

Expertenmeinung

Werbeartikel einsetzen – steuergünstig!

Dr. Janine v. Wolfersdorff

Bei der Auswahl von Werbeartikeln ist häufig nicht nur entscheidend, welcher Artikel für den einzelnen Werbezweck qualitativ am besten passt. Steht ein festes Gesamtbudget für eine Werbeaktion zur Verfügung, müssen auch steuerliche Folgefragen aus dem Einsatz von Werbeartikeln mit berücksichtigt werden. Je nach Art und Preis eines Werbeartikels, dem „Setting“ bzw. dem Anlass, zu dem ein Werbeartikel überreicht wird, und der jeweiligen Empfängergruppe können sich unterschiedliche Steuerfolgen ergeben. Bei entsprechender Planung einer Marketingaktion lassen sich daher auch die „Steuer-Kosten“ reduzieren, sodass mehr Budget für den Werbeartikel – statt für das Finanzamt – verbleibt.

Auf einen „schnellen Blick“ die Grundlagen:

- Aufwendungen für „Geschäftsgeschenke“ dürfen als Betriebsausgaben abgezogen werden, wenn der Wert der einem Empfänger zugewendeten Gegenstände insgesamt höchstens 35 € im Jahr beträgt. Das Unternehmen ist dann auch vorsteuerabzugsberechtigt. Geschäftsgeschenke sind außerdem in der Buchhaltung empfängerbezogen aufzuzeichnen.
- Um die Werbebotschaft nicht zu „trüben“, kann der werbende Betrieb pauschal und abgeltend die Besteuerung des Empfängers übernehmen („Wahlrecht“). Der Steuersatz beträgt rund 33,75 % inklusive Soli und Kirchensteuer. Diese Pauschalbesteuerung greift allerdings auch nur, soweit die Zuwendung beim Empfänger überhaupt steuerpflichtig ist.

Vom Betriebsausgabenabzugsverbot und einer Besteuerung mit der Pauschalsteuer gibt es jedoch Ausnahmen, beispielsweise:

1. Werbeartikel bis 10 € unterliegen nicht der Pauschalsteuer und regelmäßig auch nicht dem Betriebsausgabenabzugsverbot. Für „geringwertige Artikel“ befreit die Finanzverwaltung nämlich von empfängerbezogenen Aufzeichnungspflichten.

2. Büroartikel und sonstige berufsbezogene Werbeartikel: Auch dann, wenn die Anschaffungskosten der einem Empfänger im Wirtschaftsjahr insgesamt zugewendeten Gegenstände 35 € übersteigen, lässt die Finanzverwaltung einen Betriebsausgabenabzug zu, wenn die Artikel beim Empfänger ausschließlich betrieblich/beruflich genutzt werden können.

3. Werbeartikel an eigene Arbeitnehmer: Hier ist ein Betriebsausgabenabzug stets sicher; der Betriebsausgabenabzug wird nur bei Aufwendungen für Geschenke an Personen, die nicht eigene Arbeitnehmer sind, beschränkt. Außerdem sind Sachzuwendungen bis 44 € im Monat steuerfrei für den Arbeitnehmer. Werden Artikel bis 60 € auf einer Betriebsveranstaltung überreicht, gilt für sie außerdem – zusammen mit anderen geldwerten Vorteilen aus der Betriebsveranstaltung – ein spezieller Freibetrag von 110 €. Das gilt für bis zu zwei Betriebsveranstaltungen im Jahr.

4. Werbeartikel bis 60 €, die aus Anlass eines „besonderen persönlichen Ereignisses“ wie etwa einem Geburtstag zugewendet werden, müssen nicht in die Pauschalsteuer einbezogen werden, sie gelten als „Aufmerksamkeiten“

5. Werbeartikel, die nur an Bestands-Kunden gehen: Geht ein Werbeartikel – für den Kunden erkennbar und zu erwarten – nur mit Rücksicht auf den vorherigen Erwerb von Produkten bzw. Leistungen des Zuwendenden zu, liegt kein Geschäftsgeschenk vor, die Aufwendungen können als Betriebsausgaben abgezogen werden. Wendet ein Betrieb seinen Geschäftspartnern bspw. traditionell nach jedem „x'ten“ erfolgreichen Geschäftsabschluss einen „Dankeschön-Artikel“ zu, sodass dieser vom Kunden erwartet werden kann, liegt eine „Zugabe“ vor, kein Geschenk im Sinne des Betriebsausgabenabzugsverbots. Der Werbeartikel unterliegt dann auch nicht der Pauschalsteuer. Das gilt auch, wenn der Unternehmer eine Kundenlotterie zu jedem Jahresende nach vorheriger Ankündigung/„Bepreisung“ veranstaltet.

6. Werbeartikel als Preise, etwa anlässlich eines Preisausschreibens oder einer Lotterie, sind regelmäßig keine Geschenke im Sinne des Betriebsausgabenabzugsverbots. Sie unterliegen auch nicht der Pauschalsteuer. Wird bei einer Lotterie der Kreis der Teilnehmer und möglichen Gewinner allerdings individuell festgelegt, kann der Wert der einzelnen Lose jeweils als „Geschäftsgeschenk“ im Sinne des Betriebsausgabenabzugsverbots qualifizieren. Besteht ein Zusammenhang mit einem Leistungsaustausch (siehe zuvor: „Kundenlotterie“), dürfen die Aufwendungen allerdings als Betriebsausgaben abgezogen werden.

7. Werbeartikel als Sachprämien aufgrund eines ausgeschriebenen Verkaufs- oder Außendienstwettbewerbs oder eines Kundenbonusprogramms sind keine Geschenke im Sinne des Betriebsausgabenabzugsverbots. Bei Bonusprogrammen von Dienstleistungsunternehmen, bei denen beruflich erworbene Bonuspunkte auch privat eingesetzt werden, kommt eine Pauschalbesteuerung mit nur 2,25 % nach § 37a EStG in Frage.

Damit sind die „steuergünstigen“ Fälle des Einsatzes von Werbeartikeln auch noch nicht ausgeschöpft. Nur ein Beispiel: Beim Bundesfinanzhof ist derzeit ein Verfahren zu der Frage anhängig, ob Werbeartikel überhaupt Geschäftsgeschenke im Sinne des Betriebsausgabenabzugsverbots sind. Richtigerweise wird man dies verneinen müssen! Um von einer möglicherweise „günstigen“ Rechtsprechung profitieren zu können, kann es im Einzelfall empfehlenswert sein, den eigenen Steuerbescheid offen zu halten bzw. mit Blick auf das anhängige Verfahren Einspruch einzulegen.

Im Zweifel gilt: Die „optimale Marketingaktion“ entwerfen Sie mit Ihrem Werbeartikelberater und Ihrem Steuerberater zusammen! Eine gute Kataloglektüre wünscht
Dr. Janine v. Wolfersdorff



Dr. Janine v. Wolfersdorff

ist Steuerberaterin in eigener Kanzlei in Köln mit Spezialisierung auf Unternehmenssteuerrecht und Lohnsteuer-Sonderfragen einschließlich der Besteuerung von Sachzuwendungen im Geschäftsleben. Sie ist Geschäftsführerin des Berliner Instituts Finanzen und Steuern e.V.
(jvw@jvw-steuerberatung.koeln; <https://www.jvw-steuerberatung.koeln>)