



MÖGLICHKEITEN UND FALLSTRICKE VON B2B & B2C WERBEGESCHENKEN (NICHT NUR) ZU WEIHNACHTEN

Die Weihnachtszeit – eine Gelegenheit, die von vielen Unternehmen genutzt wird, um **Werbegeschenke** zu verteilen – gibt Anlass zur Frage rechtskonformen Verhaltens im Zusammenhang mit dem Schenken und Beschenktwerden.

Werbegeschenke sind ein bewährtes Mittel zur **Gewinnung und Bindung von Kunden**, sowohl im **B2B-** als auch im **B2C-Bereich**. Vor allem für Startups und KMUs können Werbegeschenke maßgeblich dazu beitragen, sich einen Namen zu machen und schneller zu wachsen; aber auch etablierte Großunternehmen und internationale Konzerne nutzen Werbegeschenke zur Imagepflege sowie dazu, sich bei Geschäftspartnern und Kunden in Erinnerung zu rufen.

Von Leichtsinn bei der Vergabe bzw. Wahl von Werbegeschenken sei jedoch abzuraten, könnte man doch auch Gefahr laufen, sich nach dem **Antikorruptionsrecht** strafbar zu machen.

Es bestehen unterschiedliche Bestimmungen über die **Zulässigkeit von Werbegeschenken**, je nachdem ob die Vergabe des Werbegeschens an einen öffentlichen Amtsträger oder an einen Mitarbeiter eines

privaten Unternehmens erfolgt, sowie abhängig davon, ob das Geschenk in Zusammenhang mit der Vornahme einer pflichtwidrigen oder pflichtgemäßen Handlung steht, oder der Klimapflege dient.

I. WAS REGELT DAS ANTIKORRUPTIONSSTRAFRECHT UND WAS IST COMPLIANCE?

Das **Antikorruptionsstrafrecht** ist Großteils in den jeweiligen Strafgesetzbüchern geregelt. Strafbar kann dabei das Verhalten sowohl der schenkenden Partei (aktive Korruption), als auch der das Geschenk annehmenden Partei (passive Korruption) sein. Selbst bereits das bloße Anbieten und Versprechen – d.h. nicht nur das tatsächliche Gewähren und die Annahme – von Geschenken oder anderer ungebührlicher Vorteile kann strafbar sein.

Im Rahmen der **Compliance** sollen in Unternehmen verschiedene Risiken – darunter auch Korruption – bekämpft werden. Mithilfe von unternehmerischen **Compliance-Richtlinien** soll die Einhaltung von geltenden Gesetzen und ethischen Standards sowohl durch die Unternehmensleitung als auch die Mitarbeiter sichergestellt werden.



Gleichzeitig kann sich das Unternehmen mit entsprechenden Compliance-Maßnahmen vor etwaigen unternehmensstrafrechtlichen Folgen und damit einhergehenden finanziellen Schäden weitgehend absichern.

II. SIND WERBEGESCHENKE NACH DEM GESETZ BZW. COMPLIANCE-RICHTLINIEN ERLAUBT?

Werbegeschenke sind gesetzlich grundsätzlich erlaubt, wobei zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor zu unterscheiden ist.

(Öffentliche) Amtsträger – darunter fallen alle Mitarbeiter von Gebietskörperschaften, öffentlichen Firmen sowie alle Unternehmen und Organisationen, die vom Rechnungshof geprüft werden – unterliegen **strengen Grenzen**, was die Zulässigkeit der Annahme von Vorteilen (darunter ggf. auch Werbegeschenken) angeht. In der **Privatwirtschaft** gibt es nicht so enge Grenzen. So ist etwa die Klimapflege (das „Anfüttern“) im privaten Sektor nicht bzw. ggf. nur im Rahmen des Wettbewerbsrecht strafbar.

In jedem Fall gilt es für die Zulässigkeit von Werbegeschenken einige **generelle Aspekte** zu beachten, wie etwa Folgende:

- 1) Das **Werbegeschenk** muss **als solches erkennbar** sein (Firmenlogo, Werbe-/Grußbotschaft des Unternehmens, etc.) sowie Promotionszwecke erfüllen.
- 2) Bei Amtsträgern jedenfalls – meist aber auch im privaten Geschäftsverkehr – sind **Geringfügigkeitsgrenzen bzw. Wertobergrenzen** für Geschenke zu beachten.

- 3) Es darf **kein** eindeutiger Zusammenhang zwischen dem (Werbe-)Geschenk und einer Handlung des Beschenkten zum **Vorteil** des Schenkenden bestehen.

Bei Nichteinhaltung der (gesetzlichen) Grenzen können selbst Werbegeschenke mitunter verboten sein. Generell gilt: **Korruption ist strafbar** – im **öffentlichen** wie im **privaten Sektor**; allerdings wird sie in der Privatwirtschaft weniger streng sanktioniert als im öffentlichen Bereich.

III. WO LIEGT DIE KONKRETE (WERT-)GRENZE DER ZULÄSSIGKEIT VON WERBEGESCHENKEN?

Konkrete (Wert-)Grenzen für die Zulässigkeit von Geschenken sind gesetzlich nicht definiert.

Die Grenze der Geringfügigkeit wird grundsätzlich bei einem Gesamtwert von **unter EUR 100,00** angenommen, wobei es sich dabei allerdings nicht um eine gesetzlich definierte Grenze handelt, sondern um eine **Orientierungshilfe**.

Zu unterscheiden ist ferner zwischen der **Pflichtgemäßheit oder Pflichtwidrigkeit** einer Amts- oder Rechtshandlung im Zusammenhang mit dem (Werbe-)Geschenk:

Vorteile, die in Zusammenhang mit der **pflichtgemäßen** Vornahme eines Amtsgeschäftes gewährt werden, sind folglich dann zulässig, wenn sie zusätzlich die Kriterien der **Orts- bzw. Landesüblichkeit und Geringfügigkeit** erfüllen

Vorteilsgewährungen für die **pflichtwidrige** Vornahme oder Unterlassung eines



konkreten Amtsgeschäftes sind unabhängig von Wert und Art der Zuwendung **jedenfalls verboten**.

Im **privaten Bereich** ist dagegen die Vorteilszuwendung an Bedienstete und Beauftragte stets **ausschließlich** in Zusammenhang mit der **pflichtwidrigen** Vornahme oder Unterlassung einer Rechtshandlung **verboten**.

Im Rahmen von **Compliance-Richtlinien** haben zudem zahlreiche Unternehmen und Behörden mittlerweile eigene – zum Teil vom Gesetz abweichende und restriktivere – Regelungen, oft mit niedrigeren Wertgrenzen festgelegt.

IV. KORRUPTION: MIT WELCHER STRAFE IST ZU RECHNEN?

Sämtliche Korruptionsdelikte im engeren Sinn sowohl im privaten als auch im öffentlichen Sektor sehen **Freiheitsstrafen** vor.

Neben der individuellen Strafbarkeit der jeweils handelnden Person kann auch die Strafbarkeit des Unternehmens selbst eintreten. Die Setzung entsprechender **Compliance-Maßnahmen** kann jedoch eine (verwaltungs-)strafrechtliche **Haftung** des Unternehmens uU **verhindern** oder zumindest **strafmildernd** wirken.

V. WIE FUNKTIONIERT DIE STRAFVERFOLGUNG?

Sämtliche genannten Korruptionsdelikte sind **von Amts wegen** zu verfolgen. Die – etwaige – Zurückziehung einer bereits er-

folgten Anzeige ist nicht möglich; die Strafverfolgungsbehörde hat folglich ein Verfahren einzuleiten.

VI. WELCHE STEUERLICHEN ASPEKTE SIND BEI WEBEGESCHENKEN ZU BEACHTEN?

Bei Werbegeschenken spielen Steuern eine wichtige Rolle, da persönliche Zuwendungen als eine Form der „Bereicherung“ für den Empfänger gelten können und damit unter die Steuerpflicht fallen.

Welche Steuervorschriften in den jeweiligen Ländern zur Anwendung kommen, haben wir nachfolgend im Detail für Sie zusammengefasst:

CHINA

Für Werbegeschenk an eine Privatperson muss diese nach dem chinesischen Steuerrecht individuelle Einkommensteuer ("IIT") als Nebeneinkommen zahlen. Wenn das Nebeneinkommen weniger als 10,000 RMB beträgt, ist die individuelle Einkommenssteuer "Null". Liegt das Nebeneinkommen über 10,000 RMB, beträgt der Steuersatz 20 %. Das bedeutet, dass eine Person, die ein Geschenk im Wert von 12.000 RMB erhält, eine individuelle Einkommensteuer von 2,400 RMB zahlen muss.

Im Allgemeinen kann das Unternehmen diese Kosten als Werbungskosten oder Bewirtungskosten absetzen, unabhängig davon, wem das Werbegeschenk überreicht wird. Für Werbungskosten gibt es jedoch einige Einschränkungen. Die entsprechenden Geschenke sollten mit dem Firmenlogo



versehen sein und der Stückpreis sollte unter 2.000 RMB liegen. Dies ist sowohl für die Buchhaltung als auch für die Steuer angemessener. Außerdem sollte das Unternehmen auf die Gesamtausgaben für die Werbungskosten achten. Die jährlichen Werbungskosten sollte weniger als 15 % des Jahresumsatzes betragen. Die darüber hinausgehenden Werbungskosten können bei der "Annual Enterprise Income Tax Declaration" nicht berücksichtigt werden.

Wenn das Unternehmen das Werbegeschenk als Bewirtungskosten ausweist, beträgt die jährliche Obergrenze für die "Annual Enterprise Income Tax Declaration" maximal 60 %. Die restlichen 40 % sind bei der "Annual Enterprise Income Tax Declaration" nicht zu berücksichtigen.

DEUTSCHLAND

Betriebsausgabenabzug beim schenkenden Unternehmen:

Geschenke bis 35 € pro Kopf und Jahr an Kunden und Geschäftspartner können als Betriebsausgaben berücksichtigt werden, wenn die Geschenke ohne Gegenleistung, aus betrieblichen Gründen und mit entsprechender Dokumentation erfolgen.

Bei Überschreiten des 35 €-Wertes unterliegt der gesamte Betrag einem Abzugsverbot. Streng genommen muss nach einem Urteil des BFH vom 30. März 2017 (Az. IV R 13/14) auch die Übernahme der Pauschalbesteuerung von 30% bei der Ermittlung des Werbekostenbetrages hinzugerechnet werden, denn diese stellt ein „Steuer Geschenk“ dar.

Die Freigrenze von 35 € gilt nicht, wenn der Empfänger das Werbegeschenk als notwendiges Betriebsvermögen behandeln muss und nur betrieblich nutzen kann, (z.B. Rezeptblöcke an Ärzte), dann bleibt der Betriebsausgabenabzug auch bei höheren Warenwerten erhalten.

Für Geschenke an Arbeitnehmer besteht ein uneingeschränkter Betriebsausgabenabzug.

Mitarbeitergeschenke

Geschenke an Mitarbeiter sind lohnsteuer- und sozialversicherungsfrei, wenn die generelle „Sachbezugsfreigrenze“ von EUR 44,00 pro Monat (ab 2022: EUR 50,00) nicht überschritten wird. Zum Sachbezug sind aber auch geldwerte Vorteile wie Gutscheine, Übernahme von Mitgliedsbeiträgen u.ä. zu rechnen. Bei einem persönlichen Anlass (z.B. Geburtstag oder Hochzeit) sind zusätzliche Aufmerksamkeiten bis EUR 60,00 steuer- und abgabenfrei.

ÖSTERREICH

Steuerliche Folgen beim Beschenken

Grundsätzlich muss der Empfänger Werbegeschenke über 10 € Warenwert versteuern. Für einen Unternehmer oder Freiberufler stellen sie eine Betriebseinnahme dar. Wird ein Arbeitnehmer beschenkt, handelt es sich um Arbeitslohn.

Das schenkende Unternehmen kann jedoch die Besteuerung beim Beschenken durch die Zahlung einer Pauschalsteuer iHv. 30% nach § 37b EStG übernehmen. Dies ist bis zum Warenwert von EUR 10.000,00 pro Beschenktem und Jahr möglich.



Werbeartikel unter einem Warenwert von EUR 10,00 sind als sogenannte Streuartikel („Giveaways“) steuerfrei.

Betriebsausgabenabzug beim schenkenden Unternehmen

Geschenke bis EUR 35,00 pro Kopf und Jahr an Kunden und Geschäftspartner können als Betriebsausgaben berücksichtigt werden, wenn die Geschenke ohne Gegenleistung, aus betrieblichen Gründen und mit entsprechender Dokumentation erfolgen.

Bei Überschreiten von EUR 35,00 unterliegt der gesamte Betrag einem Abzugsverbot. Streng genommen muss nach einem Urteil des BFH vom 30. März 2017 (Az. IV R 13/14) auch die Übernahme der Pauschalbesteuerung von 30% bei der Ermittlung des Werbekostenbetrages hinzugerechnet werden, denn diese stellt ein „Steuer geschenk“ dar.

Die Freigrenze von EUR 35,00 gilt nicht, wenn der Empfänger das Werbegeschenk als notwendiges Betriebsvermögen behandeln muss und nur betrieblich nutzen kann, (zB. Rezeptblöcke an Ärzte), dann bleibt der Betriebsausgabenabzug auch bei höheren Warenwerten erhalten.

Für Geschenke an Arbeitnehmer besteht ein uneingeschränkter Betriebsausgabenabzug.

Mitarbeitergeschenke

Geschenke an Mitarbeiter sind lohnsteuer- und sozialversicherungsfrei, wenn die generelle „Sachbezugsfreigrenze“ von EUR 44,00 € pro Monat (ab 2022: EUR 50,00)

nicht überschritten wird. Zum Sachbezug sind aber auch geldwerte Vorteile wie Gutscheine, Übernahme von Mitgliedsbeiträgen u.ä. zu rechnen. Bei einem persönlichen Anlass (zB. Geburtstag oder Hochzeit) sind zusätzliche Aufmerksamkeiten bis EUR 60,00 steuer- und abgabenfrei.

POLEN

Die Vergabe von Werbegeschenken berechtigt grundsätzlich dazu, die mit ihrem Erwerb verbundenen Ausgaben als Betriebsausgaben anzuerkennen. Die Werbeausgaben wirken sich auf die positive Wirkung des Verkaufs, und damit auf die Kundengewinnung und Erzielung von Einnahmen aus. Da sie im Zusammenhang mit den Umsatzerlösen stehen, gehören sie zu den Betriebsausgaben. Die Erfassung der Werbekosten als Betriebsausgaben erfordert, dass Aufzeichnungen über sie gemacht werden.

Der Erhalt eines Werbegeschenks kann für den Verbraucher eine Steuereinnahme generieren. Das EStG sieht jedoch bei Werbekampagnen Steuerbefreiungen für unentgeltliche Zuwendungen vor. So wird der Wert der unentgeltlichen Zuwendungen, die man von einem Verkäufer im Zusammenhang mit seiner Verkaufsförderung oder Werbung erhält, von der Steuer befreit, wenn der einmalige Wert dieser Zuwendungen den Betrag von 200 PLN nicht übersteigt.

Wichtig ist, dass die oben genannte Steuerbefreiung nicht für die Vergabe von Werbegeschenken an B2B-Vertragspartner Anwendung findet. In dieser Situation entstehen für einen beschenkten Unternehmer Einnahmen aus unentgeltlichen Zuwendungen, deren Wert zu den Einnahmen aus der



Geschäftstätigkeit hinzuzurechnen und zusammen mit anderen Einnahmen aus dem Verkauf von Waren und Dienstleistung zu besteuern ist.

Die Vergabe von Werbegeschenken für B2C und B2B stellt eine Lieferung von Waren dar, was in der Regel die Pflicht zur MwSt.-Berechnung nach sich zieht. Das MwSt.-Gesetz sieht Ausnahmen von der Pflicht zur Erhebung der MwSt. auf die unentgeltliche Vergabe von Waren vor, und zwar bei Geschenken bis zu PLN 100,00, wenn der Steuerpflichtige Aufzeichnungen führt, die die Identifizierung der Empfänger ermöglichen, oder bis zu PLN 20,00, wenn keine Aufzeichnungen vorliegen.

RUMÄNIEN

Aus steuerrechtlicher bzw. buchhalterischer Sicht werden die Kosten für Geschenke die zum Beispiel für Kunden, Partner etc. vorgesehen sind, in Rumänien als Protokollausgaben verbucht.

Protokollausgaben sind solche Kosten die durch die Gewährung von Geschenken oder geschäftliche Tätigkeiten wie: Mahlzeiten mit Geschäftspartner oder Kunden, Geschenke an diese, Ausgaben aufgrund von Treffen mit potenziellen Kunden usw., verursacht werden.

Protokollausgaben sind nur in Höhe von 2% des buchhalterischen Gewinns steuerlich abzugsfähig und bei der Berechnung der Höhe der Gewinnsteuer (rum.: impozit pe profit) entsprechend in Betracht zu ziehen. Die Berechnung der steuerlich absetzbaren Protokollausgaben so wie oben dargestellt, erfolgt zum Jahresende für das jeweilige

Geschäftsjahr. Die darüber hinaus angefallenen Protokollausgaben gelten als nicht abzugsfähig.

SLOWAKEI

Die steuerrechtliche Thematik der Werbegeschenke wird im slowakischen Recht im Gesetz Nr. 595/2003 Slg. über die Einkommensteuer und im Gesetz Nr. 222/2004 Slg. über die Mehrwertsteuer geregelt. Die Art des Werbegeschenks selbst ist ebenso maßgeblich wie der Kaufpreis. Geschenke deren Kaufpreis EUR 17,00 je Stück übersteigt, stellen für den Unternehmer einen Steuer Aufwand dar.

Für Wein, hochprozentigen Alkohol und Zigaretten gelten abweichende Bestimmungen: Unter der Annahme, dass es sich beim schenkenden Unternehmen nicht um den Erzeuger handelt, ist Wein bis zu einem Wert von EUR 17,00 je Flasche, und gleichzeitig auch bis zu 5 % der Steuerbemessungsgrundlage, eine steuerlich abzugsfähige Ausgabe. Geschenke in Form von hochprozentigem Alkohol und Zigaretten bilden keine abzugsfähigen Steuerausgaben. Ein Unternehmer der Werbegeschenke kauft, um sie an Geschäftspartner oder Mitarbeiter zu verschenken, kann zudem die Mehrwertsteuer geltend machen, mit der Bedingung, dass der Stückpreis nicht höher als EUR 17,00 exkl. MWSt. ist.

SPANIEN

Artikel 15.e des Gesetzes 27/2014 über die Körperschaftssteuer regelt die nicht abzugsfähigen Ausgaben und stellt grundsätzlich klar, dass Ausgaben für Spenden und Geschenke nicht abzugsfähig sind.



Eine Ausnahme gilt jedoch für folgende Fälle:

- Ausgaben für Dienstleistungen an Kunden und Lieferanten, wie z. B. Einladungen zu Sportveranstaltungen, jedoch nur bis zu 1 % des Unternehmensumsatzes.
- Ausgaben, die gemäß der üblichen Praxis für das Personal des Unternehmens entstanden sind. Wenn zum Beispiel jedes Jahr ein Weihnachtskorb verschenkt wird, wäre dies ein zulässiger Fall.
- Ausgaben, die direkt oder indirekt den Verkauf von Waren und die Erbringung von Dienstleistungen fördern sollen. Zum Beispiel Weinkisten (und -flaschen), die ein Winzerunternehmen an potenzielle Kunden verschenkt.
- Ausgaben, die mit den Einnahmen korrelieren. Ein Beispiel hierfür wären die von einem Unternehmen gezahlten Kosten für Mahlzeiten und Reisen für Angestellte eines Subunternehmens, das für die Erbringung bestimmter Dienstleistungen beauftragt wurde.

Es ist zudem zu bedenken, dass Firmengeschenke an Mitarbeiter für diese steuerliche Konsequenzen haben, wobei der Wert als Sachbezug mit entsprechendem Einbehalt in die jeweilige Gehaltsabrechnung aufgenommen werden muss.

Die Vorschriften zur Einkommensteuer verweisen in diesem Zusammenhang auf die Vorschriften zur Körperschaftsteuer.

In Bezug auf die Mehrwertsteuer besagt Artikel 96 des Mehrwertsteuergesetzes 37/1992 in Punkt 1 und den Abschnitten 5

und 6, dass Gegenstände oder Dienstleistungen, die für Dienstleistungen an Kunden, Arbeitnehmer oder Dritte bestimmt sind, nicht abzugsfähig sind.

Keine solchen Gegenstände bzw. Dienstleistungen und mithin abzugsfähig sind:

- Unentgeltliche Muster und Warenproben ohne erkennbaren Handelswert: Artikel, die für eine Warengruppe repräsentativ sind und aufgrund ihrer Aufmachung oder Menge nur zu Werbezwecken verwendet werden können. Zum Beispiel Parfümproben, die einige Zeitschriften kostenlos verteilen.
- Unentgeltliche Lieferungen von Drucksachen oder Gegenständen mit Werbecharakter: Sie dürfen keinen eigenen Handelswert haben und müssen unauslöschlich mit dem Werbeschriftzug (Firmenlogo) versehen sein. Ihr Wert muss weniger als EUR 200,00 pro Empfänger und Jahr betragen.

TSCHECHIEN

Die grundsätzliche Regelung von Werbegeschenken aus steuerlicher Sicht finden sich im Gesetz Nr. 586/1992 Slg., über die Einkommensteuer, und im Gesetz Nr. 235/2004 Slg., über die Mehrwertsteuer.

Die Definition von Werbegeschenken ist in beiden Gesetzen unterschiedlich. Um den bestmöglichen steuerlichen Effekt für das Unternehmen zu erzielen, müssen die Bedingungen in beiden Gesetzen eingehalten werden. Das Werbegeschenk muss klare Kriterien erfüllen, um dieses als steuerlich absetzbaren Aufwand geltend machen zu



können. Aus der Sicht des Einkommensteuergesetzes muss das Geschenk mit dem Handelsnamen oder der Schutzmarke des Anbieters gekennzeichnet sein, der Wert dieses Geschenks darf CZK 500,00 ohne MwSt. nicht überschreiten und der Gegenstand darf nicht verbrauchssteuerpflichtig sein (d.h. es darf sich z.B. um keine alkoholischen Getränke mit Ausnahme von stillen Weinen handeln). Aufgrund des Gesetzes Nr. 235/2004 Slg. über die Mehrwertsteuer, unterliegt eine Schenkung bis zu CZK 500,00 exkl.MwSt., die im Rahmen einer Geschäftstätigkeit erfolgt, nicht der Umsatzsteuer. Wenn mindestens eine der Bedingungen nicht erfüllt ist, wird das Geschenk mehrwertsteuerpflichtig und der Käufer muss die Steuer am Tag der steuerpflichtigen Lieferung (am Tag der Schenkung) ausweisen.

Falls der Steuerverwalter Zweifel über die Ordnungsmäßigkeit der Schenkung haben sollte, ist der Steuerpflichtige verpflichtet nachzuweisen, dass es sich tatsächlich um Werbeartikel handelt, die die Voraussetzungen für die steuerliche Absetzbarkeit erfüllen (z.B. durch Kaufbelege, Rechnungen oder Lichtbilder). Der Kreis potenzieller Empfänger dieser Geschenke ist durch keine Gesetzgebung eingeschränkt.

TÜRKEI

Unternehmen können allgemeine Aufwendungen steuerlich geltend machen, wenn diese getätigt werden, um Gewinne zu erzielen und die Ertragskraft des Unternehmens aufrechtzuerhalten. Diese Aufwendungen müssen ursächlich für den Ertrag sein und die vom Unternehmen in dieser

Form erzielten Erträge müssen steuerpflichtig sein. Auch Werbe- und Marketingaufwendungen von Unternehmen werden im Rahmen der allgemeinen Aufwendungen im Sinne des Einkommens- und Körperschaftsteuergesetzes berücksichtigt, da Zweck von Werbung und damit auch der Verteilung von Werbegeschenken die Förderung der Produkte des Unternehmens und der Steigerung des Absatzes ist. Es können jedoch nur solche Werbegeschenke steuerlich geltend gemacht werden, die von ihrem Umfang und ihren Kosten her angemessen sind, d.h. den Tätigkeiten und dem Umsatz des Unternehmens entsprechen, nach allgemeinem Handelsbrauch üblich sind und tatsächlich der Bewerbung des Unternehmens dienen, indem beispielsweise das Logo des Unternehmens auf diesen enthalten ist oder es sich um eigene Musterprodukte des Unternehmens (diese Musterprodukte müssen ausdrücklich als Muster gekennzeichnet sein) handelt. Auf Werbegeschenke, die die vorgenannten Bedingungen erfüllen und ausdrücklich nicht zum Verkauf an Kunden weitergegeben werden, fällt bei der Weitergabe an den Kunden ferner keine Mehrwertsteuer an. Die vom Unternehmen im Rahmen des Erwerbs der Werbegeschenke gezahlte Mehrwertsteuer ist abzugsfähig.

UNGARN

Werbegeschenke, die von einem Unternehmen in der Regel kostenlos zu Marketingzwecken an Kunden und Geschäftspartner übergeben werden, werden in Ungarn steuerrechtlich wie folgt behandelt:

Nicht als gegen Entgelt erfüllte Lieferung von Gegenständen gemäß Abschnitt 11 (3) Punkt (b) des allgemeinen Umsatzsteuergesetzes



(„MwStR Gesetzes“) wird angesehen, wenn der Steuerpflichtige Warenmuster und geringwertige Gegenstände einem anderen kostenlos als Eigentum abtritt. In diesem Fall unterliegt die Übertragung nicht der Umsatzsteuer. Gemäß dem Abschnitt 259 Punkt 3. und 9. des MwStR Gesetzes betrifft dies:

- Warenmuster die ausschließlich zu Präsentationszwecken der vertretenen Produkte übergeben werden und infolge ihres physischen Zustands bzw. Vermögenswertes zum Erzielen anderer Zwecke nicht geeignet ist;
- Die Produkte von geringem Wert sind. Von einem geringen Wert spricht man, wenn der Wert des gewährten Vermögensvorteils nicht über einem HUF 5000,00 entsprechenden Geldbetrages liegt.

Wenn das zu Werbezwecken verwendete Produkt die oben genannten Bedingungen nicht erfüllt, wird es gemäß Abschnitt 11 (1) des MwStR Gesetzes als eine Lieferung von Gegenständen gegen Entgelt klassifiziert und fällt damit unter die Umsatzsteuerpflicht.

Gemäß Anlage 1 Punkt 8.14. b) des Einkommensteuergesetzes gilt: Sachbezüge in Form von Warenmustern zum Zweck der Steigerung des Geschäftsumsatzes, die ausschließlich der Präsentation der vorgestellten Produkte dienen, sind Einkommensteuer befreit.

Gemäß der Anlage 3 Punkt B/2 des Körperschaftsteuer und des Dividendensteuergesetzes gilt: Der Einstandswert von Produkten, die zu Werbezwecken übergeben und als Kosten oder Ausgaben verbucht werden, sowie die vom Käufer zu zahlenden Steuern werden nicht zum Gewinn vor Steuern hinzugerechnet.

KONTAKT

China:

Marcel Brinkmann

Marcel.Brinkmann@schindhelm.com

Deutschland:

Anke Brinkhus

Anke.Brinkhus@schindhelm.com

Österreich:

Oliver Plöckinger

O.Ploeckinger@scwp.com

Christoph Luegmair

C.Luegmair@scwp.com

Polen:

Agata Żemelko

Agata.Zemelko@sdzlegal.pl

Rumänien:

Helge Schirkonyer

Helge.Schirkonyer@schindhelm.com

Spanien:

Claudia Cascant

C.Cascant@schindhelm.com

Tschechien/Slowakei:

Monika Wetzlerova

Wetzlerova@scwp.cz

Türkei:

Müge Sengönül

Muge.Sengonul@schindhelm.com

Ungarn:

Márk Mészáros

M.Meszaros@scwp.hu