



Berufungsentscheidung

Der Unabhängige Finanzsenat hat über die Berufungen des Bw, vom 10. März 2008 und 26. Oktober 2008 gegen die Bescheide des Finanzamtes Freistadt Rohrbach Urfahr, vertreten durch FA, vom 14. Februar 2008 betreffend Einkommensteuer 2006 und 3. Oktober 2008 betreffend Einkommensteuer 2007 entschieden:

Den Berufungen wird teilweise Folge gegeben.

Die angefochtenen Bescheide werden abgeändert.

Die Bemessungsgrundlagen und die Höhe der Abgaben betragen:

Bemessungsgrundlagen:

	2006	2007
Einkünfte aus Gewerbebetrieb	13.763,93 €	17.661,18 €
Gesamtbetrag der Einkünfte	56.873,26 €	69.322,92 €
Einkommen	55.934,26 €	68.383,92 €
Einkommensteuer	19.577,98 €	25.853,35 €
Anrechenbare Lohnsteuer	- 14.714,15 €	- 18.356,74 €

Die getroffenen Feststellungen sind dem Ende der folgenden Entscheidungsgründe den als Beilage angeschlossenen Berechnungsblättern zu entnehmen und bilden einen Bestandteil dieses Bescheidspruches.

Entscheidungsgründe

In seinen **Steuererklärungen** der berufungsgegenständlichen Jahre 2006 und 2007 übermittelte der Berufungswerber die Ergebnisse aus seiner Tätigkeit als Versicherungsvertreter (Bausparkasse Wüstenrot).

Mit **Einkommensteuerbescheid** vom 14. Februar 2008 (Einkommensteuer 2006) wurde die Einkommensteuer des betreffenden Jahres abweichend von der eingereichten Erklärung festgesetzt.

Gemäß § 20 Abs. 1 dürfen bei den einzelnen Einkünften nicht abgezogen werden: 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 und Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben.

Die unter dem Titel Firmenausgaben beanspruchten Betriebsausgaben für Weine, Blumen und Lottoscheine in Höhe von 2.888,98 € seien daher nicht zu berücksichtigen gewesen.

Bei der Berechnung der tatsächlichen KFZ-Kosten seien die beruflichen und privaten Anteile berichtigt worden, da die Aufzeichnung der privat gefahrenen Kilometer nicht glaubhaft erscheine. Die Privatnutzung sei im Schätzungswege auf 32,95% erhöht worden.

Mit Eingabe vom 10. März 2008 wurde **Berufung** gegen diesen Einkommensteuerbescheid erhoben.

Die Lottoscheine würden ausschließlich zur Geschäftsanbahnung dienen. Der beigelegte Brief werde mit einem ausgefüllten Lottoschein verschickt. Gerade durch diese kleine Beigabe und den Text des Briefes würde es dem Berufungswerber immer wieder gelingen, neue Kunden zu gewinnen, bzw. überhaupt einen Termin zu bekommen.

Die Blumen und Weinflaschen würden ebenfalls als Anbahnungshilfe dienen. Die der Steuererklärung beigelegten Weiterempfehlungskarten würden dies verständlich aufzeigen. Für jede Weiterempfehlung die zu einem Termin führe, würde es als Dankeschön eine Flasche Wein oder Blumen geben.

Zusätzlich zu den 6351 Privatkilometer, die der Berufungswerber mit dem Dienstauto gefahren sei, hätte er mit seinem Privatauto weitere 7000 km privat zurückgelegt. Mit dieser Kilometerleistung sei er um einiges mehr an Privatkilometer gefahren, als vom Finanzamt

durchschnittlich gerechnet worden sei. Die ursprüngliche Berechnung entspreche den Tatsachen.

Mit **Berufungsvorentscheidung** vom 3. Oktober 2008 wurde der Bescheid vom 14. Februar 2008 geändert.

Hingewiesen wurde, dass Lottoscheine, Blumen und Wein nichtabzugsfähige Repräsentationskosten seien.

Hinsichtlich der Privatkilometer wurde dem Berufungseinwand gefolgt (als Werbungskosten berücksichtigt).

Mit **Einkommensteuerbescheid 2007** vom 3. Oktober 2008 wurde die Einkommensteuer dieses Jahres abweichend von der eingereichten Erklärung festgesetzt.

Auch in diesem Bescheid wurden Aufwendungen im Zusammenhang mit Lottoscheinen, Wein, Blumen u.ä. nicht berücksichtigt (2.894,99 €).

Mit Eingabe vom 26. Oktober 2008 wurde **Berufung** gegen die Einkommensteuerbescheide vom 3. Oktober 2008 für die Jahre 2006 und 2007 erhoben.

Betriebsausgaben:

Die Lottoscheine würden ausschließlich zur Geschäftsanbahnung dienen. Der beigelegte Brief werde mit einem ausgefüllten Lottoschein verschickt. Gerade durch diese kleine Beigabe und den Text des Briefes würde es dem Berufungswerber immer wieder gelingen neue Kunden zu gewinnen bzw. überhaupt einen Termin zu bekommen.

Durch diese zum Teil flächendeckenden, aber auch gezielt an selektierte Personenkreise versandten Werbebriefe, werde ein großer Teil des Geschäfts abgeschlossen. Diese Briefe würden noch handschriftlich beschriftet, um überhaupt noch vom Empfänger geöffnet zu werden. Eine Aufmerksamkeit beim eventuell zukünftigen Kunden könne durch einen nicht hervorstechenden Inhalt nicht garantiert werden. Ein beigelegter Lottoschein und der Inhalt des Briefes würden dem Empfänger in Erinnerung bleiben. Beim telefonischen Kontakt (2 bis 3 Tage nach Erhalt) könne sich der Angerufene sehr leicht an den Brief erinnern. Dadurch würde es erst zu einer Terminvereinbarung kommen. Da es vom Gesetz verboten sei, kalt zu akquirieren, müsse ein schriftlicher Erstkontakt vollzogen werden. Dieser minimaler Kostenaufwand sei ein notwendiger Beitrag um überhaupt am Telefon nicht von vornherein die Antwort „Danke, kein Interesse“ zu erhalten.

Bei der Prüfung im Jahre 2006 für die davor liegenden 7 Jahre sei diese Art der Kontaktanbahnung okay gewesen.

Die Weinflaschen würden ebenfalls als Anbahnungshilfe dienen. Die der Steuerklärung beigelegten Weiterempfehlungskarten würden dies verständlich aufzeigen. Für jede Weiterempfehlung die zu einem Termin führt, würde es als Dankeschön eine oder zwei

Flaschen Wein geben. Die Retourkarten würden gelegentlich per Post retourniert, meistens jedoch im Gespräch beim Kunden verwendet, um eine Weiterempfehlung zu erhalten. Als Dankeschön würde der Adressgeber ein oder zwei Flaschen Wein erhalten. Die bekannt gegebene Adresse würde einen Werbebrief mit Lottoschein enthalten und der Ablauf würde sich wiederholen. Dieser Ablauf der Akquirierung werde seit Jahren sehr erfolgreich praktiziert.

Mit **Vorlagebericht** vom 20. November 2008 wurden gegenständliche Berufungen dem Unabhängigen Finanzsenat zur Entscheidung vorgelegt.

Mit **Eingabe vom 19. Jänner 2009** wurden ergänzende Unterlagen vorgelegt und angeführt, dass es sich bei den in den Einkommensteuerbescheiden 2006 und 2007 nicht anerkannten Werbungskosten (Lottoscheine, Blumen, Wein) um keine Repräsentationskosten handeln würde. Die Weingeschenke seien ausschließlich beruflich veranlasst, da sie als „Gegenleistung“ (Dankeschön) für Weiterempfehlungen an bestehende Kunden gegeben worden seien.

In der Beilage wurde für das Jahr 2007 aufgelistet, wer welche (Wein oder Blumen) Zuwendungen erhalten hätte.

In einem am 8. April 2009 durchgeführten **Erörterungsgespräch** wurde in Anwesenheit des Berufungswerbers, des Amtsvertreters und des Referenten des Unabhängigen Finanzsenates der streitgegenständliche Sachverhalt nochmals dargelegt und niederschriftlich festgehalten. Der Berufungswerber führte aus, dass es aufgrund der Konkurrenzsituation schwierig sei, neue Kundenkontakte zu knüpfen. Da es verboten sei jemanden "kalt" zu kontaktieren, sei es notwendig sich vorher schriftlich anzukündigen. Dies würde mit einem Brief erfolgen, dem ein Lottoschein beigefügt werde, um sich in Erinnerung zu halten. Diese Vorgangsweise würde dazu führen, dass von ca. 10 Anrufen auch tatsächlich zumindest zwei Gesprächstermine vereinbart würden. Bei diesen Terminen werde dann ein übliches Verkaufsgespräch durchgeführt, welches damit ende, dass wieder nach neuen Adressen gefragt werde. Als Geschenk werde dabei eine Flasche Wein angeboten. Mit den neuen Adressen wiederholt sich dieser Ablauf.

Brieflose würden an bestehende Kunden geschickt, um mit denen wieder in Kontakt zu treten. Bei ablaufenden Verträgen werde dabei ein neues Angebot präsentiert.

Bei der Bierspende (1 Fass Bier bei Siedlungsfest) würde es sich um eine Spende handeln, um an neue Adressen zu kommen. Jeder der sich ein Bier geholt hat, hätte auf einer Karte seine Daten hinterlassen müssen; inkl. Ablauf z.B. eines Bausparvertrages. Diese Person sei dann in diesem Zusammenhang vom Berufungswerber kontaktiert worden.

Der Vertreter des Finanzamtes wendete zu diesen Ausführung ein, dass es zum Bereich Wein,

Blumen und Bier bereits zahlreiche Entscheidungen gebe und diese Aufwendungen dem Bereich der nichtabzugsfähigen Aufwendungen des § 20 zuzuordnen seien.

Zu den Lottoscheinen sei anzuführen, dass hier ein Werbungscharakter nicht auszuschließen sei, es werde aber angemerkt, dass nicht nachgewiesen worden sei, dass tatsächlich alle Scheine weitergegeben worden seien.

Angemerkt werde weiters, dass im Jahr 2007 die Afa des Computer-Tisches bereits zum elften Mal berechnet wurde; dies bei einer Nutzungsdauer von zehn Jahren. Die Afa in Höhe von 51,99 € sei demnach zu korrigieren.

Abschließend merkte der Referent an, dass er hinsichtlich der Ausgaben für Wein und Blumen der Darstellung des Finanzamtes zustimme. Dem Berufungswerber wurden dementsprechende Entscheidungen zur Kenntnis gebracht. Hinsichtlich der Bierspende erscheine die Vorgangsweise dieselbe zu sein. Auch hier hätte sich der Berufungswerber als Spender präsentiert und es sei zu keiner unmittelbaren Produktpräsentation gekommen. Auch wenn durch diese Aktion zahlreiche Kontakte geknüpft worden seien, so hätte doch der Repräsentationsaspekt dominiert.

Den Lottoscheinen könne aber ein Betriebsausgabencharakter (Werbung) nicht aberkannt werden. In diesen Briefen sei es zu eindeutigen Produktbeschreibungen gekommen.

Über die Berufung wurde erwogen:

Gemäß § 20 Abs. 1 EStG 1988 dürfen bei den einzelnen Einkünften nicht abgezogen werden:

2. a) 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.

3.) 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.

Der Berufungswerber gab an, dass die Geschenke bzw. Spenden (Wein, Blumen, Bier) ausschließlich im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit notwendig waren. Um seine Umsätze halten zu können, ist es notwendig immer wieder neue Kundenkontakte knüpfen zu können. Aber auch diese Bereiche sind unter dem Aspekt des § 20 EStG einer Prüfung zu unterziehen. Der Verwaltungsgerichtshof judizierte bereits, dass Aufwendungen, die ganz allgemein dazu dienen, geschäftliche Kontakte aufzunehmen und zu pflegen, bei (künftigen) Geschäftsfreunden eingeführt zu werden, um als möglicher Ansprechpartner bzw. potentieller

Auftraggeber oder Auftragnehmer in Betracht gezogen zu werden, unter den Begriff der steuerlich nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen im Sinne des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 fallen. Dass derartige Aufwendungen tatsächlich den erwünschten bzw. angestrebten Effekt haben und solcherart zum betrieblichen Erfolg beitragen können, nimmt ihnen nicht das Merkmal eines Repräsentationsaufwandes (vgl. VwGH 13.10.1999, 94/13/0035).

Die in oben genannter Gesetzesstelle vorgesehene Ausnahme vom grundsätzlichen Abzugsverbot von Repräsentationsaufwendungen oder Repräsentationsausgaben ist somit von dem der Partei obliegenden 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. Die vom Gesetzgeber geschaffene Ausnahme vom Abzugsverbot von Repräsentationsaufwendungen bezieht sich nur auf Bewirtungsspesen, nicht aber auf andere Repräsentationsaufwendungen (vgl. VwGH 3.5.2000, 98/13/0198; 26.9.2000, 94/13/0171).

Im Erkenntnis vom 2.8.2000, 94/13/0259 wurde zum Ausdruck gebracht, dass unter dem Begriff der Werbung ganz allgemein im Wesentlichen eine Produkt- und Leistungsinformation zu verstehen ist.

Unter Beachtung dieser eindeutigen höchstgerichtlichen Entscheidungsinhalte kann also auch im gegenständlichen Fall keinesfalls dem Berufungsbegehr vollinhaltlich entsprochen werden. Es ist eine Prüfung dahingehend vorzunehmen, ob die Aufwendungen eine Produkt- und Leistungsinformation beinhalten oder nicht.

Bei den Aufwendungen für Wein, Blumen und Bier kann ein derartiger Informationsgehalt keinesfalls erkannt werden (vgl. VwGH 19.9.1990, 89/13/0174; UFSW 14.1.2005, RV/2182-W/02).

Diesen Aufwendungen ist ein gewisser Repräsentationscharakter nicht abzusprechen.

Anders ist es bei den Aufwendungen im Zusammenhang mit unmittelbarer Präsentation des Produktes und der Firma des Berufungswerbers.

In den verschiedenen Schreiben wurde unmittelbar Bezug auf die Tätigkeit und die Leistungsangebote des Berufungswerbers genommen.

Es ist also jedenfalls ein Werbungsinhalt gegeben. Damit sind aber diese Aufwendungen und die damit zusammenhängenden Beigaben (Lotto, Brieflose) als Betriebsausgaben anzuerkennen. Nach den Darstellungen des Berufungswerbers ist auch der Nachweis der tatsächlichen Weitergabe als erbracht anzusehen.

Die diesbezüglichen Aufwendungen sind demnach zu berücksichtigen.

Bei der Durchsicht der Unterlagen ist noch aufgefallen, dass das Finanzamt Blumen im Ausmaß von 83,50 € gekürzt hat; beantragt waren aber bloß 38,50 €. Die Differenz von 45,00 € ist demnach zu berichtigen (im Jahr 2007).

Ebenso ist die im Erörterungsgespräch aufgezeigte Unrichtigkeit bei der Abschreibung des Computertisches zu korrigieren (51,89 € im Jahr 2007).

Unter Beachtung dieser Ausführungen ergibt sich folgende Berechnung:

Ausgaben:

	2006	2007	Anmerkung
Gewinn Finanzamt	14.619,88 €	18.480,31 €	
Lotto	- 855,95 €	- 235,45 €	
Vignette		- 72,60 €	Werbung
T-Shirt - folie		- 28,98 €	Werbeaufdruck
T-Shirt		- 18,99 €	Werbeaufdruck
Brieflos		- 470,00 €	
Korrektur AfA		+ 51,89 €	
Korrektur Blumen		- 45,00 €	Ziffernsturz
Gewinn UFS	13.763,93 €	17.661,18 €	

Unter Beachtung der Veränderungen in der Berufungsvorentscheidung für das Jahr 2006 war spruchgemäß zu entscheiden.

Beilage: 2 Berechnungsblätter

Linz, am 13. April 2010