

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Bundesfinanzgericht hat durch den Richter Dr. Michael Mandlmayr in der Beschwerdesache Bf, gegen die Bescheide des Finanzamtes Gmunden Vöcklabruck vom 20. März und 9. Juli 2013 betreffend die Einkommensteuer für die Jahre 2011 und 2012

zu Recht erkannt:

Die Beschwerden werden als unbegründet abgewiesen.

Die bekämpften Bescheide bleiben unverändert.

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

Entscheidungsgründe

Der Beschwerdeführer (in der Folge kurz Bf) ist als Versicherungskaufmann nichtselbständig im Außendienst tätig.

Am **1. Oktober 2012** übermittelte der Bf mit FinanzOnline die **Einkommensteuererklärung** für das Jahr **2011** an das Finanzamt und wurde mit **Bescheid** vom **3. Oktober 2012** erklärungskgemäß unter Berücksichtigung von Werbungskosten in Höhe von 14.101,76 € zu **Einkommensteuer 2011** veranlagt.

Mit Schreiben vom **25. Jänner 2013** forderte das Finanzamt den Bf auf, die beantragten Werbungskosten durch Vorlage entsprechender Unterlagen und Belege nachzuweisen. Im Rahmen einer am **20. März 2013** durchgeführten **Nachschau** legte der Bf der Prüferin eine Aufstellung der Werbungskosten vor, die neben Kosten für Kilometergeldern für 24.556 km, Telefon (Festnetz und Mobil) und Internet auch 2. 736,57 € für "Kundengeschenke –Wein" und für Werbung in Form von Transparenten und Inseraten von 591,59 € sowie einen Kostenanteil von 1.941,26 € für Kalender und Werbegeschenke der Versicherung, bei der der Bf angestellt ist, enthält.

In der **Niederschrift** vom **20. März 2013** wurde sinngemäß im Wesentlichen Folgendes festgestellt:

Tz 1 Fahrtenbuch:

Da der Bf ohne Ausscheiden von Zeiten von Urlaub und Krankenstand Fahrten für 5 Arbeitstage für alle 52 Wochen geltend gemacht hat, werde mangels Glaubwürdigkeit ein Privatanteil von 20% ausgeschieden.

Tz 2 Festnetz, Internet

Kürzung um einen Privatanteil von 40%.

Tz 3 Kundengeschenke Wein - Repräsentationsaufwendungen

Kundengeschenke (Weinflaschen als Präsent zu Anlässen wie Weihnachten) in Höhe von 2.736,57 € seien als Werbungskosten geltend gemacht worden.

Nach § 16 Abs. 1 EStG 1988 seien Werbungskosten Aufwendungen und Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen.

§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 schließe Repräsentationsaufwendungen und -ausgaben ausdrücklich vom Abzug als Werbungskosten aus.

Über die Auslegung des Begriffes "Repräsentationsaufwendungen" gebe die Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes Auskunft, der hier einen sehr strengen am Wortlaut des Gesetzes haftenden Maßstab anlege. Danach fielen jedenfalls Geschenke an Kunden zu verschiedenen Anlässen unter diesen Begriff, wobei es dabei ohne Bedeutung sei, dass diese möglicherweise geeignet sind, auch den Beruf des Steuerpflichtigen bzw. seine Tätigkeit zu fördern.

Lt VwGH sei eine Prüfung dahingehend vorzunehmen, ob die Aufwendungen (Weinflaschen) eine Produkt- und Leistungsinformation beinhalten oder nicht. Bei den Aufwendungen für Wein könne ein derartiger Informationsgehalt keinesfalls erkannt werden (UFS 26.05.2009, RV/0005-F/08; und UFS 13.04.2010, RV/1271-L/08).

Die Ausgaben für Wein in Höhe von 2.736,57 € könnten daher nicht berücksichtigt werden.

Mit Bescheid vom **20. März 2013** hob das Finanzamt den Einkommensteuerbescheid 2011 vom 3. Oktober 2012 auf Grund der Feststellungen der abgabenbehördlichen Nachschau unter Hinweis auf die darüber aufgenommene Niederschrift gemäß § 299 Abs. 1 BAO auf und setzte mit **Bescheid** selben Datums die **Einkommensteuer 2011** unter Reduktion der Werbungskosten auf 9.695,70 € neu fest, was zu einer Abgabennachforderung von 2.203,00 € führte.

Mit **Schriftsatz vom 22. April 2013** erhob der Bf **Berufung** gegen den **Einkommensteuerbescheid 2011** vom **20. März 2013** und beantragte sinngemäß mit folgender Begründung die Berücksichtigung der Kosten der Weinflaschen für Kundengeschenke als Werbungskosten:

Die Korrektur der Kosten für Kilometergelder sei rechtens, jene der Telefonkosten zwar hart aber zu akzeptieren.

Die Kundengeschenke in Form von Wein dienten zur Erhaltung des Kundenstockes bzw. als Unterstützung zur Kundenneugewinnung. Der Bf klebe entsprechende Etiketten direkt auf die Weinflaschen, wodurch die Werbewirksamkeit eindeutig gegeben sei. Beim Abziehen des Etiketts des Bf werde das Etikett des Weinbauern beschädigt und könne der Wein daher nicht mehr weitergegeben werden.

Das Finanzamt berufe sich auch auf eine Entscheidung des Senates aus dem Frühjahr 2013.

Der Bf finde es jedoch unzulässig, Erkenntnisse aus 2013 für die Steuererklärung 2011 anzuwenden. Der Bf habe in letzter Zeit mit sehr vielen Kollegen über dieses Thema gesprochen. Dabei habe er festgestellt, dass dieses Erkenntnis nur bei ihm angewendet wurde. Er habe somit einen massiven Nachteil gegenüber seinen Mitbewerbern.

Er verweise auf die Ausführungen der WKO in der Beilage, wonach Wein mit Etikette sehr wohl als absetzbares Werbegeschenk gelte und ersuche um einen Termin, um diese Angelegenheit persönlich besprechen zu können.

In der **Beilage** wird von der Wirtschaftskammer Österreich zum Thema "Steuerliche Abzugsfähigkeit von Weihnachtsgeschenken" zur einkommensteuerlichen Beurteilung von Kundengeschenken folgende Rechtsansicht vertreten:

Weihnachtsgeschenke für Kunden und Geschäftspartner seien üblicherweise nicht als Betriebsausgabe absetzbar. Derartige Kosten fallen unter den so genannten "nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwand".

Sehr wohl als Betriebsausgaben geltend gemacht werden könnten solche Kundengeschenke, die aus Gründen der Werbung überlassen werden. Dies gelte jedoch nur dann, wenn die Gegenstände geeignet seien, eine entsprechende Werbewirkung zu entfalten. Dies sei beispielsweise bei Kugelschreibern, Kalendern, Feuerzeugen oder Wein etc. dann der Fall, wenn sie mit der Firmenaufschrift oder dem Firmenlogo versehen sind.

Am **1. Juni 2013** übermittelte der Bf mit FinanzOnline die **Einkommensteuererklärung** für das Jahr **2012** an das Finanzamt und machte darin neben Werbungskosten für Arbeitsmittel von 680,42 € und Reisekosten von 4.162,48 € auch sonstige Werbungskosten von 7.824,14 € geltend.

Aus einer Aufstellung der Werbungskosten ist ersichtlich, dass der Bf neben Kosten für Kilometergelder für 18.684 km, Telefon und Internet (abzüglich Privatanteil von 20%) wiederum 2.438,22 € für "Kundengeschenke–Wein" und Werbung in Form von Transparenten und Inseraten von 806,40 € auch einen Kostenanteil von 2.370,61 € für Kalender und Werbegeschenke der Versicherung, bei der der Bf angestellt ist, geltend macht.

Im **Einkommensteuerbescheid 2012** vom **9. Juli 2013** kürzte das Finanzamt die geltend gemachten Werbungskosten mit folgender Begründung um 2.438,22 €, wodurch sich bei einer anrechenbaren Lohnsteuer von 50.004,07 € eine Abgabengutschrift von 5.632,00 € ergab:

Bei den Werbungskosten – Kundengeschenke – Wein handle es sich um Repräsentationsaufwendungen, die nach § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 ausdrücklich vom Abzug als Werbungskosten ausgeschlossen seien.

Kleinere Sachgeschenke, die auf Grund länger bestehender beruflicher Beziehungen im allgemeinen bei besonderen Gelegenheiten wie Weihnachten, Neujahr, Geburtstag und anderen Jubiläen, bei persönlichen Besuchen, aber auch hin und wieder ohne besonderen Anlass an Klienten, Kunden oder sonstige Geschäftspartner gemacht werden, stellen nach übereinstimmender Ansicht von Lehre und Rechtsprechung Aufwendungen der Lebensführung, demnach Repräsentationsaufwendungen dar, wobei es für diese

Qualifikation ohne Bedeutung sei, dass sie möglicherweise geeignet erscheinen, auch den Beruf oder die Tätigkeit zu fördern.

Mit **Schriftsatz vom 29. Juli 2013** erhob der Bf **Berufung** gegen den **Einkommensteuerbescheid 2012 vom 9. Juli 2013**, und beantragte sinngemäß die Berücksichtigung der Kosten der Weinflaschen für Kundengeschenke als Werbungskosten zu berücksichtigen. Der Bf wiederholte die Ausführungen der Berufung für das Vorjahr 2011 mit folgender Ergänzung:

Er sei nun seit 24 Jahren bei dieser Versicherung tätig. Es genüge nicht, eine Kundenbeziehung nur bei Neuabschlüssen oder Verlängerungen zu pflegen. Aus diesem Grund sei es notwendig, permanent guten Kontakt zum Kunden zu haben. Das heiße wiederum speziell zum Weihnachtsfest dem Kunden eine kleine Aufmerksamkeit zu geben. Da die Kundengeschenke, die der Bf über seine Versicherung beziehen könne bzw. vom Finanzamt anerkannt werden (Kugelschreiber, Feuerzeuge usw.) teilweise von mangelnder Qualität seien, schenke der Bf seinen Kunden guten österreichischen Wein. Diese Vorgangsweise werde von seinen Kunden sehr geschätzt und habe sich bestens bewährt.

Mit **Schriftsatz vom 14. August 2013** ergänzte der **Bf** seine Berufungen gegen die Einkommensteuerbescheide für die Jahre 2011 und 2012 wie folgt:

Er habe seine Steuersache von der Wirtschaftskammer OÖ prüfen lassen. Nach Meinung deren Spezialisten sei die Berufungsentscheidung des Unabhängigen Finanzsenates, UFS 22.02.2013, RV/0685-S/10, der Außenstelle Salzburg mit seiner Angelegenheit nicht vergleichbar. In jenem Fall habe es sich um Weine und Champagner zu Flaschenpreisen von weit über 40,00 € pro Flasche gehandelt. Der Gesamtwert des beantragten Werbeaufwandes habe 38.419,00 € betragen.

Mit dem Fall des Bf sei jener der Berufungsentscheidung UFS 12.05.2010, RV/0873-L/05, der Außenstelle Linz vergleichbar. Der Wein liege hier unter der Grenze von 40,00 € - im Jahr 2000 seien 24.240,00 ATS beantragt worden. Dieser Wert sei mit jenem des Bf vergleichbar, die geringfügig höher seien.

Die Außenstelle Linz des UFS habe für den Steuerpflichtigen positiv entschieden.

Der Bf ersuche diese Begründung bei der Entscheidung zu berücksichtigen und um Stattgabe.

Im auch dem Bf übermittelten **Vorlagebericht vom 9. September 2013** beantragte das **Finanzamt** mit folgender Begründung die Berufungen abzuweisen:

Strittig ist die Abzugsfähigkeit von Weinflaschen als Geschenke an Kunden.

Lt. ständiger Rechtsprechung des VwGH sind Wein-Geschenke - wem gegenüber immer sie erbracht werden - typische Repräsentationsaufwendungen und ein Abzug ist in jedem Fall ausgeschlossen (VwGH 30.04.2003, 98/13/0071). Der VwGH ordnet Wein-Geschenke eines Versicherungsvertreters den nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen zu (VwGH 19.09.1990, 89/13/0174, zu Wein-Geschenken eines Versicherungsvertreters).

Es ist dabei keine Angemessenheitsprüfung der Höhe nach anzustellen, wie sie in der Berufungsergänzung vom 14.08.2013 zum Ausdruck kommt.

Die Höhe von Repräsentationsaufwendungen ändert nichts daran, dass sie unter das Abzugsverbot fallen (VwGH 13.10.1999, 94/13/0035).

Der VwGH hat Aufwendungen für Wein-Geschenke in Höhe von ATS 794,00 für acht Flaschen als Repräsentation qualifiziert (VwGH 30.04.2003, 98/13/0071). Dies ergibt Aufwendungen für eine Flasche von rd. € 7,00.

Auch nach ständiger Rechtsprechung des UFS stellen Wein-Geschenke nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwand dar (UFS 14.01.2005, RV/2182-W/02; UFS 26.05.2009, RV/0005-F/08; UFS 13.04.2010, RV/1271-L/08; UFS 22.02.2013, RV/0685-S/10).

Bei Aufwendungen für Wein-Geschenke kann eine Produkt- und Leistungsinformation keinesfalls erkannt werden (UFS 13.04.2010, RV/1271-L/08, mwN). Aufwendungen, die dazu dienen, geschäftliche Kontakte aufzunehmen oder zu pflegen, fallen unter die nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen (so etwa UFS 13.04.2010, RV/1271-L/08).

Lt. Berufung vom 29.07.2013 werden die Wein--Geschenke deshalb gegeben (speziell zu Weihnachten), um einen guten Kontakt mit den Kunden zu pflegen, und dienen diese zur Erhaltung des Kundenstocks.

Auch Aufwendungen für Wein-Geschenke mit Etiketten fallen unter die nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen.

„Aufwendungen, die dazu dienen, geschäftliche Kontakte aufzunehmen und zu pflegen oder bei künftigen Geschäftsfreunden eingeführt zu werden (Flaschenweine mit entsprechenden Aufklebern versehen werden anlässlich bestimmter Anlässe wie Weihnachten etc. an potentielle Kunden und Geschäftspartner für Zwecke der Anbahnung bzw. für gute Zusammenarbeit überreicht), fallen unter den Begriff "der steuerlich nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen" (UFS 22.02.2013, RV/0685-S/ 10).

Wein, auch wenn dieser vom Schenkenden etikettiert ist, ist nach Ansicht der Finanzverwaltung auch nicht geeignet, eine signifikante entsprechende Werbewirkung zu entfalten.

Das erkennende Gericht hat folgenden Sachverhalt festgestellt:

Der Bf ist als Versicherungskaufmann nichtselbständig im Außendienst tätig.

In den Beschwerdejahren schenkte der Bf seinen Kunden zu Anlässen, insbesondere Weihnachten Wein um insgesamt 2.736,57 € (2011) und 2.438,22 € (2012).

Bei den geschenkten Weinflaschen war das Etikett des Weinbauern durch folgende zwei Versionen von Etiketten überklebt:

Ein kleines Dankeschön
für das Vertrauen

Titel und Namen des Bf

Versicherung des Bf

Ich bedanke mich für das

Vertrauen im Jahr 2011 und

wünsche Ihnen ein Frohes Fest

Versicherung des Bf

Titel und Namen des Bf

Ein Abziehen des Etiketts des Bf war ohne Beschädigung des darunter befindlichen Etiketts des Weinbauern nicht möglich.

Beweiswürdigung

Der unstrittige Sachverhalt ergibt sich aus den Steuererklärungen und dazu vorgelegten Unterlagen, den Fotos der Etiketten im Arbeitsbogen sowie den Angaben in den Schriftsätzen des Bf.

Die Durchführung einer mündlichen Verhandlung erscheint deshalb entbehrlich.

Das wiederholte (an das Finanzamt gerichtete) Ersuchen des Bf "um einen Termin, um diese Angelegenheit persönlich besprechen zu können" stellt nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. **VwGH 18.10.1957, 101/56**, betreffend Bitte, vor Erlassung der Berufungsentscheidung mit dem Bevollmächtigten Rücksprache zu halten; **VwGH 10.07.1996, 94/15/0039** ; Antrag auf mündliche Darlegung des Sachverhaltes beim Vorstand des Finanzamtes; **VwGH 24.04.1996, 93/15/0030**, Ersuchen um eine ausführliche mündliche Sachverhaltsdarstellung, um seine Glaubhaftigkeit zu untermauern, gleich direkt in der FLD) auch keinen ausreichenden Antrag dar, um den Anspruch auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung zu begründen.

Rechtliche Beurteilung des festgestellten Sachverhalts

Werbungskosten sind gemäß **§ 16 Abs. 1** Einkommensteuergesetz 1988, BGBl. 1988/400 (**EStG 1988**), die Aufwendungen oder Ausgaben zur Erwerbung, Sicherung oder Erhaltung der Einnahmen.

Gemäß **§ 20 Abs. 1 Z 2 lit. a EStG 1988** dürfen jedoch 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 Tätigkeit des Steuerpflichtigen erfolgen, bei den einzelnen Einkünften nicht abgezogen werden.

Gemäß **§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988** dürfen auch Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben nicht bei den einzelnen Einkünften abgezogen werden. Darunter fallen auch Aufwendungen oder Ausgaben anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden. Weist der Steuerpflichtige nach, dass die Bewirtung der Werbung dient oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt, können derartige Aufwendungen oder Ausgaben zur Hälfte abgezogen werden. -

§ 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 schließt Repräsentationsaufwendungen und -ausgaben ausdrücklich vom Abzug als Werbungskosten aus, wobei eine Ausnahme durch das Gesetz nur für die Bewirtung von Geschäftsfreunden insofern vorgesehen ist, als diese zur Hälfte abzugsfähig ist, wenn sie einem eindeutigen Werbungszweck dient und die betriebliche oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt.

Der Begriff "**Repräsentationsaufwendungen**" wird zwar im EStG 1988 wie schon im EStG 1972 nicht definiert, wurde jedoch durch die Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes (**VwGH 24.02.2010, 2006/13/0119**) präzisiert:

Unter Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben fallen nach § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 (in der Stammfassung) 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. Mit dem StrukturanpassungsG BGBl. Nr. 297/1995 wurde mit Wirksamkeit ab 5. Mai 1995 normiert, dass Aufwendungen zur Bewirtung von Geschäftsfreunden, auch wenn sie der Werbung dienen und die betriebliche (berufliche) Veranlassung im Vordergrund steht, nur zur Hälfte abgezogen werden können.

*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. z.B. **VwGH 25.04.2001, 99/13/0221**, VwSlg. 7609/F, mwN). 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 Interesse lag.*

Repräsentationsaufwendungen bilden beispielsweise Ausgaben für Theater- und Ausstellungsbesuche, gesellige Zusammenkünfte aller Art, Bewirtung von Arbeitskollegen sowie **Geschenke an Kunden, Klienten, Mitarbeiter aus bestimmten Anlässen** (vgl. dazu z.B. Hofstätter/Reichel, EStG 1988, Band III, § 20 Tz. 7.3, mit Hinweisen auf die hg. Judikatur). **Repräsentationsaufwendungen sind auch im Falle des Vorliegens eines damit verbundenen Werbezweckes nicht abziehbar** (vgl. z.B. **VwGH 10.08.2005, 2005/13/0049**). Die Höhe von Repräsentationsausgaben ändert nichts daran, dass sie unter das Abzugsverbot des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 fallen (vgl. z.B. **VwGH 13.10.1999, 94/13/0035**).

Eine Ausnahme vom Abzugsverbot besteht nur für die Bewirtung (einschließlich Beherbergung) von Geschäftsfreunden, wobei hier allerdings der Nachweis erforderlich ist, dass die Bewirtung der Werbung dient und die betriebliche oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt. Unter dem Begriff der Werbung ist dabei eine Produkt- und Leistungsinformation, also eine auf die betriebliche bzw. berufliche Tätigkeit bezogene Informationsleistung, zu verstehen (vgl. **VwGH 19.12.2002, 99/15/0141**, VwSlg. 7776/F, und VwGH 03.07.2003, 2000/15/0159, VwSlg. 7844/F). Eine bloße Glaubhaftmachung, dass die in Rede stehenden Aufwendungen dem Werbungszweck gedient haben,

reicht für die Abzugsfähigkeit der Aufwendungen (Ausgaben) nicht aus. Soweit die als Betriebsausgaben geltend gemachten Bewirtungsspesen lediglich der Kontaktpflege dienen und damit nur einen werbeähnlichen Aufwand begründen, fallen sie unter das Abzugsverbot des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 (vgl. z.B. VwGH 26.03.2003, 97/13/0108, mwN).

Die Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes legt somit einen sehr strengen, am Wortlaut des Gesetzes haftenden Maßstab an. Danach fallen jedenfalls Geschenke an Kunden zu verschiedenen Anlässen unter Repräsentation iSd § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988.

Die Überreichung von Aufmerksamkeiten, die nicht in der - im gegenständlichen Fall gar nicht behaupteten - Form einer "Bewirtung von Geschäftsfreunden" stattfindet und durch den Beruf eines Steuerpflichtigen bedingt ist, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördert, berechtigt daher nicht zum Abzug als Werbungskosten und Minderung von Einkünften.

Der **Verwaltungsgerichtshof** vertritt dem entsprechend in **ständiger Rechtsprechung** die Ansicht, dass **Aufwendungen für Weinflaschen "wem gegenüber auch immer sie verschenkt werden", jedenfalls Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 darstellen (VwGH 30.04.2003, 98/13/0071; 19.09.1990, 89/13/0174; 11.07.1995, 91/13/0145; 26.09.2000, 94/13/0260; 25.04.2001, 99/13/0221; 31.07.2012, 2008/13/0069).**

Dieser Rechtsansicht sind **auch** der Unabhängige Finanzsenat (**UFS 14.01.2005, RV/2182-W/02; 26.05.2009, RV/0005-F/08; 13.04.2010, RV/1271-L/08; 22.02.2013, RV/0685-S/10; und 26.11.2013, RV/1037-W/06**) und das **Bundesfinanzgericht (BFG 21.10.2014, RV/5101320/2012)** gefolgt.

Der Bf führt die Rechtsansicht der Wirtschaftskammer und die abweichende Einzelentscheidung UFS 12.05.2010, RV/0873-L/05, ins Treffen.

An obiger Beurteilung vermag jedoch der Umstand, dass auf den verschenkten Weinflaschen Etiketten angebracht sind, die auf den Bf und die Versicherung hinweisen, nichts zu ändern (**UFS 22.02.2013, RV/0685-S/10; BFG 21.10.2014, RV/5101320/2012**). Der sinngemäße Einwand des Bf, es sei unzulässig die Entscheidung des Unabhängigen Finanzsenates (UFS, "des Senates") aus 2013 auf Steuererklärungen für davor liegende Veranlagungsjahre ("2011") anzuwenden, ist schon auf Grund der oben zitierten Rechtsprechung (VwGH 10.08.2005, 2005/13/004) unzutreffend. Auch aus der behaupteten rechtswidrigen Anerkennung derartiger Ausgaben durch ein Finanzamt in gleichgelagerten Fällen erwächst dem Bf wegen des dem entgegen stehenden Legalitätsprinzips (Art. 18 B-VG) kein Rechtsanspruch auf Berücksichtigung der strittigen Ausgaben als Werbungskosten.

Am Rande sei erwähnt, dass Weinflaschen im Gegensatz zu Kugelschreibern und Kalendern nicht laufend und länger, sondern in der Regel nur kurz bei der Übernahme und beim Öffnen im Blickfeld sind, weil sie im Keller gelagert und nach dem Leeren rasch

entsorgt werden. Die – nach obigen Ausführungen rechtlich irrelevante - Werbewirkung etikettierter Weinflaschen wäre deshalb ohnehin von keiner wesentlichen Bedeutung.

Das Finanzamt hat im Vorlagebericht zutreffend darauf hingewiesen, dass es nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes (**VwGH 13.10.1999, 94/13/0035**; und 30.04.2003, 98/13/0071) entgegen der Meinung des Bf auf die Höhe der Repräsentationsausgaben und des Preises pro Flasche des geschenkten Weines nicht ankommt.

Der verschenkte Wein ist weder Muster eines von Bf vertriebenen Produkts noch enthalten die vom Bf auf den Flaschen angebrachten Etiketten eine Produkt- und Leistungsinformation. Letzteres wäre jedoch erforderlich um überhaupt von Werbung ausgehen zu können (**UFS 13.04.2010, RV/1271-L/08**; unter Hinweis auf **VwGH 02.08.2000, 94/13/0259**).

Die strittigen Kosten stellen nicht abzugsfähige Repräsentationsaufwendungen dar.

Den Beschwerden kommt deshalb keine Berechtigung zu.

Zulässigkeit einer Revision

Gegen ein Erkenntnis des Bundesfinanzgerichtes ist 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 im gegenständlichen Fall keine derartige Rechtsfrage zu beurteilen war, ist gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG keine Revision zulässig.

Linz, am 1. Februar 2016