



## **Berufungsentscheidung**

Der Unabhängige Finanzsenat hat über die Berufung des Bw., vertreten durch Reinhard Sorger, 8700 Leoben, Homanngasse 24, vom 29. Oktober 2010 gegen den Bescheid des Finanzamtes Leoben vom 1. September 2010 betreffend Einkommensteuer 2008 entschieden:

Der Berufung wird teilweise Folge gegeben.

Der angefochtene Bescheid wird abgeändert.

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

### **Entscheidungsgründe**

Der Berufungswerber (Bw.) ist selbständiger Versicherungsvertreter. Im Zuge seiner Einkommensteuerveranlagung für das Jahr 2008 machte der Bw. Werbeaufwendungen als Betriebsausgaben geltend.

Die Veranlagung erfolgte erklärungskgemäß. Nach einer Nachbescheidkontrolle kam es zur Aufhebung dieses Bescheides gemäß § 299 BAO und in der Folge zur Erlassung des nunmehr bekämpften Bescheides mit nachstehender Begründung:

„Der Werbeaufwand ist gem. § 20 EStG 1988 um 3.841,78 Euro zu kürzen.

Gem. § 20 Abs. 1 Z 2 lit. a EStG 1988 dürfen Aufwendungen oder Ausgaben für die Lebensführung nicht abgezogen werden, 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. Nach Z 3 dieser Gesetzesstelle dürfen Repräsentationsaufwendungen nicht abgezogen werden. Darunter fallen auch Aufwendungen anlässlich der Bewirtung von Geschäftsfreunden, Zuwendungen an Kunden, wie das Schenken von Flaschenweinen, Sekt, Bonbonieren, Blumen, andere Geschenke oder Aufmerksamkeiten. Repräsentationsaufwendungen sind auch im Falle des Vorliegens eines damit verbundenen Werbezweckes nicht abziehbar. Die Höhe der Repräsentationsausgaben ändert nichts daran, dass sie unter das Abzugsverbot des § 20 Abs. 1 Z 3 EStG fallen.“

In seiner Berufung schlüsselte der Bw. die Ausgaben im Gesamtbetrag von 3.841,78 Euro wie folgt auf:

1. Gutscheine für Kunden und Preis	2.565,00
2. Goldbarren	199,00
3. Essensgutscheine	30,00
4. Sportausrüstungspaket	178,80
5. Verbandskasten	30,70
6. Kundenpräsente:	
a.) Tee	212,94
b.) Glückwunschkarten	86,84
c.) Blumen	21,38
d.) Diverse Präsente	213,01
e.) Bücher	113,07
f.) Süßigkeiten	123,92
g.) Wein, Sekt	47,12
7.) Spende SOS Kinderdorf	20,00

Erklärend führte der Bw. unter Anschluss diverser Unterlagen aus:

ad 1.) Dabei handle es sich um Anwerbungsleistungen für Neukunden. Am Jahresende sei von allen Werbern ein Gewinner gezogen worden, der dann einen Preis in Höhe von 145 Euro ausbezahlt bekommen habe. Die Aufwendungen stünden im Zusammenhang mit einem Leistungsaustausch und seien unmittelbarer Bestandteil einer Leistungsabwicklung.

ad 2.) Er habe im Jahr 2008 eine befristete Aktion durchgeführt, bei der jeder Kunde, bei Abschluss eines neuen Sparvertrages, mit einer monatlichen Sparrate ab 20 Euro, einen Goldbarren erhalten habe.

ad 3.) Hierbei handle es sich um ein Gratisdinner zu zweit, im Zusammenhang mit einem neuen Sparvertrag.

ad 4.) Über die Firma X. Sponsoren-Vermittlungs GmbH sei der Bw. für die Hingabe eines Sportausrüstungspaketes vermittelt worden. Als Gegenleistung habe er im Schaukasten der Schule werben dürfen.

ad 5.) Zwei Kunden schlossen die Kfz-Versicherung nur unter der Bedingung, dass sie einen Verbandskasten erhalten, ab.

ad 6.) Um neue Kunden zu gewinnen habe er intensive Werbekampagnen bei verschiedenen Anlässen durchgeführt. Inhalt der Werbekampagne sei ein Billet, das zum jeweiligen Anlass (Hochzeit, Geburt, neue Wohnung, etc.) passende Werbeschreiben und ein zum jeweiligen Anlass passendes Kundenpräsent gewesen.

Alle Kundepräsente seien mit einem Aufkleber versehen, auf dem sein Name und die Berufsbezeichnung aufscheine.

Die Spende an das Kinderdorf mache er nicht mehr als Betriebsausgaben geltend.

Das Finanzamt legte die Berufung ohne Erlassung einer Berufungsvorentscheidung vor und wies im Vorlagebericht darauf hin, dass die Auffassung vertreten werde, Geschenke jedweder Art (zB. Gutscheine, Goldbarren, Kaffee, Tee...) seien keine Betriebsausgaben. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass die Geschenke teilweise mit dem Namenslogo etikettiert worden seien.

### ***Über die Berufung wurde erwogen:***

Gemäß § 4 Abs. 4 EStG 1988 sind Betriebsausgaben die Aufwendungen oder Ausgaben, die durch den Betrieb veranlasst sind.

Gemäß § 20 Abs. 1 Z 3 EStG 1988 dürfen bei den einzelnen Einkünften 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.

Nach der Rechtsprechung sind unter Repräsentationsaufwendungen iS der Z 3 alle Aufwendungen zu verstehen, die zwar durch den Beruf des Steuerpflichtigen bedingt bzw. im Zusammenhang mit der Erzielung von steuerpflichtigen Aufwendungen anfallen, aber auch sein gesellschaftliches Ansehen fördern, es ihm also ermöglichen, zu repräsentieren. Den Motiven, warum der Repräsentationsaufwand getragen wird, kommt keine Bedeutung zu; maßgeblich ist nach der Rechtsprechung nur das äußere Erscheinungsbild; es ist auch unmaßgeblich, ob sich der Steuerpflichtige diesem Aufwand hätte entziehen können und ob er ausschließlich im betrieblichen oder beruflichen Interesse lag (Doralt, EStG<sup>11</sup>, § 20, Tz. 83).

Der Verwaltungsgerichtshof versteht in seiner Rechtsprechung unter dem Begriff der Repräsentationsaufwendungen alle Aufwendungen, die dazu dienen, geschäftliche Kontakte aufzunehmen und zu pflegen. Kleinere Sachgeschenke, die auf Grund bestehender beruflicher Beziehungen an Klienten, Kunden oder sonstige Geschäftsfreunde im allgemeinen bei besonderen Gelegenheiten, wie Weihnachten, Neujahr, etc. gemacht werden, sind nach der Rechtsprechung durch die wirtschaftliche oder gesellschaftliche Stellung des Geschenkgebers bedingte Aufwendungen der Lebensführung; es sind Repräsentationsaufwendungen, für die es ohne Bedeutung ist, dass sie möglicherweise geeignet sind, auch den Beruf des Geschenkgebers oder seine Tätigkeit zu fördern (vgl. Doralt, a.a.O., Tz.84 ff. und Tz. 163 Stichwort „Geschenke“ und die dort angeführte Judikatur).

Aufwendungen, bei denen primär die berufliche Tätigkeit und nicht die Person des Steuerpflichtigen im Vordergrund steht, unterliegen hingegen nicht dem Abzugsverbot.

Im Hinblick auf die zitierte Rechtsprechung und Lehrmeinungen sind im vorliegenden Fall die jeweiligen Positionen dahingehend zu überprüfen, ob sie Betriebsausgaben oder Repräsentationsaufwendungen darstellen:

Entgeltlich wird eine Geld- oder Sachzuwendung nicht deshalb, weil sie zur Pflege persönlicher Kontakte oder im Hinblick auf einen erhofften betrieblichen Nutzen gemacht wird, sondern nur dadurch, dass sie zur Erlangung einer bestimmten Gegenleistung gemacht wird, mit der sie rechtlich oder tatsächlich verknüpft ist, also zumindest wirtschaftlich eine Provision darstellt (Margreiter, Zur Abzugsfähigkeit von (Werbe)Geschenken, SWK 1997, S 549).

Wie aus den vorgelegten Unterlagen ersichtlich, beruhen die Aufwendungen für die Kundengutscheine, den Preis, die Verbandskästen und das Sportausrüstungspaket auf einer wirtschaftlichen (betrieblichen) Grundlage.

Den vom Bw. in der vorgelegten Liste angeführten Personen, die Gutscheine bzw. den Preis erhalten haben, kann jeweils ein von ihnen vermittelter Kunde zugeordnet werden. Diese Werbeleistungen wurden somit erbracht, um eine andere Leistung zu erhalten. Sie sind

unmittelbarer Bestandteil einer Leistungsabwicklung. Gerade diese Ausgaben stehen wirtschaftlich im Zusammenhang mit einer Gegenleistung, die im Anwerben von Neukunden und dem Abschluss von neuen Verträgen zu sehen ist.

Auch der Sponsorzahlung an die Sponsoren-Vermittlungs GmbH steht als Gegenleistung die Bereitstellung einer Werbeplattform gegenüber.

Ebenso beruhen die Aufwendungen für die beiden Verbandskästen auf einer wirtschaftlichen Grundlage. Die wirtschaftliche Basis besteht hier in der Verknüpfung der Zugabe (Verbandskasten) mit der Hauptleistung (Abschluss einer Versicherung).

Eine Auseinandersetzung mit dem Beleg der Gösler Bräu von 30 Euro kann jedoch mangels überprüfbarer Angaben unterbleiben.

Der Unabhängige Finanzsenat vertritt somit die Auffassung, dass diese Aufwendungen im Gesamtbetrag von 2.973,50 Euro als Betriebsausgaben anerkannt werden können.

Hingegen fallen Aufwendungen, die ganz allgemein dazu dienen, geschäftliche Kontakte aufzunehmen und zu pflegen, unter den Begriff der steuerlich nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwendungen.

Im vorliegenden Fall vertritt der Unabhängige Finanzsenat die Auffassung, dass die Ausgaben, die für Tee, Glückwunschkarten, Blumen, Bücher, Sekt, Wein und diverse Kundenpräsente für besondere Anlässe im Betrag von 818,28 Euro angefallen sind, typische Repräsentationsaufwendungen darstellen. Auch wenn sie mit einem Etikett des Gebers versehen sind, sind sie im Sinne der eingangs zitierten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes durch die wirtschaftliche oder gesellschaftliche Stellung des Geschenkgebers bedingte Aufwendungen der Lebensführung. Sie sind Repräsentationsaufwendungen, für die es ohne Bedeutung ist, dass sie möglicherweise geeignet sind, auch den Beruf des Geschenkgebers oder seine Tätigkeit zu fördern.

Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage war somit wie im Spruch ersichtlich zu entscheiden.

Beilage: 1 Berechnungsblatt

Graz, am 6. Juni 2011