

GZ. RV/4118-W/02

Berufungsentscheidung

Der unabhängige Finanzsenat hat über die Berufung der Bw., vertreten durch Halpern & Prinz WP u. SteuerberatungsgmbH gegen den Bescheid des Finanzamtes für den 2. und 20. Bezirk betreffend Berichtigung der Werbeabgabe für die Monate Jänner bis Juli 2002 vom 23. September 2002 entschieden:

Die Berufung wird als unbegründet abgewiesen.

Der angefochtene Bescheid bleibt unverändert.

Rechtsbelehrung

Gegen diese Entscheidung ist gemäß § 291 der Bundesabgabenordnung (BAO) ein ordentliches Rechtsmittel nicht zulässig. Es steht Ihnen jedoch das Recht zu, innerhalb von sechs Wochen nach Zustellung dieser Entscheidung eine Beschwerde an den Verwaltungsgerichtshof oder den Verfassungsgerichtshof zu erheben. Die Beschwerde an den Verfassungsgerichtshof muss - abgesehen von den gesetzlich bestimmten Ausnahmen - von einem Rechtsanwalt unterschrieben sein. Die Beschwerde an den Verwaltungsgerichtshof muss - abgesehen von den gesetzlich bestimmten Ausnahmen - von einem Rechtsanwalt oder einem Wirtschaftsprüfer unterschrieben sein.

Entscheidungsgründe

Die Berufungswerberin (Bw.) hat in einem Schreiben vom 14. März 2002 ersucht, die bereits entrichtete Werbeabgabe für den Monat Jänner 2002 dahingehend zu korrigieren, dass die Bemessungsgrundlage um jene Entgelte, die auf Werbeleistungen nach dem Werbeabgabegesetz 2000 (WerbeAbgG) für Beilagen zu Zeitungen oder Zeitschriften entfallen, vermindert wird. Dieselbe Korrektur wird für den Zeitraum Februar 2002 mit Schreiben vom 12. April 2002, für den Zeitraum März 2002 mit Schreiben vom 15. Mai 2002, für den Zeitraum April 2002 mit Schreiben vom 13. Juni 2002, für den Zeitraum Mai 2002 mit

Schreiben vom 11. Juli 2002, für den Zeitraum Juni 2002 mit Schreiben vom 13. August 2002 und für den Zeitraum Juli 2002 mit Schreiben vom 12. September 2002 begehrt.

Diese Korrekturen werden dahingehend begründet, dass nach § 1 Abs. 2 Z 1 WerbeAbgG die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes der Werbeabgabepflicht unterliege und darunter nur solche Anzeigen zu verstehen seien, die in das Druckwerk eingedruckt bzw. mit diesem fest verbunden seien, nicht aber Prospekte usw., die lose beigelegt werden. Dies würde zu einer sachlich nicht gerechtfertigten Diskriminierung der Zeitungen als Werbeträger gegenüber dem direkt (selbständige) verteilten Prospekten, die nicht der Werbeabgabepflicht unterliegen, führen.

Im Sinne einer verfassungskonformen Auslegung des WerbeAbgG sei deshalb die Abgabepflicht nach § 1 Abs. 2 dahin auszulegen, dass Beilagen zu Druckwerken nicht dem WerbeAbgG unterliegen.

Mit Bescheid vom 23. September 2002 wurde dieses Ansuchen abgewiesen.

Gegen diesen Bescheid wurde fristgerecht berufen und beantragt, die Werbeabgabe für die Monate Jänner bis Juli 2002 entsprechend den Berichtigungsanträgen zu korrigieren, wobei auf die Begründung in diesen Berichtigungsanträgen hingewiesen wurde und nochmals betont wurde, dass die Beilagen zu den Heften nicht der Werbeabgabe unterliege.

Über die Berufung wurde erwogen:

Gemäß § 1 Abs. 2 Z 1 WerbeAbgG unterliegen der Werbeabgabe Werbeleistungen, soweit sie im Inland gegen Entgelt erbracht werden.

Als Werbeleistung gilt nach Abs. 2 Z 1 dieser Bestimmung die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes.

Ein Druckwerk im Sinne des Mediengesetzes ist ein zur Verbreitung an einen größeren Personenkreis bestimmter, in einem Massenherstellungsverfahren in Medienstücken vervielfältigter Träger von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt (Medienwerk), durch den Mitteilungen oder Darbietungen ausschließlich in Schrift oder in Standbildern verbreitet werden.

Allgemeine Voraussetzung für die Abgabepflicht ist, dass es sich um die Verbreitung einer Werbebotschaft gegen Entgelt handelt. "Eigenwerbung" fällt nicht unter die Werbeabgabe, dh weder die Werbung für das Medium im Medium selbst noch die Firmenaufschrift am eigenen Firmenfahrzeug sind abgabepflichtig.

Steuergegenstand nach § 1 Abs. 2 Z 1 WerbeAbgG ist die Werbeleistung Veröffentlichung einer Werbebotschaft in Druckwerken.

Der Wortlaut "Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken" umfasst nach den Erläuterungen auch die Beilage von Werbefoldern (Supplements) in Druckwerken (zB Zeitungen, Zeitschriften), die im Inland verbreitet werden.

Es wird also nicht darauf abgestellt, ob die Veröffentlichung durch Abdrucken, Einheften, Beilagen, Aufkleben usw. erfolgt, sondern darauf, dass mittels einer Zeitung oder Zeitschrift in der Öffentlichkeit Werbewirkung erzielt wird.

Entgegen der Auffassung der Bw. kann nämlich aus dem Gesetzestext nicht geschlossen werden, dass nur abgedruckte Werbeeinschaltungen der Werbeabgabe unterliegen sollen, selbst wenn typischerweise oder zumindest sehr häufig Werbebotschaften in dieser Weise verbreitet werden.

Wenn nun die Bw. meint, dass es zu einer sachlich ungerechtfertigten Differenzierung zwischen der Werbung in einer Zeitung oder Zeitschrift im Gegensatz zur direkten Versendung oder Verteilung eines Prospektes komme, weil diese nicht der Werbeabgabe unterliege, so ist ihr zu entgegnen, dass es dem werbenden Unternehmer gerade darauf ankommt, seine Werbebotschaften mit Hilfe einer bestimmten Zeitung oder Zeitschrift zu vermitteln, weil er sich durch diese gezielte Art der Verbreitung eine erhöhte Werbewirkung bei einem bestimmten Adressatenkreis verspricht und für diese (Werbe-)Leistung auch ein Entgelt entrichtet wird.

Die Leistung eines Medienunternehmens besteht in der Veröffentlichung von Druckwerken, die auch die Verbreitung von Werbeeinschaltungen (auch als Beilage) umfasst. Es unterliegen daher auch jene Entgelte, die auf Werbeleistungen für Beilagen entfallen, der Werbeabgabe.

Der Verfassungsgerichtshof kam im Erkenntnis vom 28.9. 2002, B 171/02, zu dem Ergebnis, dass der in § 1 Abs. 2 Z 1 des Werbeabgabegesetzes verwendete Begriff der "Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken" so interpretiert werden kann, dass er auch (selbständige) Werbeprospekte umfasst. Dieser Tatbestand ist vielmehr verfassungskonform so zu interpretieren, dass er auch die selbständige Verteilung von Prospekten mit werblichem Inhalt gegen Entgelt erfasst. Die beanstandete Ungleichbehandlung der Beilagenwerbung und der Direktwerbung besteht somit nicht.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.