

10. April 2014

BMF-010221/0199-VI/8/2014

EAS 3343

Büro mit Marketingaufgaben in Drittstaaten

Unterhält ein deutsches Unternehmen in Österreich ein Büro, in dem ein in Österreich ansässiger Mitarbeiter beschäftigt ist, dessen Aufgabe darin besteht, andere europäische Länder zu bereisen und dort die Arbeit von technischen Angestellten des deutschen Unternehmens zu koordinieren und Kunden zu treffen, dessen Tätigkeit aber nicht auf Kundenbeziehungen in Österreich gerichtet ist, dann erfordert die Beurteilung, ob in diesem Büro eine bloße unterstützende Hilfstätigkeit für das deutsche Unternehmen ausgeführt wird und folglich keine inländische Betriebsstätte im Sinn von [Artikel 5 DBA-Deutschland](#) besteht, eine vertiefte Sachverhaltsdurchleuchtung, die nicht im Rahmen des auf Rechtsfragen ausgerichteten ministeriellen EAS-Verfahrens erfolgen kann, sondern dem zuständigen Finanzamt vorbehalten bleiben muss.

Hierbei wird aber zu beachten sein, dass der bloße Umstand einer Tätigkeitsausübung auf Auslandsmärkten nicht bewirken kann, darin eine bloße Hilfstätigkeit des inländischen Marketingbüros für das deutsche Unternehmen zu sehen. Denn bei einer solchen Sichtweise müssten im schließlichen Endergebnis sämtliche inländischen Personengesellschaften (= Personengesellschaftsbetriebsstätten) deutscher Unternehmen, von denen aus ausschließlich der osteuropäische Markt beliefert wird, als bloße Hilfsbetriebsstätten gewertet werden. Die Hilfsfunktion einer Tätigkeit ist daher ihrer Natur nach und unabhängig vom territorialen Ausübungsgebiet zu beurteilen.

Bei der Sachverhaltsdurchleuchtung wird vor allem darauf Bedacht zu nehmen sein, ob die Umsatzerzielung des deutschen Unternehmens durch die Aktivitäten des Marketingbüros unmittelbar gefördert wird (zB weil erst das erwähnte "Treffen der Kunden" diese in die Lage versetzt, die Ware sodann online über das Internet zu bestellen). Von Relevanz wird auch sein, ob die als "Marketingtätigkeit" angesprochene Aktivität möglicherweise derart intensiv gestaltet ist, dass hierdurch der Marktzugang eröffnet oder die Marktpresenz signifikant ausgebaut wird, sodass hierdurch für das deutsche Unternehmen immaterielle Werte aufgebaut werden (Hinweis auf EAS 2690 betr. Vertrieb von CDs unter Nutzung eines inländischen Büros mit Markterschließungsaufgaben).

Bundesministerium für Finanzen, 10. April 2014