



Berufungsentscheidung

Der Unabhängige Finanzsenat hat über die Berufung der Bw. AG, Adresse, vertreten durch Stb., vom 2. November 2006 gegen die Bescheide des Finanzamtes ABC, vertreten durch Mag. HT, vom 2. Oktober 2006 und vom 19. September 2006 betreffend Werbeabgabe für den Zeitraum 2002 bis 2005 sowie Wiederaufnahme des Verfahrens hinsichtlich Werbeabgabe für den Zeitraum 1-5/2006 entschieden:

Die Berufung wird hinsichtlich Werbeabgabe für die Jahre 2002 bis 2005 als unbegründet abgewiesen.

Die angefochtenen Bescheide bleiben unverändert.

Der Berufung wird hinsichtlich Wiederaufnahme des Verfahrens bezüglich Werbeabgabe für den Zeitraum 1-5/2006 Folge gegeben.

Der angefochtene Bescheid wird aufgehoben.

Entscheidungsgründe

Bei der Bw. fand im Jahr 2006 eine Buch- und Betriebsprüfung statt (GroßBP Nr. 103120/05). In der Niederschrift über die Schlussbesprechung finden sich hinsichtlich der Werbeabgabe der Jahre 2002 bis 2006 folgende Ausführungen:

Werbekostenzuschüsse: Die Bw. AG lege pro Kalenderjahr 2 Kataloge (Frühjahr/Sommer bzw. Herbst/Winter) sowie zwischenzeitlich Aktionsbroschüren (so genannte "Spots") auf. Diese Kataloge würden an bestehende Kunden des Unternehmens bzw. auf Anforderung an den

jeweiligen Interessenten gesandt. In diesen Katalogen würden die Produkte der Lieferfirmen dargestellt sowie mit einer kurzen Beschreibung die Vorzüge dem Kaufinteressenten näher gebracht. Mit dem jeweiligen Lieferanten würde ein Werbekostenzuschuss vereinbart und diesen sodann vorgeschrieben. Gemäß dem Durchführungserlass zur Werbeabgabe sei Steuergegenstand die Erbringung von Werbeleistungen durch einen Werbeleister. Werbung sei die auf direkte oder indirekte Werbewirkung abzielende besondere Anpreisung der Vorzüge am Markt angebotene Leistungen. Als Werbeleistung sei die Besorgung von Leistungen zu verstehen, die eine Werbewirksamkeit in der Öffentlichkeit entfalten. Allgemeine Voraussetzung für die Abgabepflicht sei, dass es sich um die "Verbreitung einer Werbebotschaft gegen Entgelt" handle. Weiters tritt die Steuerpflicht dann ein, wenn ein Werbeleister mit einer Werbeleistung beauftragt werde. Werbeleister seien unter anderem Personen und Institutionen die Flächen und Räume zur Verbreitung von Werbebotschaften zur Verfügung stellen. Ebenso würden Einschaltungen gegen Entgelt in Werbeprospekten der Abgabe unterliegen da damit gegenüber den Lieferanten die Benützung der eigenen Prospektfläche geduldet werde. Der Umstand dass die Herausgabe eines solchen Mediums in erster Linie im eigenen Werbeinteresse des geprüften Unternehmens erfolgen werde, werde solange zu keinem anderen Ergebnis führen, als damit gleichzeitig auch erkennbare Werbeleistungen für Dritte (diesfalls Hersteller) erbracht werden und diese dafür Entgelt aufzuwenden bereit seien. Durch die Bereitschaft zur Bezahlung eines Werbekostenbeitrages erscheine das Werbeinteresse der jeweiligen Produkthersteller hinreichend dokumentiert. Im vorliegenden Fall liege in wirtschaftlicher Betrachtung eine Werbeleistung, die gegen Entgelt erbracht werde, vor und seien daher die im § 1 Abs. 1 Werbeabgabegesetz geforderten Voraussetzungen gegeben. Im Zuge der Betriebsprüfung seien daher die von den Lieferanten geleisteten Werbekostenbeiträge der Werbeabgabe zu unterwerfen. Als Bemessungsgrundlage sei der jeweilige Saldo mit des Kontos Erlöse aus Werbekostenzuschüssen mit folgenden Beträgen heranzuziehen:

	Basis		Abgabe
2002	967.081,96	5 %	48.354,10
2003	1.046.555,78	5 %	52.327,79
2004	1.250.547,32	5 %	62.527,37
2005	882.918,34	5 %	44.145,92
1-5/2006	361.480,45	5 %	18.074,02

Mit Bescheid vom 2. Oktober 2006 wurden die Werbeabgaben 2002 bis 2005 nach den Feststellungen der Betriebsprüfung festgestellt. Hinsichtlich des Zeitraumes 1-5/2006 erfolgt ein Wiederaufnahmebescheid zur Werbeabgabe.

Mit Schreiben vom 2. November 2006 wurde gegen die genannten Bescheide Berufung erhoben und ausgeführt:

Es werde der Antrag gestellt die Werbeabgabebescheide 2002 bis 2005 sowie den Bescheid über die Wiederaufnahme des Verfahrens bezüglich Werbeabgabe 05/2006 aufzuheben und die Werbeabgabe für den betroffenen Zeitraum wie vor der Wiederaufnahme festzusetzen. Begründend werde ausgeführt:

Bei der Bw. Aktiengesellschaft habe eine Außenprüfung stattgefunden, welche auch die Werbeabgabe für den Zeitraum 2002 bis 2005 umfasst habe. Die Außenprüfung sei im September 2006 abgeschlossen worden. Hinsichtlich der Feststellungen der Werbeabgabe sei von der Betriebsprüfung Folgendes festgestellt worden: Die Bw. AG lege pro Kalenderjahre 2 Kataloge (Führjahr/Sommer und Herbst/Winter) sowie zwischenzeitlich Aktionsbroschüren (so genannte "Spots") auf. Diese Kataloge würden an bestehende Kunden des Unternehmens bzw. auf Anforderung an den jeweiligen Interessenten gesandt. In diesen Katalogen würden Produkte der Lieferfirmen dargestellt sowie mit einer kurzen Beschreibung der Vorteile dem Kaufinteressenten näher gebracht. Mit dem jeweiligen Lieferanten werde ein Werbekostenzuschuss vereinbart und diesem sodann vorgeschrieben. Nach Ansicht der Betriebsprüfung seien die von den Lieferanten geleisteten Werbekostenzuschüsse der Werbeabgabe zu unterwerfen, da in der Darstellung der Produkte der Lieferfirmen in den Katalogen und Bezahlung der Werbekostenzuschüsse, abgabepflichtige Werbeleistungen vorlägen, zumal den Lieferanten gegenüber die Benützung der eigenen (Prospekt-)Fläche der Bw. AG geduldet werde. Der Umstand, dass die Herausgabe eines solchen Mediums (= Katalog) in erster Linie im eigenen Werbeinteresse der Bw. Aktiengesellschaft erfolge, würden solange zu keinem anderen Ergebnis führen, als damit gleichzeitig auch erkennbare Werbeleistungen für Dritte (diesfalls Hersteller) erbracht würden und diese dafür Entgelt aufzuwenden bereit seien. Durch die Bereitschaft zur Bezahlung eines Werbekostenbeitrages erscheine das Werbeinteresse der jeweiligen Produkthersteller hinreichend dokumentiert. Im vorliegenden Fall liege daher in wirtschaftlicher Betrachtungsweise eine Werbeleistung, die gegen Entgelt erbracht werde, vor und es seien daher die im § 1 Abs. 1 Werbeabgabengesetz geforderten Voraussetzungen gegeben. Als Bemessungsgrundlage sei der jeweilige Saldo des Kontos "Erlöse aus Werbekostenzuschüssen" heranzuziehen. Der oben angeführte Sachverhalt sei in folgenden Punkten zu ergänzen bzw. richtig zu stellen. Punkt 1: In den Katalogen würden die Produkte der Lieferanten mit einer kurzen Beschreibung dargestellt. Mit der

Beschreibung würden nicht die Vorzüge der Produkte dem Kaufinteressenten näher gebracht, sondern die Produkte als solche beschrieben. Es handle sich um eine reine Produktbeschreibung mit ausschließlich informativen, nicht vergleichenden Charakter.

Punkt 2: Die als Bemessungsgrundlage herangezogenen Werbekostenzuschüsse würden für die Lieferanten nicht für die Verbreitung von Werbebotschaften geleistet, sondern würden im Rahmen der Gesamtvereinbarung der Bw. AG mit ihren Lieferanten als weitere Kondition über Einstandspreise zu sehen.

Grundvoraussetzung um in den Anwendungsbereich des Werbeabgabegesetztes zu kommen sei allgemein das Vorliegen einer gegen Entgelt erbrachten Werbeleistung. Werbung sei die auf einer direkten oder indirekten Werbewirkung abzielende besondere Anpreisung der Vorzüge von am Markt angebotenen Leistungen. Als Werbeleistung sei die Besorgung von Leistungen zu verstehen, die eine Werbewirkung in oben angeführtem Sinn in der Öffentlichkeit entfalten würden. Werbung sei jede an Dritte gerichtete Information, durch die der Empfänger für eine Ware oder Dienstleistung zu interessieren gesucht wird indem die Vorzüge der betreffenden Sache oder Dienstleistung lobend hervorgehoben würden. Die Werbeleistung stelle demzufolge jedes entgeltliche, werbliche Tun oder Unterlassen dar, dass unmittelbar einen Reklamewert in Österreich schaffe (Thiele, Werbeabgabegesetz, Praxiskommentar, Seite 17, Rz 37, 38). Die Werbeleistung müsse im Verhältnis Bw. AG (als Werbeleister) und den Lieferanten/Herstellern erfolgen. Grund für die Darstellung/Beschreibung der Produkte in Katalogen sei, dass der Katalog – neben dem Internet – das einzige Medium für die Bw. AG als Versandhändler sei, ihren Kunden die Produkte nahe zu bringen. Wie oben erläutert würden in den Katalogen die Produkte der einzelnen Lieferanten ihrer Art nach ausschließlich rein informativ und nicht mit anderen Produkten vergleichend beschrieben. Von einer besonderen Anpreisung der Vorzüge der Produkte am Markt könne keine Rede sein, da nach allgemeinem Verständnis Vorzüge von einzelnen Produkten nur gegenüber anderen (gleichartigen Produkten) hervorgehoben/angepriesen werden könnten. Zumal die Bw. AG gleichartige Produkte von verschiedenen Lieferanten (zB. Sportschuhe von Nike, Puma, Fila, "no-name" Herstellern, ...) anbiete, diese Produkte rein informativ ihrer Art nach (Sportschuh aus Leder mit Fersendämpfung, ...) im Katalog beschrieben würden, erfolge keine Anpreisung bzw. Hervorhebung der Vorzüge der Produkte bestimmter Hersteller am Markt gegenüber anderen (gleichartigen) Produkten. Durch das Tun der Bw. AG (= Darstellung/Einschaltung der Produkte im Katalog mit Produktbeschreibung) liege mangels Anpreisung am Markt keine Werbeleistung im oben erläuternden Sinn vor. Folglich liege in wirtschaftlicher Betrachtungsweise keine abgabepflichtige Werbeleistung gemäß § 1 Abs. 1 Werbeabgabegesetz vor, da weder für die Produkte selbst noch für deren Hersteller ein

Reklamewert durch das Tun der Bw. AG geschaffen werde. Die Bw. AG sei mangels Vorliegen einer abgabepflichtigen Werbeleistung auch kein Werbeleister. Wirtschaftlich betrachtet entstehe durch die Darstellung der Produkte von verschiedenen Lieferanten im Katalog einzig und allein für die Bw. AG selbst eine Werbewirkung in der Öffentlichkeit. Diese Werbewirkung bestehe darin, dass die Bw. AG gegenüber anderen Anbietern durch ihre Produktvielfalt und Auswahlmöglichkeiten in den einzelnen Produktgattungen ihre Vorteile am Markt indirekt anpreise. Weiteres habe der VwGH in seinem Erkenntnis vom 22.2.2006, 2005/17/0053, 0054 ausgesprochen, dass Werbeeinschaltungen von Dritten in einem Katalog nicht unter § 1 Abs. 2 Z 3 Werbeabgabegesetz zu subsumieren seien. Insofern subsumiere die Betriebsprüfung den Sachverhalt unter einem falschen Tatbestand, wenn sie in der Einschaltung der Produkte im Katalog als Duldung der Benützung der Katalogfläche qualifiziere. Allenfalls wäre eine Werbeeinschaltung von Dritte in einem Katalog unter § 1 Abs. 2 Z 1 leg.cit zu subsumieren. Mangels Vorliegen einer Werbeleistung nach § 1 Abs. 1 Werbeabgabegesetz sei dies im vorliegenden Fall allerdings hinfällig. Hinsichtlich der Bemessungsgrundlage sei anzuführen, dass grundsätzlich der Abgabepflicht nur jene Werbeleistungen unterliegen, die im unmittelbaren Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen erbracht würden. Mangels Vorliegen einer Werbeleistung hinsichtlich der Lieferanten/Hersteller könne es dafür auch keine Bemessungsgrundlage geben. Die von der Betriebsprüfung als Bemessungsgrundlage herangezogenen "Werbekostenzuschüsse" würden für die Lieferanten nicht für die Verbreitung/Veröffentlichung von Werbebotschaften geleistet, sondern im Rahmen der Gesamtvereinbarung der Bw. AG mit ihren Lieferanten als weitere Kondition über die Einstandspreise. Denn auch ohne die so genannten Werbekostenzuschüsse würden die Produkte der jeweiligen Lieferanten in den Katalogen abgebildet werden, da die Bw. AG Interesse daran habe, die von den Lieferanten eingekauften Produkte zu verkaufen. Es würden alle zu verkaufenden Artikel in den Katalogen abgebildet, da sonst die Kunden mangels Kenntnis der Artikel diese nicht bestellen könnten. Der Werbekostenzuschuss habe also keinen Einfluss auf die Aufnahme/Abbildung der Produkte in den Katalogen und könne daher nicht als Entgelt für eine – ohnehin nicht vorliegende – Werbeleistung qualifiziert werden. Vielmehr handle es sich im Rahmen der Lieferantenvereinbarung ausverhandelten Rabatt. Insofern erfolge auch bei Vorliegen einer abgabepflichtigen Werbeleistung die Veröffentlichung im Katalog unentgeltlich.

Die Berufung wurde dem Unabhängigen Finanzsenat mit Vorlagebericht am 7. Februar 2007 vorgelegt. Mit Schreiben vom 23. Februar 2010 wurde von der Referentin ein Vorhalt ausgefertigt mit folgendem Inhalt:

"1) Werbeabgabe 2002 bis 2005: Hinsichtlich dieses Zeitraumes steht nach Ansicht der Referentin folgender Sachverhalt fest: Die Bw. AG hat pro Kalenderjahr zwei Kataloge sowie zwischenzeitlich Aktionsbroschüren aufgelegt. Diese wurden an bestehende Kunden bzw. auf Aufforderung an den jeweiligen Interessenten versandt. In den Katalogen wurden Produkte der Lieferfirmen dargestellt und beschrieben. Es handelte sich um eine Produktbeschreibung mit ausschließlich informativem, nicht vergleichendem Charakter. Mit den jeweiligen Lieferanten wurde eine Werbekostenzuschuss vereinbart (im Zuge einer Gesamtvereinbarung der Bw. AG mit dem Lieferanten) und diesem sodann vorgeschrieben. Nach Ansicht der Referentin handelt es sich hierbei um eine werbeabgabepflichtige Leistung nach § 1 Abs. 2 Z 1 Werbeabgabegesetz.

Dies aus folgenden Gründen:

- 1) Es sich bei den Katalogen und Flugblättern um Druckwerke im Sinne des Mediengesetzes.
- 2) Das Werbeinteresse der Lieferanten an der Werbeeinschaltung liegt darin, dass gegenständliche Produkte bei der Bw. gekauft werden und damit ihr Umsatz mit der Bw. erhöht wird, für die Qualifikation als Werbeeinschaltung reicht eine positive Darstellung des beworbenen Produktes aus. Das Werbeinteresse der Lieferanten ist nach Ansicht der Referentin zudem durch Bezahlung von Druckkostenbeiträgen ausreichend bewiesen.
- 3) Der Verwaltungsgerichtshof hat im Erkenntnis vom 22. Februar 2006, ZI. 2005/17/0053 ausgeführt, dass die Hinweise auf Erkenntnisse zu den früher bestehenden Wiener bzw. Kärntner Anzeigenabgabegesetzen in Leere gingen, weil nunmehr der Sachverhalt im Geltungsbereich des WerbeAbgG zu beurteilen sei. Nicht steuerpflichtige Eigenwerbung könne nur insoweit vorliegen, als kein Entgelt für die Veröffentlichung einer Werbeeinschaltung an einen Dritten geleistet wird. bzw. wenn die Veröffentlichung durch den Werbenden unmittelbar selbst erfolgt.

Soweit von den Geschäftspartnern ein Entgelt, unter welcher Bezeichnung auch immer geleistet wird, liegt nicht mehr ausschließlich eine Eigenwerbung der Bw. vor sondern erfolgt insofern durch die Veröffentlichung auch eine werbeabgabepflichtige Leistung für die Geschäftspartner.

- 4) Nach Ansicht der Referentin stellen die geleisteten Druckkostenbeiträge ein Entgelt in diesem Sinne dar und erfolgte die Werbeleistung nicht unentgeltlich. Diese Rechtsansicht wurde auch vom UFS bereits mehrfach bestätigt. Vgl beispielsweise RV/0955-W/05 vom 3.8.2007, RV/0917-L/05 vom 11.1.2007, RV/0459-W/04 vom 25.02.2005.

- 2) Wiederaufnahmebescheid Werbeabgabe 5/2006

Hinsichtlich dieses Zeitraumes wurde ein Bescheid über die Wiederaufnahme des Verfahrens bezüglich Werbeabgabe erlassen. Nach der seitens der Amtspartei vorgelegten Aktenlage ist jedoch vor dem verfahrensgegenständlichen Bescheid kein Werbeabgabenbescheid ergangen. Die Wiederaufnahme würde demnach ins Leere gehen, der Berufung wäre hinsichtlich dieses Zeitraumes statzugeben. Bitte nehmen Sie dazu Stellung."

Dieser Vorhalt blieb unbeantwortet.

Über die Berufung wurde erwogen:

1) Werbeabgabe 2002 bis 2005

Gemäß § 1 Abs. 1 WerbeAbG 2000 unterliegen Werbeleistungen, soweit sie im Inland gegen Entgelt erbracht werden, der Werbeabgabe.

Nach Abs. 2 Z 1 leg. cit. gilt als Werbeleistung ua die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes.

Nach Abs. 2 Z 3 leg. cit. gilt als Werbeleistung die Duldung der Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften.

Gemäß § 3 Abs. 1 WerbeAbG 2000 ist Abgabenschuldner derjenige, der Anspruch auf ein Entgelt für die Durchführung einer Werbeleistung im Sinne des § 1 hat.

Folgender Sachverhalt wurde seitens der Referentin festgestellt:

Die Bw. AG hat pro Kalenderjahr zwei Kataloge sowie zwischenzeitlich Aktionsbroschüren aufgelegt. Diese wurden an bestehende Kunden bzw. auf Aufforderung an den jeweiligen Interessenten versandt. In den Katalogen wurden Produkte der Lieferfirmen dargestellt und beschrieben. Es handelte sich um eine Produktbeschreibung mit ausschließlich informativem, nicht vergleichendem Charakter. Mit den jeweiligen Lieferanten wurde eine Werbekostenzuschuss vereinbart (im Zuge einer Gesamtvereinbarung der Bw. AG mit dem Lieferanten) und diesem sodann vorgeschrieben.

In Übereinstimmung mit der Berufung liegt im gegenständlichen Fall kein Anwendungsfall des § 1 Abs. 2 Z 3 Werbeabgabegesetz (Duldung der Benützung von Flächen..) vor.

Es ist im gegenständlichen Fall zu prüfen, ob die Voraussetzungen des § 1 Abs.2 Z. 1 Werbeabgabegesetz vorliegen.

Steuerpflichtig ist die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes.

Zunächst ist zu klären, ob Druckwerke im Sinne des Mediengesetzes vorliegen. Der VwGH führt zum Begriff "Druckwerk" aus, dass das in einem Gutscheinheft enthaltene Mindestmaß an Information für die Qualifikation als Druckwerk ausreicht (vgl. VwGH vom 8.12.2002, 2002/17/0199). Redaktionelle Beiträge sind demnach nicht notwendig. Auch der VfGH führt in seinem Erkenntnis vom 28.9.2002, B 171/02, aus, dass der im Werbeabgabegesetz verwendete Begriff "Veröffentlichung in Druckwerken" so interpretiert werden muss, dass ein Druckwerk auch dann vorliegt, wenn es in erster Linie Werbebotschaften vermitteln soll und die redaktionellen Beiträge vollkommen in den Hintergrund treten.

Die streitgegenständlichen Kataloge stellen daher jedenfalls Druckwerke im Sinne des Mediengesetzes dar.

In einem zweiten Schritt ist zu klären, ob in diesem Druckwerk Werbeeinschaltungen veröffentlicht wurden. Die Einschaltungen der Firmen in den gegenständlichen Katalogen haben ein Erscheinungsbild, das für Werbeeinschaltungen im Geschäftsleben üblich ist. Das Werbeinteresse der Lieferanten an der Werbeeinschaltung liegt darin, dass gegenständliche Produkte bei der Bw. gekauft werden und damit ihr Umsatz mit der Bw. erhöht wird. Für die Qualifikation als Werbeeinschaltung reicht eine positive Darstellung des beworbenen Produktes aus. Das Werbeinteresse der Lieferanten ist nach Ansicht der Referentin zudem durch Bezahlung von Druckkostenbeiträgen ausreichend bewiesen.

Eine Anpreisung der Waren am Markt kann entgegen der Darstellung in der Berufung auch ohne direkten Vergleich mit anderen Waren erfolgen. Dass eine Anpreisung der Waren in den Katalogen erfolgt ist nach Ansicht der Referentin offenkundig, da die Bw. ja die Waren verkaufen will. Die Anpreisung erfolgt im Interesse der Bw., aber eben auch im Interesse der Lieferanten.

Es liegen daher nach Ansicht der Referentin jedenfalls Werbeeinschaltungen vor.

Als weiteres Argument gegen eine Werbeabgabepflicht im gegenständlichen Fall wurde vorgebracht, die Werbung liege im überwiegenden eigenen Interesse der Bw. und unterliege deshalb nicht der Werbeabgabe. Diesbezüglich könnte auf die Erkenntnisse des VwGH vom 20. Juni 1986, Z 84/17/0114 und vom 21. Mai 2001, Z 99/17/0294 verwiesen werden. Der Hinweis auf diese Erkenntnisse geht insofern ins Leere, da diese Erkenntnisse zu den damals bestehenden Wiener bzw. Kärntner Anzeigenabgabegesetzen ergangen sind, während nunmehr der Sachverhalt im Geltungsbereich des WerbeAbG zu beurteilen ist (vgl. dazu auch VwGH 22. Februar 2006, 2005/17/0053).

Zudem ist diesem Einwand entgegenzuhalten, dass er das Werbeinteresse der in den streitgegenständlichen Publikationen aufscheinenden Unternehmen übersieht. So gesehen

mag es zutreffen, dass die Bw. als Herausgeberin in erster Linie Eigenwerbung bezweckt, jedoch haben die angeführten Publikationen eine weitere allgemeine Werbefunktion, für die die einzelnen angeführten Unternehmen, was man auch daran erkennen kann, dass diese bereit sind, Druckkostenbeiträge zu bezahlen. Zur Steuerfreiheit der Eigenwerbung führt der VwGH im Erkenntnis vom 22. Februar 2006, Z 2005/17/0053 aus: "Ausgehend von der durch das Werbeabgabengesetz gegebenen Rechtslage erachtet der Verwaltungsgerichtshof zwei Tatbestandselemente für die Qualifizierung einer Werbebotschaft als "Eigenwerbung" maßgebend: Zunächst muss es sich - als erstes Tatbestandselement - überhaupt um eine Werbeleistung im Sinne des § 1 Abs. 2 WerbeAbgG handeln, die jedoch - als zweites Tatbestandselement - nicht entgeltlich erbracht werden darf. Letzteres ergibt sich schon aus § 1 Abs. 1 WerbeAbgG, wonach nur (im Inland) gegen Entgelt erbrachte Werbeleistungen der Werbeabgabe unterliegen. Das Gesetz will somit nur Werbeleistungen, die im Austausch gegen andere Leistungen erfolgen, der Werbeabgabe unterwerfen. Ein derartiger Leistungsaustausch liegt aber gerade bei der "Eigenwerbung" nicht vor."

Gemäß diesen Kriterien liegt im gegenständlichen Fall keine steuerfreie Eigenwerbung vor.

Die Berufungswerberin wendet ein, es handle sich nicht um eine Werbeleistung gegen Entgelt, sondern wirtschaftlich betrachtet um eine Rabattgewährung oder um weitere Konditionen über Einstandspreise der Lieferanten. Dem ist entgegenzuhalten, dass die Vertragsteile eindeutig keine solchen Konditionen, sondern Druckkostenbeiträge/Werbekostenzuschüsse ausdrücklich vereinbart haben.

Wenn die Berufungswerberin einwendet, die Bw. hätte auch ohne diese Druckkostenbeiträge die Kataloge unverändert herausgegeben, stellt sich die Frage, wieso dann die Lieferanten solche bezahlt haben. Es erscheint der Referentin wirtschaftlich nicht sinnvoll, die Werbekosten einer anderen Firma mitzufinanzieren, wenn man selbst keinen Vorteil daraus zieht. Gerade unter der von der Bw. vorgebrachten wirtschaftlichen Betrachtungsweise ist erkennbar, dass die Lieferanten die Druckkostenbeiträge für eine positive Darstellung ihrer Produkte zur Erhöhung ihres Umsatzes bezahlt haben. Und darin ist nach Ansicht der Referentin auch die steuerpflichtige Werbeleistung der Bw. zu sehen.

Dass Druckkostenbeiträge in der Branche der Berufungswerberin (Handel) üblich sind, vermag an der obigen rechtlichen Beurteilung nichts zu ändern.

Die Berufung war daher abzuweisen.

2) Wiederaufnahme des Verfahrens bezüglich Werbeabgabe für den Zeitraum 1-5/2006

Hinsichtlich dieses Zeitraumes wurde ein Bescheid über die Wiederaufnahme des Verfahrens bezüglich Werbeabgabe erlassen.

Nach der seitens der Amtspartei vorgelegten Aktenlage ist jedoch vor dem verfahrensgegenständlichen Bescheid kein Werbeabgabenbescheid ergangen, somit gab es kein Verfahren, dass wiederaufgenommen werden könnte. Richtig wäre die Erlassung eines Erstbescheides gewesen.

Die Wiederaufnahme geht ins Leere, der Bescheid war aufzuheben.

Der Berufung war demgemäß stattzugeben.

Linz, am 27. April 2010