jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE Vwgh Erkenntnis 2007/9/24 2005/15/0103

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 24.09.2007

Index

32/02 Steuern vom Einkommen und Ertrag;

Norm

EStG 1988 §20 Abs1 Z3;
EStG 1988 §4 Abs4;

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Stoll und die Hofräte Dr. Sulyok, Dr. Zorn, Dr. Büsser und Dr. Mairinger als Richter, im Beisein der Schriftführerin Dr. Kinsky, über die Beschwerde des Mag. R S in W, vertreten durch Mag. Klaus Rinner, Rechtsanwalt, Freistädter Straße 3, 4040 Linz, gegen den Bescheid des unabhängigen Finanzsenates, Außenstelle Wien, vom 27. Juni 2005, GZ RV/134-W/2003, betreffend u.a. Umsatzsteuer 1999 und Einkommensteuer 1999, zu Recht erkannt:

Spruch

Der angefochtene Bescheid wird, soweit er Umsatzsteuer 1999 und Einkommensteuer 1999 betrifft, wegen Rechtswidrigkeit seines Inhalts aufgehoben.

Der Bund hat dem Beschwerdeführer Aufwendungen in der Höhe von EUR 1.171,20 Euro binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen. Das Kostenmehrbegehren wird abgewiesen.

Begründung

Der Beschwerdeführer betrieb als Einzelunternehmer eine Steuerberatungskanzlei. Zudem war er Alleingesellschafter und Geschäftsführer der D Wirtschaftstreuhand GmbH.

Im Zug einer abgabenbehördlichen Prüfung traf der Betriebsprüfer u.a. folgende Feststellungen:

Mit Einbringungsvertrag vom 28. September 2000 sei unter Inanspruchnahme der Bestimmungen des Art. III UmgrStG das Einzelunternehmen des Beschwerdeführers mit Stichtag 31. Dezember 1999 in die D Wirtschaftstreuhand GmbH eingebracht worden.

Der Sohn des Beschwerdeführers sei Autorennfahrer. Im Jahr 1999 habe der Beschwerdeführer auf Grund eines Sponsorvertrages mit seinem Sohn an diesen Sponsorzahlungen von 400.000 S geleistet, wovon 200.000 S netto als Betriebsausgabe unter dem Titel "Werbeaufwand" abgesetzt worden seien. Der Sponsorvertrag sei für die Dauer von März bis Dezember 1999 abgeschlossen worden. Die Werbeverpflichtung habe das Anbringen des Logos der "Ai-Group" auf Helm, Overall und Rennfahrzeug des Sohnes sowie die Teilnahme an PR-Veranstaltungen umfasst. Die "Ai-Group" sei eine weltweit tätige Wirtschaftsprüfungs-, Steuerberatungs- und Unternehmensberatungsgruppe. Im

Jahr 1999 sei die PR Wirtschaftstreuhand GmbH mit ihren Partnern (Gesellschaftern), zu denen u.a. der Beschwerdeführer gehört habe, Mitglied der "Ai-Group" gewesen. Eine Verbindung zwischen der Steuerberatungskanzlei des Beschwerdeführers und der "Ai-Group" habe es nur indirekt über den Gesellschaftsanteil in Höhe von 50.000 S bei der PR Wirtschaftstreuhand GmbH gegeben. Da ein unmittelbarer Zusammenhang von Werbung für die "Ai-Group" und dem Einzelunternehmen des Beschwerdeführers nicht gegeben gewesen sei, werde von der Betriebsprüfung die Auffassung vertreten, dass die Zahlung des Sponsorbeitrages überwiegend durch das Naheverhältnis zum Sohn des Beschwerdeführers veranlasst worden sei. Weil ein Kausalzusammenhang (Werbewirkung beim Beschwerdeführer durch das "Ai-Group" Logo auf dem Helm, dem Overall und dem Rennfahrzeug des Sohnes) nicht vorliege, würden mangels überwiegend betrieblicher Veranlassung der Zahlung die Betriebsausgabe in Höhe von 200.000 S und der Vorsteuerabzug in der Höhe von 40.000 S nicht anerkannt.

Das Finanzamt folgte bei Erlassung der Bescheide betreffend Umsatzsteuer 1999 und Einkommensteuer 1999 den Feststellungen des Prüfers und berücksichtigte bei der Gewinnermittlung die in Rede stehenden Sponsorzahlungen nicht als Betriebsausgabe. Die vom Sohn des Beschwerdeführers in der Rechnung ausgewiesene Umsatzsteuer anerkannte es nicht als Vorsteuer.

In der Berufung führte der Beschwerdeführer aus, dass er seine Steuerberatungskanzlei im Jahr 1980 gegründet habe und der Klientenstock kontinuierlich gewachsen sei. Er sei auch als Professor an der Handelsakademie tätig gewesen, wo er den Schwerpunktgegenstand Marketing/Werbung unterrichtet habe. Dies habe dazu geführt, dass er bereits seit Beginn seiner Wirtschaftstreuhandtätigkeit auf ein ausgearbeitetes Marketingkonzept zurückgreife, welches auf Positionierung seiner Kanzlei durch Sport und die damit verbundenen Sponsorzahlungen setze. Er habe schon zuvor Sportveranstaltungen unterstützt und Einschaltungen in Tageszeitungen mit Sportbildern unterlegt. Er habe beabsichtigt, sein Unternehmen in der Öffentlichkeit mit der Kraft und der Dynamik des Sports zu positionieren. In den Jahren 1997 und 1998 habe sich sein Umsatzwachstum spürbar verlangsamt, u.a. auch deshalb, weil Klienten aus dem Bereich des Sports ihre sportliche Laufbahn beendet hätten und sich die bisherige "Mundpropaganda" durch diese Sportler nicht mehr habe fortsetzen können.

Zu dieser Zeit sei er bereits "Mitglied" (Gesellschafter) der Steuerberaterorganisation PR Wirtschaftstreuhand GmbH gewesen, einem Steuerberaternetzwerk, über welches er auch Mitglied bei "Ai-International", einer internationalen Steuerberatungsorganisation gewesen sei. Da der Name "PR" durch eine andere Branche (Versicherungsunternehmen) eindeutig positioniert gewesen sei, habe man sich zu einem Namenswechsel von PR zu "Ai-Austria" entschlossen. Ein derartiger Schritt sei mit der Muttergesellschaft in Großbritannien abzuklären gewesen und habe einer Beschlussfassung auf dem jährlich stattfindenden Länderkonvent aller "Ai"-Partner bedurft. Ein Übergangszeitraum von zwei bis drei Jahren sei realistischerweise vorzusehen gewesen.

Die Firma "PR" sollte in die Firma "Ai-Austria" und das Einzelunternehmen des Beschwerdeführers in die "D Wirtschaftstreuhand" übergehen. Dies sollte durch ein Positionieren der Marken/Namen "Ai" und "D" erfolgen. "Ai" sollte bekannt gemacht werden und mit der Steuerberatungskanzlei des Beschwerdeführers, später mit D in Verbindung gebracht werden.

Der Beschwerdeführer habe bereits 1997 ein Werbebüro mit einer Konzepterstellung beauftragt. Er verwies in dem Zusammenhang auf die von ihm herausgegebene Broschüre "Unternehmerservice", in welcher in der Ausgabe 1999 noch sein Name und PR, in der Ausgabe 2000 sein Name und D in gleich großen Lettern, aber bereits in Verbindung mit "Ai", und in der Ausgabe 2002 D mit großen und sein Name mit kleinen Lettern in Verbindung mit "Ai-Austria" ausgewiesen sei.

Der Sohn des Beschwerdeführers sei bereits vor 1999 im Motorsport tätig gewesen. Er sei 1998 als Profi die volle Rennsaison im Team X im Rahmen der deutschen Formel Y Meisterschaft gefahren und habe zum Ende der Saison den dritten Platz belegt. Beim großen Finale in Le Castellet habe er die Pole-Position erreicht. Damit seien seine Chancen gestiegen, im Team Z an der deutschen Meisterschaft teilzunehmen. Der "D-Cup" finde im Rahmen des "Top 10 Bewerbes" statt und sei für die Werbezwecke des Beschwerdeführers sehr gut geeignet gewesen (die Top 10 TV-Sendezeit im Jahr 1999: 147 Stunden). Nach jedem Rennen seien in den lokalen und überregionalen Zeitungen Presseberichte und Fotos platziert worden. Interviews mit dem Sohn des Beschwerdeführers seien im Radio und Fernsehen erfolgt, dies stets unter Hervorhebung der Sponsoren.

Der Sponsorvertrag sei nach außen ausreichend in Erscheinung getreten, habe einen klaren, eindeutigen und jeden Zweifel ausschließenden Inhalt und fremdübliche Konditionen gehabt.

Für den Abschluss des Sponsorvertrages seien ausschließlich wirtschaftliche Gründe maßgebend gewesen. "Ai" habe als Netzwerk von Steuerberatern mit nationaler und internationaler Verbreitung bekannt werden und mit dem Namen des Beschwerdeführers und der Firma "D" verbunden werden sollen. Da sich der Familienname des Beschwerdeführers bereits am Rennanzug des Sohnes und am Rennfahrzeug befunden habe, sei es lediglich erforderlich gewesen, die Namen "Ai" und "D" hinzuzufügen. Der Beschwerdeführer habe im Jahr 1999 den Betrag von 333.333,33 S netto an Sponsorgeldern bezahlt. Sein Sohn habe in diesem Jahr Sponsoreinnahmen von 1,093.333 S erzielt, wovon somit nur 30,50 % auf die Sponsortätigkeit des Beschwerdeführers entfielen. Mehr als zwei Drittel der Sponsorzahlungen hätten von fremden Unternehmungen gestammt, sodass der Beschwerdeführer nicht Hauptsponsor sei.

Hinsichtlich des Kausalzusammenhanges zwischen seinem Namen und den Firmen "D" und "Ai" verweise der Beschwerdeführer darauf, dass durch sein Sponsoring der Name "Ai" eine Bekanntheit erlangt habe, die mit normalem Werbeeinsatz nicht möglich gewesen wäre. Dies habe dem Beschwerdeführer und seinem Einzelunternehmen Zugang zu international tätigen Klienten verschafft, welche über seine Kanzlei dieses Netzwerk in Anspruch nähmen und bereit seien, die erbrachten Leistungen mit den international üblichen Sätzen zu honorieren. Ohne diese Beratungsschiene in den internationalen Klientenbereich wäre eine Verdoppelung seines Gewinnes von 1998 auf 2001 nicht möglich gewesen.

Dass mit der Werbung für "Ai" auch Werbung für alle übrigen Partner der "Ai-Group" erfolgen würde, sei bei derartiger Massenwerbung üblich.

Mit dem angefochtenen Bescheid entschied die belangte Behörde über die Berufung und versagte dabei den Sponsorzahlungen die steuerliche Anerkennung. Der Beschwerdeführer habe im Laufe des Jahres 1998 beschlossen, sein Einzelunternehmen mit Ende 1999 in die D GmbH einzubringen. Mit Notariatsakt vom 28. September 2000 sei die Einbringung zum Stichtag 31. Dezember 1999 vollzogen worden.

Über sein Einzelunternehmen sei der Beschwerdeführer (zumindest) seit 1997 Mitglied der PR Wirtschaftstreuhand GmbH, einer Steuerberaterorganisation von 14 österreichischen Unternehmensberatern und Wirtschaftstreuhändern, gewesen. Die PR Wirtschaftstreuhand GmbH habe sich zu einem Namenswechsel zu "Ai-Austria" entschlossen. Dazu sollte sie die Zustimmung der Dachorganisation in England erwirken.

Die "Ai-Group" sei eine weltweite Vereinigung unabhängiger Wirtschaftstreuhandunternehmen. Sie sei 1979 gegründet worden und gehöre inzwischen zu den weltweit 20 größten Gruppierungen dieser Art. "Ai-International" zähle über 200 Mitglieder in einem sich kontinuierlich erweiternden Netzwerk.

"Ai-Austria" bestehe aus 16 Partnerkanzleien mit über 200 Mitarbeitern an 18 Standorten in Österreich und sei als solches Mitglied der "Ai-Group".

In einem im Jahr 1997 ausgearbeiteten (vom Beschwerdeführer in Auftrag gegebenen) Werbekonzept werde festgehalten, dass der Name "Ai" bekannt gemacht werden solle und mit der Steuerberatungstätigkeit des Beschwerdeführers bzw später der D GmbH verbunden werden solle.

Der Sponsorvertrag vom 20. März 1999 sei zwischen "Ai-Group/Steuerkanzlei (Familienname des Beschwerdeführers)" einerseits und dem Sohn des Beschwerdeführers andererseits geschlossen worden.

In § 4 des Vertrages seien die Verpflichtungen des Sohnes wie folgt umschrieben:

"A. Auf dem Helm des Rennfahrers ist das Logo der 'Ai Group' anzubringen.

B. An der vorgesehenen Stelle am Overall, in Übereinstimmung mit dem Schema der Anlage B, sind 'Ai-Group' - Aufnäher sichtbar zu tragen.

C. Im Rahmen von Veranstaltungen der Steuerkanzlei (Familienname des Beschwerdeführers) in Österreich und Deutschland bis zu achtmal pro Rennsaison unentgeltlich für PR-Zwecke zur Verfügung zu stehen.

D. Am Rennfahrzeug sind 'Ai-Group' - Werbeaufkleber anzubringen."

In § 6 des Vertrages werde vereinbart, dass der Sohn des Beschwerdeführers keinerlei Werbung (für Dritte), welche in den Tätigkeitsbereich der Steuerkanzlei des Beschwerdeführers falle, betreiben dürfe.

Der Sohn des Beschwerdeführers habe weitere Sponsorverträge abgeschlossen, insbesondere den Sponsorvertrag mit der Firma H für die Jahre 1998 und 1999 sowie einen Sponsorvertrag mit der F-Beteiligungs KG und einen Sponsorvertrag mit der I-AG für das Jahr 1999.

Das Logo bzw. der Schriftzug der "Ai-Group" sei großflächig in hellgrüner Farbe auf weißem Untergrund auf der Türe des Rennfahrzeuges angebracht worden. Der Schriftzug der "Ai-Group" sei weiters etwa in Brusthöhe auf der rechten Seite des Overalls zwischen anderen Sponsoren (E, Michelin und I) eindeutig erkennbar gewesen. Dabei sei der Name des Fahrers darunter, etwa im Bereich des unteren Rippenbogens, angebracht gewesen. Im Bereich des linken Schlüsselbeines sei der Schriftzug und Name des Kreditinstitutes V-Bank zu erkennen gewesen. Darunter sei das "Produkt des Hauptsponsors (Firma H)" mit dessen Logo angeführt gewesen.

Die Medienpräsenz des Sohnes des Beschwerdeführers sowie dessen grundsätzliche Eignung als Werbeträger würden von der belangten Behörde nicht in Zweifel gezogen. Der Sohn des Beschwerdeführers werde für eine Reihe von Unternehmen werbend tätig. Dabei sei eine Verbindung zu den beworbenen Produkten erkennbar. Eine Verbindung zwischen dem Logo "Ai-Group" und der von "Ai-Group" erbrachten Leistung sei allerdings nur für einen eng begrenzten Kreis von Insidern - nämlich insbesondere für Steuerberater, Unternehmensberater und Rechtsanwälte - erkennbar. Für andere Personen sei nicht ersichtlich, welche Produkte bzw. Leistungen von "Ai-Group" angeboten würden, da kein zusätzlicher Hinweis inhaltlicher Natur vorhanden sei. Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes (Hinweis auf das hg Erkenntnis vom 19. Dezember 2002, 99/15/0141) sei unter Werbung aber eine Produkt- und Leistungsinformation zu verstehen.

Des Weiteren sei der Beschwerdeführer und nicht "Ai-Group" Vertragspartner des Sohnes des Beschwerdeführers. Der Beschwerdeführer sei im Wege einer Beteiligung an der PR Wirtschaftstreuhand GmbH Mitglied der "Ai-Group" gewesen. Er habe beabsichtigt, die "Ai-Group" als Netzwerk von Steuerberatern mit nationaler und internationaler Verbreitung in Verbindung mit dem Namen D GmbH und seinem eigenen Namen bekannt zu machen.

Ein Werbenutzen für das Einzelunternehmen des Beschwerdeführers - nur dieser mache die Sponsorzahlung steuerlich geltend - sei nicht zu erblicken. Für die belangte Behörde sei nicht nachvollziehbar, dass ein Unternehmer aus betrieblich veranlassten Motiven Werbe- bzw. Sponsorverträge in der gegenständlichen Höhe abschließe, die für sein Unternehmen keine Werbewirkung entfaltete und daher auch keinen wirtschaftlichen Vorteil erbrächte.

Zwischen dem Beschwerdeführer und dem von ihm gesponserten Rennfahrer bestehe insoweit eine enge persönliche Beziehung, als es sich bei dem Gesponserten um den Sohn des Beschwerdeführers handle. Die betriebliche Veranlassung der Sponsorzahlung sei daher auch unter dem Blickwinkel dieser verwandtschaftlichen Nahebeziehung einer Beurteilung zu unterziehen.

Selbst für den Fall, dass durch die Aufschrift "Ai-Group" zumindest mittelbar eine Werbewirkung auch für den Beschwerdeführer bejaht werden sollte, sei zu beachten, dass es zwischen dem Beschwerdeführer und der "Ai-Group" im Jahr 1999 nur indirekt, nämlich über den Geschäftsanteil an der PR Wirtschaftstreuhand GmbH, eine Verbindung gegeben habe und hiezu die Sponsorzahlung von 200.000 S in keinem Verhältnis stehe. Auch unter diesem Aspekt sei daher die Abzugsfähigkeit der Zahlung zu versagen.

Die Sponsorzahlung sei daher nicht als Betriebsausgabe anzuerkennen. Auch der Vorsteuerabzug stehe nicht zu.

Gegen diesen Bescheid, soweit er Umsatz- und Einkommensteuer 1999 betrifft, wendet sich die Beschwerde:

Der Beschwerdeführer bringt u.a. vor, die PR Wirtschaftstreuhand GmbH sei die Kopfgesellschaft für ein österreichisches Steuerberaternetzwerk gewesen und als solches auch Mitglied bei "Ai-Group". Im Mitgliederverzeichnis und auf der Homepage von "Ai-Group" seien aber auch alle Einzelkanzleien als Mitglieder angeführt. Den Anmerkungen zum Mitgliederverzeichnis sei zu entnehmen, dass es sich bei Partnern mit fettgedrucktem Namen um internationale Kontaktpartner handle, die zuerst anzusprechen seien. Im Mitgliederverzeichnis und auf der Homepage von "Ai-Group" sei der Beschwerdeführer als internationaler Kontaktpartner angeführt. Er sei daher direktes Mitglied bei "Ai-Group" gewesen, also keinesfalls nur über die PR

Wirtschaftstreuhand GmbH. Er habe in seiner Berufung auf die Homepages von "Ai" verwiesen sowie die Informationsbroschüre "Im Zeichen der Kompetenz", welche er für die "Ai-Group" entworfen und konzeptioniert habe, der belangten Behörde im Berufungsverfahren vorgelegt.

Auf Grund der entsprechenden Verträge sei es nicht möglich gewesen, nur über die PR Wirtschaftstreuhand GmbH Gesellschaft bei "Ai" Mitglied zu sein, da "Ai" Netzwerkgesellschaften nur aufnehme, wenn die Einzelkanzleien dieses Netzwerkes Mitglieder von "Ai" seien. "Ai" habe daher die Mitgliedsbeiträge den Einzelkanzleien vorgeschrieben. Der vom Beschwerdeführer an die Muttergesellschaft in England überwiesene Mitgliedsbeitrag habe im Jahr 1999 33.928,33 S betragen und sei im Zuge der Betriebsprüfung nicht beanstandet worden. Die an "Ai" entrichtete Gebühr sei im Rahmen der Betriebsprüfung aber Gegenstand näherer Erörterung gewesen; es habe im Fax-Wege eine Bestätigung aus England eingeholt werden müssen. Auch an die PR Wirtschaftstreuhand GmbH sei eine fixe Gebühr in Form einer quartalsweisen Fee zu bezahlen gewesen.

Der Sponsorvertrag mit dem Sohn des Beschwerdeführers sei fremdüblich, da auch die anderen Sponsoren des Sohnes inhaltsgleiche Verträge abgeschlossen hätten. Es sei im Motorsport üblich, nur mit dem Wortlogo zu werben und keine weiteren Hinweise auf Produkte und Leistungen anzuführen, da jeder Buchstabe zusätzlich bezahlt werden müsse. Auf dem Rennauto des Sohnes sei lediglich der Hauptsponsor H mit Logo plus Produkthinweis vertreten gewesen, alle anderen Sponsoren seien nur mittels Firmenlogo ausgewiesen. "Ai" sei ein Wortlogo und als solches unverwechselbar. Der Zusatz "Group" verweist auf eine Gruppe, etwas Gemeinsames, Vernetztes, Verbundenes. "Ai" beschäftige über 3000 Mitarbeiter und betreue mehr als 50.000 Klienten. Das Logo "Ai" sei daher nicht nur einem eng begrenzten Kreis von Insidern, sondern über 50.000 Klienten und deren Mitarbeitern bekannt und leistungsmäßig zuordenbar. Die Anzahl von Personen, die beruflich mit dem Logo "Ai" Kontakt hätten, liege weltweit über 300.000.

Zu Unrecht habe die belangte Behörde die in der Berufung dargestellte Umsatz- und Gewinnentwicklung unbeachtet gelassen. Der ökonomische Nutzen der Werbung sei damit nachgewiesen worden. Diese Ergebnissteigerung wäre ohne das gegenständliche Sponsoring nicht möglich gewesen.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

Im Erkenntnis vom 23. April 1993, 91/17/0145, hat der Verwaltungsgerichtshof (unter Hinweis auf Schubert/Pokorny/Schuch/Quantschnigg, Einkommensteuer-Handbuch2, 462 f, Tz 35 zu § 20 EStG 1972) zum Sponsorvertrag ausgeführt, bei einem solchen verpflichte sich ein Unternehmen (Sponsor) zu finanziellen Zuwendungen etwa an einen Sportler oder Sportverein, während diese dafür die Verpflichtung übernehmen, für den Sponsor als Werbeträger aufzutreten. Ein Ineinanderfließen betrieblicher Erwägungen (Werbewirkung) und privater Motive (Unterstützung des Sportlers etc. aus Sportbegeisterung) und damit von betrieblicher und privater Sphäre sei bei derartigen Zuwendungen im besonderem Maße möglich. Die Abgabenbehörde habe bei Sponsorverträgen daher zu prüfen, ob diesen in wirtschaftlicher Betrachtungsweise (§ 21 BAO) ein Leistungsaustausch zugrunde liege. Erbringe der Gesponserte echte und wirkungsfähige Werbeleistungen, dann könnten die Aufwendungen des Sponsors insoweit als Betriebsausgaben anerkannt werden, als sie angemessen seien.

Dieses Erkenntnis 91/17/0145 ist u.a. zum Wiener Anzeigenabgabegesetz 1983, LGBl. Nr. 22, ergangen. Bei der Auslegung der Worte "gegen Entgelt" im § 1 Abs 1 Wiener Anzeigenabgabegesetz kam es nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes auf das Verständnis an, das der entsprechenden Wortfolge in § 1 Abs 1 Z. 1 UStG beizulegen war. Danach musste ein wirtschaftlicher Leistungsaustausch, das heißt eine innere Verknüpfung zwischen Leistung und Gegenleistung im Sinne des sogenannten "do-ut-des"-Prinzipes, vorliegen.

Wie der Verwaltungsgerichtshof im Erkenntnis vom 25. Jänner 1989, 88/13/0073, zu Sponsorzahlungen im Sportbereich zum Ausdruck gebracht hat, müssten, um Zuwendungen eines Sponsors als betrieblich veranlasste Aufwendungen ansehen zu können, die gegenseitigen Verpflichtungen zwischen Sponsor und Sportler bzw Sportverein von vornherein eindeutig fixiert sein. Außerdem müssen die Leistungen des Sportlers bzw Sportvereins geeignet sein, Werbewirkung zu entfalten. Nur wenn bei wirtschaftlicher Betrachtungsweise ein Leistungsaustausch vorliegt, kann die betriebliche Veranlassung der Zuwendungen angenommen werden. Dabei wird insb in Betracht gezogen werden müssen, ob auch andere Wirtschaftstreibende unter denselben Voraussetzungen einen gleichartigen Sponsorvertrag geschlossen hätten.

Unstrittig ist, dass der Sohn des Beschwerdeführers in seiner Funktion als Rennfahrer im streitgegenständlichen Jahr medienpräsent und als Werbeträger durchaus geeignet war. Er hatte auch mit mehreren ihm nicht nahe stehenden

Unternehmern Sponsorverträge abgeschlossen. Nur etwa ein Drittel der Sponsoreinnahmen, die er im Streitjahr erzielte, entfielen auf die vom Beschwerdeführer geleisteten Zahlungen.

Der gegenständliche Sponsorvertrag legt von vornherein die gegenseitigen Leistungen fest.

Dass auch andere Wirtschaftstreibende einen vergleichbaren Sponsorvertrag mit dem Sohn des Beschwerdeführers abgeschlossen haben wie der Beschwerdeführer selbst, ist durch die Vorlage der Verträge mit den übrigen Sponsoren des Sohnes erwiesen.

Die belangte Behörde hat die vom Beschwerdeführer als betrieblich veranlasst geltend gemachten Zahlungen bloß deshalb nicht als Betriebsausgaben iSd § 4 Abs 4 EStG bzw als Leistungen für das Unternehmen iSd § 12 Abs 1 UStG anerkannt, weil durch die Verwendung des Logos "Ai" nicht auf die Leistungen der Steuerberatungskanzlei des Beschwerdeführers geschlossen werden könne und weil der Beschwerdeführer - nach Ansicht der belangten Behörde - nur über die PR Wirtschaftstreuhand GmbH an der "Ai-Group" beteiligt gewesen sei.

Mit dem letztgenannten Argument übersieht die belangte Behörde, dass die PR Wirtschaftstreuhand GmbH unbestritten dazu diente, ein Steuerberaternetzwerk (eine Steuerberaterorganisation) für eine Gruppe von in Österreich etablierten Steuerberatungskanzleien zu bilden. Nach dem im Verwaltungsverfahren vorgelegten Werbekonzept sollte diese Gesellschaft in "Ai"-Österreich umfirmieren und dieser Name am Markt bekannt gemacht werden. Im angefochtenen Bescheid ist die Sachverhaltsfeststellung getroffen, dass sich die PR Wirtschaftstreuhand GmbH zu einem Wechsel ihrer Firma auf "Ai-Austria" entschlossen habe. Wenn vor diesem Hintergrund ein Steuerberater als Mitglied dieses Steuerberaternetzwerkes Aufwendungen tätigt, um den Namen "Ai" (als geplanter Name seines Steuerberaternetzwerkes) bekannt zu machen, kann diesem Vorgang die betriebliche Veranlassung nicht deshalb abgesprochen werden, weil er nur an der österreichischen Netzwerkgesellschaft und nur über diese an der internationalen "Ai-Group" beteiligt ist. Vor diesem Hintergrund erweist es sich als nicht relevant, ob die Beteiligung an der internationalen "Ai-Group" nicht bloß mittelbar, sondern - wie in der Beschwerde behauptet - auch unmittelbar bestanden hat, weshalb nicht darauf eingegangen zu werden braucht, ob die belangte Behröde im Hinblick auf entsprechende Information in den vom Beschwerdeführer seiner Berufung angefügten Beilagen Sachverhaltsfeststellungen über dessen Mitgliedschaft bei der internationalen "Ai-Group" hätte treffen müssen.

Aber auch das Argument der belangten Behörde, die in Rede stehende Werbemaßnahme lasse eine Verbindung zwischen dem Unternehmen des Beschwerdeführers und der von ihm angebotenen Leistung nicht eindeutig erkennen, vermag dem angefochtenen Bescheid nicht zu tragen:

Die belangte Behörde verweist im angefochtenen Bescheid auf das hg. Erkenntnis vom 19. Dezember 2002, 99/15/0141, und leitet daraus ab, dass der Verwaltungsgerichtshof unter dem Begriff der Werbung ganz allgemein eine Produkt- und Leistungsinformation, also eine auf die betriebliche bzw. berufliche Tätigkeit bezogene Informationserbringung, verstehe. Durch die Anbringung eines Logos werde eine Produkt- und Leistungsinformation nicht transportiert.

Der belangten Behörde ist entgegen zu halten, dass das genannte Erkenntnis die Abziehbarkeit von Repräsentationsaufwendungen iSd § 20 Abs 1 Z 3 EStG 1988, betrifft. Das Gesetz normiert als Ausnahme vom Abzugsverbot für Repräsentationsaufwendungen die Aufwendungen für die Bewirtung von Geschäftsfreunden, wenn die Bewirtung der Werbung dient und die betriebliche oder berufliche Veranlassung weitaus überwiegt. Da der Gesetzgeber die Bewirtung von Geschäftsfreunden somit nicht schlechthin als abziehbare Werbemaßnahme anerkennen wollte, hat der Verwaltungsgerichtshof dem Tatbestandsmerkmal "Werbung" in § 20 Abs 1 Z 3 EStG eine einschränkende Bedeutung dahingehend zugemessen, dass eine Produkt- bzw Leistungsinformation geboten werden müsse. Außerhalb des Hintergrundes eines von der allgemeinen Repräsentation abzugrenzenden Arbeitsessens kommt diesem engen Begriff der Werbung hingegen keine Bedeutung zu. Mit dem in Rede stehenden Erkenntnis wurde nicht festgelegt, unter welchen Voraussetzungen eine allgemeine Werbemaßnahme betrieblich veranlasst ist und solcherart zu Betriebsausgaben iSd § 4 Abs 4 EStG führt.

Einer allgemeinen Werbemaßnahme, mit welcher der Name eines Unternehmers oder einer Unternehmergruppe, zu welcher der Unternehmer zählt, bekannt gemacht werden soll, kann die betriebliche Veranlassung nicht abgesprochen werden. Das gilt auch für den Namen einer Unternehmensgruppe, auf welchen diese nach einem bestehenden (Werbe)Konzept in absehbarer Zeit umfirmieren wird. Es trifft insbesondere vor dem Hintergrund des im Berufungsverfahren erläuterten Werbekonzepts nicht zu, dass die Bekanntmachung des Namens "Ai" eine Maßnahme

ist, die gar nicht geeignet wäre, Werbewirkungen zu entfalten.

Verwiesen sei in diesem Zusammenhang darauf, dass offenkundig auch andere Unternehmer für das bloße Anbringen eines Firmennamens bzw eines Logos - ohne weitergehende Produktinformation - Sponsorzahlungen geleistet haben.

Die Angemessenheit der Höhe einer für die Werbung geleisteten Sponsorzahlung wird von der erwarteten Werbewirkung abhängen. Die Angemessenheit der Höhe der Zahlungen, die der Beschwerdeführer als Betriebsausgaben geltend gemacht hat, hat die belangte Behörde nicht in Frage gestellt.

Aus dem Vorstehenden ergibt sich, dass die belangte Behörde, indem sie die betriebliche Veranlassung der vom Beschwerdeführer als Betriebsausgaben geltend gemachten Sponsorzahlung nicht anerkannt und den Vorsteuerabzug für den entsprechenden Mehrwertsteuerbetrag versagte, die Rechtslage verkannt hat.

Der angefochtene Bescheid ist daher mit Rechtswidrigkeit des Inhaltes belastet und war somit gemäß § 42 Abs 2 Z 1 VwGG aufzuheben.

Die Kostenentscheidung gründet sich auf die §§ 47 ff VwGG in Verbindung mit der VerordnungBGBl. II 333/2003.

Wien, am 24. September 2007

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2007:2005150103.X00

Im RIS seit

01.11.2007

Zuletzt aktualisiert am

17.05.2013

Quelle: Verwaltungsgerichtshof VwGH, http://www.vwgh.gv.at

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at