitveranlassung sei auch durch den Geburtstag gegeben gewesen.

Wie hätte sich der Teilnehmerkreis genau zusammengesetzt (Anzahl Geschäftsfreude, Kunden, Freunde, Verwandte?)?

Kunden, z.T. mit einem Prämienvolumen im fünf- bzw. sechsstelligen Euro-Bereich.

B: Bürgermeister, Gemeindefar Dr. C, siehe dazu Ausführungen in der Berufung.
Teamleiter der B des Teams Mühluviertel und des Teams Fr, einige Kollegen, Freunde,
Verwandte (Eltern, Kinder).

Insgesamt seien 61 Personen verköstigt worden, die alle zum Kundenkreis des
Beschwerdeführers gehören würden.

Wie lange hätte die Veranstaltung gedauert?

Die Veranstaltung hätte von 18.00 bis nach Mitternacht gedauert.

Sei eine Produktpräsentation durchgeführt worden?

Vom Chef des Beschwerdeführers, dem Teamleiter Fr der B, sei eine Präsentation
betreffend betriebliche Vorsorgen (Abfertigungsvorsorgen, Altersvorsorgen etc. und Unisex-
Produkte) durchgeführt worden.

Vom Beschwerdeführer sei die Geschichte der Versicherungsvertretung A vorgetragen
worden. Präsentationsmedien seien nicht verwendet worden.

Die Dauer hätte jedenfalls über eine Stunde betragen. Wenn Kunden sich dafür
interessierten, sei mit diesen natürlich ein Produkt auch im weiteren Verlauf der
Veranstaltung besprochen worden. Es sei auch zu mehreren Folgeterminen im Büro
gekommen, die mit Abschlüssen verbunden gewesen seien (z.B. Fa. G - Aufstockung von
Abfertigungsversicherungen im Ausmaß von 50%).

Hätte der Dienstgeber einen Kostenbeitrag geleistet?

Nein. Die Kosten seien ausschließlich vom Beschwerdeführer getragen worden.

Mit einer Kürzung auf 50 % der Bewirtungskosten würde der Beschwerdeführer
einverstanden sein.

Mit **Vorlagebericht** vom 22. November 2012 wurde gegenständliche Berufung dem
Unabhängigen Finanzsenat zur Entscheidung vorgelegt (Gemäß § 323 Abs. 38 BAO
nunmehr zuständig: Bundesfinanzgericht).

ENTSCHEIDUNG:

A) Der Entscheidung wurde folgender Sachverhalt zugrunde gelegt:

Der Beschwerdeführer ist seit vielen Jahren Versicherungsvertreter und erzielt hierbei
doch erhebliche Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit (im berufsgegenständlichen
Jahr 2011: 81.342,16 €).

In diesem Zusammenhang wurden zahlreiche Werbungskosten einerseits im
Zusammenhang mit seiner unmittelbaren Tätigkeit (Telefon, Büro, ...), andererseits zur
Kundengewinnung (Werbung) angeführt.

In Anlehnung an die Akten des Verwaltungsgeschehens sind demnach nunmehr folgende
Bereiche bzw. Aufwendungen strittig:

< Kundenevent (2.107,50 €)

< Wein und Kaffee für Büro (102,50 €; 174,12 €)

< Tablet (467,00 €)

Hinsichtlich des Tablet hat der Beschwerdeführer bekannt gegeben (Berufung und Niederschrift vom 21. November 2012), dass er sich mit einer Nutzungsdauer von 3 Jahren und einem Privatanteil von 40% einverstanden erklären würde.

Hinsichtlich des Kundenevents würde er einer Kürzung um 50% zustimmen (Niederschrift vom 21. November 2012).

Hinsichtlich der übrigen Aufwendungen wurden keine Gegendarstellungen übermittelt: Das erkennende Gericht schließt sich diesbezüglich den Darstellungen des Finanzamtes an.

B) Rechtliche Würdigung:

Gemäß § 16 Abs. 1 EStG 1988 sind Werbungskosten die Aufwendungen oder Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen.

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 2 lit. a EStG 1988 dürfen bei den Einzelnen Einkünften 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, nicht abgezogen werden. Gemäß Z 3 leg.cit. dürfen Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben nicht abgezogen werden. 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.

a) Samsung Galaxy Tab (Anschaffungskosten 467,00 €).

Der Beschwerdeführer führte in seinen Ausführungen glaubhaft aus, dass dieses Wirtschaftsgut speziell im Außendienst ein wertvolles Hilfsmittel darstellt. In einfacher Weise können damit unmittelbar beim Kunden wichtige Abfragen und Informationen beschafft werden. Da die übrigen Laptops Großteils im Büro im Einsatz sind, erscheint auch für das erkennende Gericht die Notwendigkeit und damit der unmittelbare Einsatz im beruflichen Alltag des Beschwerdeführers als nachgewiesen.

Da es sich hierbei allerdings um ein Wirtschaftsgut mit einer Nutzungsdauer länger als ein Jahr handelt, sind die Anschaffungskosten im Wege einer Absetzung für Abnutzung zu berücksichtigen.

Seitens des Beschwerdeführers wurde diese Nutzungsdauer mit drei Jahren angenommen (Berufungsschrift).

Da bei einem derartigen Wirtschaftsgut zumindest eine private Verwendungsmöglichkeit nicht ausgeschlossen werden kann, ist eine allfällige private Nutzung durch einen entsprechenden Privatanteil zu berücksichtigen. Genaue Nutzungsaufzeichnungen konnte der Beschwerdeführer diesbezüglich nicht vorlegen.

In der Niederschrift anlässlich einer persönlichen Vorsprache beim Finanzamt gab der Beschwerdeführer hierzu bekannt, dass er einem Privatanteil von 40% seine Zustimmung erteilen kann.

< Berechnung:

Anschaffungskosten: 467,00 €

Nutzungsdauer: 3 Jahre

AfA 2011 abzüglich 40% PA: **93,40 €**

b) Kaffee; Wein (102,50 €; 174,12 €):

Lt. vorgelegtem Spesenverteiler handelt es sich hier um Aufwendungen für Werbung (Nespresso, Kaffee: 50% absetzbar und Wein für Kundengeschenke).

In der Berufungsschrift führte der Beschwerdeführer diesbezüglich aus, dass es sich hierbei tatsächlich um Ausgaben für die Bewirtung von Kunden handelt. Diese Produkte wurden den Kunden im Büro zur Verfügung gestellt.

Hinsichtlich der Weinflaschen wurde noch dargestellt, dass die Etiketten einen klaren Hinweis auf den Beschwerdeführer haben.

In der persönlichen Vorsprache gab der Beschwerdeführer hierzu allerdings folgende Auskunft: *"... Geburtstagskarte mit Getränkegutschein ... Gutschein für ein Getränk im Büro. Kommt der Kunde ins Büro, erhält er ein Getränk im Büro, auf Wunsch eine Flasche Wein ausgehändigt. ..."*

Daraus lässt sich also doch schließen, dass nicht ausschließlich eine Bewirtung im Büro stattgefunden hat. Lt. vorgelegtem Foto einer Weinflasche ist hier auch ein Hinweis auf ein Weihnachtsgeschenk.

Hinsichtlich Zuwendungen an Geschäftsfreunde, wie zum Beispiel das Schenken von Flaschenweinen anlässlich des Weihnachtsfestes, hat der Verwaltungsgerichtshof in ständiger Rechtsprechung diese den nichtabzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen zugeordnet (vgl. VwGH 11.7.1995, 91/13/0145; VwGH 26.9.2000, 94/13/0260).

Da allerdings nicht ausgeschlossen erscheint, dass Weine auch anlässlich Besprechungen und ähnliches verabreicht wurden, erscheint eine teilweise Berücksichtigung durchaus gerechtfertigt. Im Schätzungswege wird hier ein Ausmaß von 50% als unmittelbarer Werbeaufwand anerkannt.

Aufwendungen Kaffee: **102,20 €**

Aufwendungen Wein: **87,06 €** (50% von 174,12 €).

c) Kundenevent (2.107,50 €):

Die diesbezügliche Einladung hat folgenden Inhalt:

"xx Jahre BB, davon x Jahre Berater A.

Ich nehme diesen runden Geburtstag zum Anlass und feiere parallel zum heurigen Firmenjubiläum x Jahre Vertretung A in L.

Ich lade recht herzlich zu einem gemütlichen Beisammensein am ..."

Der Beschwerdeführer weist diesbezüglich darauf hin, dass es zweifelsfrei erkennbar war, dass es sich hierbei um eine Veranstaltung für die B Versicherung AG gehandelt hat.

Teilnehmer waren ausschließlich bestehende Kunden und potentielle Neukunden und offizielle Vertreter der B Versicherung AG.

Diese Veranstaltung hat von 18:00 Uhr bis ca. Mitternacht gedauert.

Der Teamleiter der B (Chef des Beschwerdeführers) hätte hierbei eine Präsentation betreffend Vorsorgen durchgeführt. Der Beschwerdeführer hätte die Geschichte der Versicherungsvertretung A vorgetragen; Dauer jedenfalls über ein Stunde.

Würde man diese Veranstaltung in den Bereich des sogenannten "Event-Marketings" einordnen, so wäre diesbezüglich unter anderem Voraussetzung, dass es sich hierbei um die Inszenierung eines besonderen Ereignisses handeln müsste. Bei diesem Event müsste ein direkter Unternehmens- und Produktbezug gegeben sein.

Im Wesentlichen geht es aber dabei auch um die öffentliche Werbepräsenz. Bei derartigen Events wird aufgrund des attraktiven Rahmenprogrammes erwartet, dass darüber in zahlreichen Medien berichtet wird und man sich dadurch unmittelbare Werbeaufwendungen erspart.

Durch die medienwirksame Inszenierung wäre natürlich eine hohe Medienpräsenz zu erwarten und folglich auch eine nach außen gerichtete Werbebegelegenheit.

Öffentliche Berichterstattung (Zeitungen, Radio, TV, ...) über die hier streitgegenständliche Feier wurde aber seitens des Beschwerdeführers nicht erwähnt.

Nicht unerwähnt darf auch die Tatsache bleiben, dass diese Feier in zeitlicher Nähe zum 50. Geburtstag des Beschwerdeführers stattgefunden hat. In der oben angeführten Niederschrift gab der Beschwerdeführer diesbezüglich bekannt, dass eine geringfügige Mitveranlassung auch durch seinen Geburtstag gegeben war.

Eine private Mitveranlassung von Aufwendungen ist insbesondere dann gegeben, wenn für die getätigten Aufwendungen sowohl betriebliche als auch private Gesichtspunkte von Bedeutung waren. Insoweit könnte die Teilnahme von Familienangehörigen oder Freunden des Beschwerdeführers oder auch ein Zusammenhang zwischen Firmenfeier und einem privaten Ereignis (z.B. Geburtstag) die betriebliche Veranlassung in Frage stellen.

Die Bestimmung der Z 2 lit. a enthält als wesentlichste Aussage ein Abzugsverbot gemischt veranlasster Aufwendungen. Es soll vermieden werden, dass ein Steuerpflichtiger auf Grund der Eigenschaft seines Berufes oder seiner Tätigkeit eine Verbindung zwischen beruflichen und privaten Interessen herbeiführen und Aufwendungen der Lebensführung steuerlich abzugsfähig machen können (vgl. VwGH 21.9.2005, 2001/13/0241).

Eine Geburtstagsfeier bzw. ein geselliges Beisammensein gehört allerdings jedenfalls zu einer Aufwendung der privaten Lebensführung.

Eine Regelung, der zufolge Aufwendungen der Lebensführung nur bei jenen Steuerpflichtigen berücksichtigt werden könnten, bei denen die Möglichkeit einer Veranlassung durch die Einkünfteerzielung gegeben ist, würde gegen den Gleichheitssatz verstoßen (vgl. VwGH 28.10.1998, 93/14/0195). Bei Aufwendungen, die auch in den Kreis der privaten Lebensführung fallen (können), muss ein strenger Maßstab angelegt werden (vgl. VwGH 22.12.2004, 2002/15/0011).

Grundsätzlich ergibt sich bei einer derartigen Vermischung von privaten und allenfalls beruflichen Belangen ein sogenanntes Aufteilungsverbot (vgl. VwGH 5.4.2001, 98/15/0046). Gemischte Aufwendungen, das heißt Aufwendungen mit einer privaten und

einer betrieblichen/beruflichen Veranlassung, sind zur Gänze nicht abzugsfähig (vgl. VwGH 5.7.2004, 99/14/0064).

Ziel einer betrieblichen Veranstaltung (eines Events) sollte es nicht sein, dass der Firmeninhaber einen geselligen Abend gemeinsam mit Familienmitgliedern, Freunden und ggf. Geschäftspartnern verbringt, sondern dass das Produkt oder die Marke in den Vordergrund gestellt wird.

Der Beschwerdeführer führte aber diesbezüglich selbst an, dass sein Chef über Produkte referierte und er selbst die Geschichte der Versicherungsvertretung vorgetragen hat. Bei einer Dauer von etwas über einer Stunde kann hier keinesfalls von einer abendfüllenden und somit weitaus überwiegenden Produkt- bzw. Unternehmenswerbung ausgegangen werden.

Die gesetzliche Bestimmung des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 geht davon aus, dass Voraussetzung ein Werbungszweck und ein erhebliches Überwiegen der betrieblichen oder beruflichen Veranlassung gegeben sein muss. Eine bloße Glaubhaftmachung dieser Voraussetzungen reicht aber für die Abzugsfähigkeit nicht aus.

Unter Werbung ist hier ganz allgemein eine Produkt- und Leistungsinformation zu verstehen. Aufwendungen zur im weitesten Sinn Kontaktpflege, somit letztlich zur Herstellung einer gewissen positiven Einstellung zum "Werbenden", können nur als werbeähnlicher und somit iSd § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 nichtabzugsfähiger Aufwand beurteilt werden (vgl. VwGH 26.9.2000, 94/13/0262).

Unter Repräsentationsaufwendungen sind nach der Rechtsprechung alle Aufwendungen zu verstehen, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt bzw. im Zusammenhang mit der Erzielung von steuerpflichtigen Einkünften anfallen, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, also dazu dienen zu "repräsentieren" (vgl. VwGH 25.4.2001, 99/13/0221). Den Gründen, die dazu Anlass geben, einen solchen Aufwand zu tragen, kommt keine Bedeutung zu; es ist auch nicht maßgeblich, ob sich der Steuerpflichtige diesem Aufwand hätte entziehen können und ob er ausschließlich im betrieblichen/beruflichen Interesse lag. Repräsentationsaufwendungen bilden beispielsweise Ausgaben für gesellige Zusammenkünfte aller Art, Bewirtung und Geschenke zu bestimmten Anlässen. Repräsentationsaufwendungen sind auch im Falle des Vorliegens eines damit verbundenen Werbezwecks nicht abziehbar (vgl. VwGH 10.8.2005, 2005/13/0049).

Zusätzlich zu den berücksichtigten Aufwendungen des Finanzamtes im Bescheid vom 26. September 2012 (13.459,77 €) sind demnach folgende Aufwendungen zu berücksichtigen:

< AfA Tablet (ND 6 Jahre; PA 40%): 93,40 €

< Kaffee Büro: 102,20 €

< Wein Büro (nicht als Geschenk): 87,06 €

Zu korrigieren ist hier auch ein Rechenfehler des Finanzamtes:

Die Rechnung Konditorei Lr (Tombolapreis) wurde vom Finanzamt mit einem Betrag von 75,00 € berücksichtigt – lt. vorgelegtem Spesenverteiler ist hier allerdings lediglich ein Betrag von 25,00 € zu berücksichtigen (Differenz also 50,00 €).

Werbungskosten lt. Bescheid: 13.459,77 €

< AfA Tablet: 93,40 €

< Kaffee Büro: 102,20 €

< Wein Büro: 87,60 €

< abzgl. Korrektur Preis: - 50,00 €

Werbungskosten neu: **13.692,97 €**

C) Revision:

Gemäß § 25a VwGG hat das Verwaltungsgericht im Spruch seines Erkenntnisses auszusprechen, ob die Revision gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG zulässig ist.

Gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG ist gegen ein Erkenntnis des Verwaltungsgerichtes die Revision zulässig, wenn sie von der Lösung einer Rechtsfrage abhängt, der grundsätzliche Bedeutung zukommt, insbesondere weil das Erkenntnis von der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes abweicht, eine solche Rechtsprechung fehlt oder die zu lösende Rechtsfrage in der bisherigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes nicht einheitlich beantwortet wird.

Da gegenständlich keine der geforderten gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind, ist einer Revisionsmöglichkeit nicht zuzustimmen. Es ist diesbezüglich auch auf die klare und einheitliche Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes hinzuweisen (vgl. VwGH 19.9.1990, 89/13/0174; VwGH 26.9.2000, 94/13/0262).

Linz, am 21. Oktober 2014