

RS Vwgh 2015/3/26 2013/17/0076

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 26.03.2015

Index

001 Verwaltungsrecht allgemein

32/04 Steuern vom Umsatz

32/05 Verbrauchsteuern

Norm

UStG 1994 §2 Abs2 Z2;

UStG 1994 §4;

VwRallg;

WerbeabgabeG 2000 §2 Abs1;

1. UStG 1994 § 2 heute
2. UStG 1994 § 2 gültig ab 01.05.1996 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 201/1996
3. UStG 1994 § 2 gültig von 01.01.1995 bis 30.04.1996

1. UStG 1994 § 4 heute
2. UStG 1994 § 4 gültig ab 01.01.2016 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 118/2015
3. UStG 1994 § 4 gültig von 01.01.2013 bis 31.12.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2012
4. UStG 1994 § 4 gültig von 15.12.2012 bis 31.12.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2012
5. UStG 1994 § 4 gültig von 02.08.2011 bis 14.12.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 76/2011
6. UStG 1994 § 4 gültig von 20.07.2010 bis 01.08.2011 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 54/2010
7. UStG 1994 § 4 gültig von 31.12.2003 bis 19.07.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 134/2003
8. UStG 1994 § 4 gültig von 27.06.2001 bis 30.12.2003 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 59/2001
9. UStG 1994 § 4 gültig von 06.01.1995 bis 26.06.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 21/1995
10. UStG 1994 § 4 gültig von 01.01.1995 bis 05.01.1995

Rechtssatz

Die Bemessungsgrundlage des WerbeAbgG mit dem Entgelt im Sinne des § 4 UStG 1994 führt zu einer Lösung, die keine planwidrige Lücke anhaftet. Die Materialien zu § 2 Abs 1 WerbeAbgG besagen lediglich, dass als Bemessungsgrundlage der Wert der Werbeleistung heranzuziehen sei; er werde in Höhe des Entgeltes, das der Übernehmer des Auftrages für die Durchführung des Auftrages in Rechnung stelle, angenommen; Bemessungsgrundlage sei das Nettoentgelt ohne die Werbeabgabe (ErläutRV, 87 BlgNR 21. GP). Daraus ist nicht zu erkennen, dass der Gesetzgeber eine Anwendung der Bestimmungen der umsatzsteuerrechtlichen Organschaft aus einem Versehen nicht im WerbeAbgG angeordnet hätte. Schließlich spricht auch der wesentlich unterschiedliche Effekt der Anerkennung der Organschaft, nämlich grundsätzlich aufkommensneutral im UStG 1994 einerseits und abgabenmindernd im WerbeAbgG andererseits gegen eine analoge Anwendung dieser Regelung. Die Bemessungsgrundlage des WerbeAbgG mit dem Entgelt im Sinne des Paragraph 4, UStG 1994 führt zu einer Lösung,

der keine planwidrige Lücke anhaftet. Die Materialien zu Paragraph 2, Absatz eins, WerbeAbgG besagen lediglich, dass als Bemessungsgrundlage der Wert der Werbeleistung heranzuziehen sei; er werde in Höhe des Entgeltes, das der Übernehmer des Auftrages für die Durchführung des Auftrages in Rechnung stelle, angenommen; Bemessungsgrundlage sei das Nettoentgelt ohne die Werbeabgabe (ErläutRV, 87 BlgNR 21. Gesetzgebungsperiode). Daraus ist nicht zu erkennen, dass der Gesetzgeber eine Anwendung der Bestimmungen der umsatzsteuerrechtlichen Organschaft aus einem Versehen nicht im WerbeAbgG angeordnet hätte. Schließlich spricht auch der wesentlich unterschiedliche Effekt der Anerkennung der Organschaft, nämlich grundsätzlich aufkommensneutral im UStG 1994 einerseits und abgabenmindernd im WerbeAbgG andererseits gegen eine analoge Anwendung dieser Regelung.

Schlagworte

Auslegung Anwendung der Auslegungsmethoden Analogie Schließung von Gesetzeslücken VwRallg3/2/3

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2015:2013170076.X03

Im RIS seit

28.04.2015

Zuletzt aktualisiert am

10.06.2015

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at