

(Entscheid der Eidgenössischen Steuerrekurskommission vom 19. März 2001 i.S. X [SRK 1998-120])

Mehrwertsteuer. Sponsoring. Gesonderte Fakturierung.

- Die Steuerbarkeit von Sponsoring setzt einen mehrwertsteuerlichen Leistungsaustausch zwischen Begünstigtem und Sponsor voraus. Dieser ist bei einer öffentlichen Bekanntmachung des Sponsors durch den Begünstigten grundsätzlich gegeben. Was der Sponsor an Sponsorengeldern für die Leistung des Begünstigten aufwendet, fällt in die Steuerberechnungsgrundlage (E. 3c und 3d).

- Zahlungen, die für steuerbare Leistungen einerseits und für Tätigkeiten ausserhalb des mehrwertsteuerlichen Geltungsbereichs andererseits erbracht werden, sind als Voraussetzung für eine Steuerbefreiung gesondert zu fakturieren (E. 4).

Taxe sur la valeur ajoutée. Sponsoring. Facturation séparée.

- Pour être soumis à l'impôt, le sponsoring suppose un échange de prestations imposable entre le sponsor et le bénéficiaire. Cette condition est en principe remplie lorsque le bénéficiaire donne publiquement connaissance du sponsor. Tout l'argent que le sponsor dépense pour obtenir cette prestation du bénéficiaire fait partie de la base de calcul de l'impôt (consid. 3c et 3d).

- Les paiements qui sont effectués en échange d'opérations imposables, d'une part, et d'activités exclues du champ d'application de la taxe sur la valeur ajoutée, d'autre part, doivent faire l'objet d'une facturation séparée à titre de condition pour l'exonération (consid. 4).

Imposta sul valore aggiunto. Sponsoring. Fatturazione separata.

- Per essere sottoposto all'imposta, lo sponsoring deve prevedere uno scambio di prestazioni imponibile tra lo sponsor e il beneficiario. In linea di principio, questa condizione è realizzata quando il beneficiario rende pubblicamente noto lo sponsor. Tutti i soldi spesi dallo sponsor per ottenere questa prestazione dal beneficiario fanno parte della base di calcolo dell'imposta (consid. 3c e 3d).

- I pagamenti che sono effettuati in cambio di operazioni imponibili, da una parte, e attività escluse dal campo d'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto, devono essere fatturati separatamente per poter ottenere un esonero (consid. 4).

A. X ist seit 1. Januar 1995 im Register der Eidgenössischen Steuerverwaltung (ESTV) für Mehrwertsteuerpflichtige eingetragen. X bezweckt die Früherfassung, Förderung, Ausbildung, Pflege und soziale Betreuung von cerebral Gelähmten in der Schweiz. X finanziert ihre Tätigkeit aus Spendengeldern, Schenkungen sowie Subventionen und sie verkauft Gegenstände an Dritte sowie an cerebral Gelähmte.

B. In der Folge eines Korrespondenzwechsels und eines Gesprächs zwischen X und der ESTV liess X mit Schreiben vom 23. Januar 1997 der ESTV mitteilen, dass die steuerliche Beurteilung ihrer Tätigkeit durch die Verwaltung in zahlreichen Punkten (z.B. Werbung/Sponsoring, Spenden, Verkauf von Rollstühlen und Pflegebetten, Abgabe von Pflegeartikeln, Verkäufe aus der Boutique) nicht haltbar sei.

C. Nach einem weiteren Briefwechsel erliess die ESTV am 23. Mai 1997 einen einsprachefähigen Entscheid. Am 25. Juni 1997 liess X dagegen Einsprache erheben. Mit Einspracheentscheid vom 15. Juni 1998 wies die ESTV die Einsprache ab.

D. Am 13. August 1998 lässt X (Beschwerdeführerin) dagegen Beschwerde bei der Eidgenössischen Steuerrekurskommission (SRK) führen und beantragen, der angefochtene Einspracheentscheid sei aufzuheben.

Mit Vernehmlassung vom 28. Oktober 1998 beantragt die ESTV, die Beschwerde abzuweisen. Mit Schreiben vom 6. Dezember 2000 lässt X ihre Beschwerde vom 13. August 1998 teilweise zurückziehen.

Aus den Erwägungen:

1.a.-2d. (...)

3. Die Beschwerdeführerin erzielt einen Teil ihrer Einnahmen durch Sponsoring. Hinreichend bestimmt sind lediglich nachfolgende Geschäftsvorfälle, so dass nur insofern auf die Beschwerde einzutreten ist: Die Beschwerdeführerin betreibt das Informationsblatt Y für ihre Spender. Ausdrücklich als Sponsor wird die C. AG namentlich erwähnt. Im Faltprospekt Z wird auf der Rückseite der Sponsor B. genannt. Weiter wird bei TV-Spots für die Beschwerdeführerin das Logo des Sponsors zusammen mit der Bezeichnung «Sponsor» für die Dauer von bis zu drei Sekunden eingeblendet. Der Sponsor (hier die Firmen T. AG, V. SA und S. AG) übernimmt die Kosten aus der Produktion und Ausstrahlung der TV-Spots über die Beschwerdeführerin.

a. Die Beschwerdeführerin macht geltend, ihre Sponsoren betrieben Sozial sponsoring. Als solches gelte die Förderung von Einrichtungen des Gemeinwohls und von Aktionen zugunsten der Gesellschaft durch Firmen. Die Beschwerdeführerin sei keine Werbeagentur, sondern eine gemeinnützige, karitative Organisation zur körperlichen und geistigen Förderung der cerebral Gelähmten in der Schweiz. Aus den Bestimmungen zu Zweck und Vermögen der Beschwerdeführerin ergebe sich eindeutig, dass der X keine rein unternehmerische Tätigkeit möglich sei. So geniesse sie Steuerfreiheit bei den direkten Steuern. Der Sponsor kaufe keine Werbeleistung ein, sondern wolle die gemeinnützige Tätigkeit der Beschwerdeführerin unterstützen. Es fehle am Leistungsaustausch. Im Sinne einer Begründung zum Eventualantrag könne eine Leistung mit Werbecharakter an den Sponsor höchstens in dem Umfang gesehen werden, wie der Name des Sponsors während des TV-Spots erscheint. Die Erscheinungsdauer des Logos betrage 1-3 Sekunden bei einer Gesamtdauer des Spots von 20-25 Sekunden. Bezüglich der Zeitschrift Y und des Faltprospekts Z könne höchstens darin eine Werbeleistung erblickt werden, als dass der Druck des Spendernamens der Beschwerdeführerin zusätzliche Druckkosten verursache.

b. Nach der Verwaltungspraxis unterliegen Werbe- und Bekanntmachungsleistungen für Sponsoren der Steuer (Wegleitung 1997 für Mehrwertsteuerpflichtige [Wegleitung][61], Rz. 261; Branchenbroschüre Karitative Organisationen[62], Juli 1995, S. 17). Eine

Gegenleistung liegt bereits vor, wenn der Sponsor oder Spender vom Empfänger in einem Mitteilungsblatt oder Klubheft, in Programmen, aber auch in Form von Lautsprecherdurchsagen unter Hinweis auf seine berufliche, gewerbliche, unternehmerische oder andere Tätigkeit namentlich genannt wird (Wegleitung, Rz. 432i). Die Erwähnung von Privatpersonen ohne jeglichen Hinweis auf eine geschäftliche Tätigkeit stellt keine Werbeleistung dar und ist nicht steuerbar (Branchenbroschüre Sport[63], Juli 1995, S. 36; Branchenbroschüre Karitative Organisationen, S. 17). Keine Gegenleistung des Zuwendungsempfängers wird angenommen bei der ein- oder mehrmaligen Nennung im offiziellen Berichtsteil eines Jahres- und/oder Rechenschaftsberichtes. Bemessungsgrundlage der Steuer bildet der gesamte Sponsor-Beitrag. Besteht das Sponsoring in der Zuwendung von Naturalien, ist Steuerbemessungsgrundlage der Preis, der einem unabhängigen Dritten der gleichen Abnehmerkategorie für die Lieferung der Naturalien in Rechnung gestellt wird (Wegleitung, Rz. 432j; Branchenbroschüre Sport, S. 24). Die ein- oder mehrmalige Nennung von Privatpersonen mit Berufs- oder Tätigkeitsbezeichnung, von juristischen Personen, Personengesellschaften, Personengesamtheiten ohne Rechtspersönlichkeit und von Anstalten des privaten Rechts (Verein, Stiftung, Genossenschaft, AG, Kommanditaktiengesellschaft, GmbH, Kommanditgesellschaft, Kollektivgesellschaft, einfache Gesellschaft, Verband etc.) in anderen Publikationen als Geschäfts- oder Rechenschaftsberichten stellt daher eine Werbe- oder imagefördernde Bekanntmachungsleistung dar, so dass der entsprechende Sponsoren-Beitrag der Steuer unterliege.

c. Die SRK hatte in einem konkreten Fall bereits über die mehrwertsteuerliche Behandlung von Sponsoring zu befinden (Entscheid der SRK vom 20. Februar 2001 i.S. S. [SRK 1999-052]). Ihre ausführlichen Erwägungen (E. 3-5) seien an dieser Stelle zusammengefasst:

Wie für jede andere Aktivität setze die Steuerbarkeit von Sponsoring voraus, dass es im mehrwertsteuerlichen Leistungsaustausch erfolgt. Dem Sponsor müsse für seine Zuwendung ein direkter verbrauchsfähiger Nutzen durch den Gesponserten zufließen. Bestehe kein Leistungsaustauschverhältnis zwischen Begünstigtem und Sponsor, sei die Aktivität mehrwertsteuerlich irrelevant und falle nicht in den Geltungsbereich der Mehrwertsteuerverordnung. Bei der Frage nach der Steuerbarkeit einer Aktivität komme es daher nicht auf deren Begriffsbezeichnung (z.B. Sponsoring) an, sondern darauf, ob ein Leistungsaustausch im Sinne des Mehrwertsteuerrechts gegeben ist. Mit dieser Einschränkung ist die SRK im erwähnten Entscheid den nachfolgenden Ausführungen der ESTV gefolgt.

Werde das Sponsoring einer mehr oder weniger breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht, stehe der Zuwendung eine werbe- und/oder imagefördernde Leistung durch den Gesponserten an den Sponsor gegenüber. Der Beitrag an eine kulturelle Veranstaltung fördere unter Umständen den Bekanntheitsgrad, die Anerkennung, das Ansehen oder das gute Image des Sponsors. Bei diesem mehrwertsteuerlichen Leistungsaustauschverhältnis stehe also der Werbe- oder imagefördernden Bekanntmachungsleistung durch den Gesponserten ein Entgelt in Form der Zuwendung durch den Sponsor gegenüber. Alles, was der Sponsor aufwendet, um diese Leistung des Gesponserten zu erhalten, bilde Bestandteil der Bemessungsgrundlage (Art. 26 Abs. 2 der Verordnung über die Mehrwertsteuer vom 22. Juni 1994 [MWSTV], AS 1994 1464).

Aufgrund dieser Kriterien sei die Verwaltungspraxis rechtmässig, dergemäss die Zuwendungen der in den beschwerdeführerischen Festivalprogrammen als Sponsoren aufgelisteten, nach wirtschaftlichen Kriterien geführten Unternehmungen mehrwertsteuerlich zu veranschlagen sind. Durch das Sponsoring erhofften sich diese Firmen eine Verbesserung ihrer Marktposition, zumindest eine positive Wirkung auf ihre «Public Relations». Das Engagement für die Kulturveranstaltung solle sich günstig auf das Unternehmensimage abfärben. Der Unterstützung liege eine geschäfts-, gewinn- und umsatzorientierte Motivation zugrunde. Der Sponsor erhoffe sich einen wirtschaftlichen Nutzen von der Leistung des Gesponserten. In der Bekanntmachung des Sponsors gegenüber dem Publikum bestehe die mehrwertsteuerliche Leistung des Gesponserten. Die Imageförderung für den nach wirtschaftlichen Kriterien geführten Betrieb stehe im Vordergrund, auch wenn eine untergeordnete, uneigennützige Spendenabsicht des Sponsors nicht immer auszuschliessen sei. Insoweit sei die Praxis der ESTV zum Sponsoring nicht zu beanstanden.

Ebenfalls durchaus gerechtfertigt sei, wenn die ESTV in der namentlichen Nennung einer natürlichen Person (ohne Hinweis auf Geschäfts- oder Gewerbetätigkeit) in der Programmzeitschrift der Beschwerdeführerin noch keine steuerbare Leistung erblicke. Unter diesen Umständen geht sie zu Recht davon aus, dass die Privatperson ihren Beitrag aufgrund eines persönlichen Bezugs zur kulturellen Veranstaltung, um der Sache willen, mäzenatisch leiste. Sie erhoffe sich nicht in erster Linie eine Imageförderung oder gar einen wirtschaftlichen Vorteil. Sie wolle mit ihrem Beitrag vielmehr das Kulturschaffen fördern und die Konzertveranstaltung überhaupt ermöglichen. Insofern erwarte sie keine Leistung durch die Beschwerdeführerin. Es könne unter diesen Umständen auch nicht gesagt werden, diese erbringe - einzig durch die Namensnennung der Privatperson - eine imagefördernde Bekanntmachungsleistung im Sinne der voranstehenden Erwägungen. In diesen Fällen handle es sich um eine Spende, bei der der Zuwender keine mehrwertsteuerliche Leistung erhalte, ein mehrwertsteuerlicher Leistungsaustausch mithin fehle (vgl. BGE 126 II 458 E. 8a).

Einzig mit Bezug auf - hier nicht im Streit liegende - Spender, die als gemeinnützige Fördervereinigungen, den Zweck verfolgen, Kulturveranstaltungen wie jene der Beschwerdeführerin zu unterstützen, hat die SRK den Einspracheentscheid der Verwaltung korrigiert.

d. Diese Grundsätze haben auch für den vorliegenden Fall zu gelten. Bei den Sponsoren T. AG, V. SA, S. AG, C. AG und B. handelt es sich um Firmen, die allesamt eine wirtschaftliche, an Erzielung und Verteilung von Gewinn orientierte Zwecksetzung haben. Ihre Sponsor-Zahlung dient damit und nach den vorangehenden Ausführungen in erster Linie der geschäftlichen Imageförderung und entspringt einer gewinn- und umsatzorientierten Motivation. Aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit steht für diese nach wirtschaftlichen Kriterien geführten Firmen die Imageförderung im Vordergrund, auch wenn eine untergeordnete, uneigennützige Spendenabsicht nicht immer auszuschliessen ist. Die steuerbare Leistung der Beschwerdeführerin besteht in der Bekanntmachung dieser Sponsoren gegenüber dem Publikum entweder mittels TV-Spots oder der Zeitschrift Y bzw. des Faltprospekts. Was die Sponsoren an Sponsorengeldern für diese Leistung der Beschwerdeführerin aufwenden, fällt in die Steuerberechnungsgrundlage.

Was die Beschwerdeführerin dagegen vorbringt, vermag nicht durchzudringen. Zunächst erwähnt sie mehrfach ihre Gemeinnützigkeit und verweist auf ihre subjektive Steuerfreiheit bei den direkten Steuern. Eine subjektive Steuerbefreiung wegen Gemeinnützigkeit sieht das geltende Mehrwertsteuerrecht jedoch nicht vor. Dass sie keine «mit der Erzielung von Einnahmen verbundene gewerbliche oder berufliche Tätigkeit selbstständig ausübt» (Art. 17 Abs. 1 MWSTV) vermag die Beschwerdeführerin ebenso wenig darzutun. Entgegen deren Auffassung ist nicht erforderlich, dass sie anlässlich ihrer Bekanntmachungsleistung einen Hinweis auf die Produkte oder Dienstleistungen trifft, welche der Sponsor herstellt oder anbietet. Wie gezeigt, genügt es, dass sie den Sponsor namentlich nennt. In den fraglichen TV-Spots wird sogar das Logo des Sponsors eingeblendet. Deshalb

ändert auch nichts, dass der TV-Spot ein Spendenaufruf der Beschwerdeführerin darstellt, wie sie dafürhält.

Sodann macht sie geltend, zwischen ihr und den Sponsoren bestünden keine schriftlichen Verträge, sondern nur mündliche Abmachungen zur Übernahme von Kosten aus der Produktion und Ausstrahlung der TV-Spots. Das Sozial-Sponsoring zugunsten der Beschwerdeführerin bestehe also nicht in der Leistung eines im Voraus bestimmten Geldbetrages gegen vereinbarte Gegenleistungen, sondern es liege eine einseitige Kostengutsprache seitens der unterstützenden Unternehmung vor. Massgebend ist allerdings nicht, dass die Sponsorengelder schriftlich und/oder im Voraus festgelegt werden. Aus mehrwertsteuerlicher Sicht und für die Steuerberechnung ist allein der Gesamtaufwand des Sponsors für die Bekanntmachungsleistung der Beschwerdeführerin entscheidend. Im Falle der TV-Spots wendet er nach deren Angaben den Betrag auf, der den Produktions- und Ausstrahlungskosten entspricht. Dieser Betrag bildet die Steuerbemessungsgrundlage. Aus demselben Grund ist auch der Eventualantrag abzuweisen. Massgebend sind nicht die Dauer, während der das Logo des Sponsors im Spot erscheint, oder die Mehrkosten, die durch die namentliche Nennung des Sponsors im Druckerzeugnis entstehen, sondern der Aufwand für die Bekanntmachungsleistung.

4.a. Die Beschwerdeführerin bietet Gegenstände wie Regenschirme, Künstlerkarten, Einkaufstaschen, Gesellschaftsspiele, Pins und vieles mehr zum Verkauf an. Der Verkaufspreis ist jeweils im entsprechenden Katalog aufgeführt. Der Käufer hat die Möglichkeit, eine über den Verkaufspreis hinausgehende Spende zu leisten. Die Beschwerdeführerin bringt vor, es sei ihr unmöglich, die Gegenstände zu den Selbstkosten zum Kauf anzubieten und im Zahlungsformular gleichzeitig eine separate Spendenrubrik vorzusehen. Wegen der hohen Gebühren (Fr. 1.20 bis Fr. 1.50 pro Einzahlungsschein) sowie der administrativen Schwierigkeiten, die aus der Verwendung grüner Einzahlungsscheine entstehen, sei sie zur Verwendung blauer Einzahlungsscheine gezwungen. Darauf könnten keine Mitteilungen wie Bestellungen von Gegenständen angebracht werden. Aus diesen Verkäufen erziele sie nur im Betrag der Selbstkosten steuerbare Umsätze. Das Gebot in der Verwaltungspraxis, die angebotenen Gegenstände preislich in Verkaufspreis und Spendenanteil aufzuteilen, sei unzulässig. Es komme hinzu, dass der angefochtene Einspracheentscheid die Beschwerdeführerin in diesem Punkt schlechter stelle als ihr die ESTV mit Schreiben vom 27. November 1996 zugesichert hatte.

b. Nach der Verwaltungspraxis gilt folgende Formvorschrift: «Werden in der Buchhaltung der Verkaufspreis (z.B. Katalogpreis) und der Spendenbeitrag erfasst und separat verbucht, ist nur der offizielle Verkaufspreis der Gegenstände steuerbar. Die Aufteilung muss aufgrund der aufbewahrten Rechnungen oder Einzahlungsscheine überprüfbar sein. Eine weitere Variante zur Ausscheidung des Spendenbetrags besteht darin, dass zum Einzahlungsschein für die Bezahlung der Gegenstände noch ein zweiter für die Spende mit einem speziellen Spenden-Konto versandt wird. Der Warenumsatz und die Spendenbeträge sind je auf separaten Konti zu verbuchen. Wird keine dieser Varianten zur Ausscheidung der Spenden gewählt, ist die gesamte eingehende Zahlung zu versteuern» (Branchenbroschüre Karitative Organisationen, Ziff. 2.18).

c. Die Rechtsprechung hat in anderen Bereichen die Praxis der ESTV über die gesonderte Rechnungsstellung als Voraussetzung für eine Steuerbefreiung bereits geschützt. So sei beispielsweise für Unternehmen, die eine gemischte Tätigkeit ausüben, die teilweise unecht befreit und teilweise steuerpflichtig ist, eine Aufteilung dieser Leistungsarten in den Fakturen für eine ordnungsgemässe Mehrwertsteuerabrechnung (zur Ermittlung der geschuldeten Steuer sowie der berechtigten Vorsteuerabzüge) absolut unerlässlich. Der Steuerpflichtige habe seine Geschäftsbücher so einzurichten, dass sich aus ihnen die für die Berechnung der Steuer und der abziehbaren Vorsteuern massgebenden Tatsachen leicht und zuverlässig ermitteln lassen. Die ESTV könne - um eine wirksame Steuerkontrolle zu ermöglichen - hierüber nähere Bestimmungen aufstellen. Zum Ziele einer leicht und zuverlässig durchführbaren Steuerkontrolle sowohl durch den Pflichtigen selbst als namentlich aber auch durch die ESTV sei es durchaus gerechtfertigt, dass die als Buchungsbelege dienenden Fakturen nach steuerpflichtigen und eben unecht befreiten Leistungen aufzuteilen sind. Denn der Steuerpflichtige habe zu beachten, dass das Verfolgen der Geschäftsvorfälle vom Einzelbeleg

über die Buchhaltung bis zur Mehrwertsteuerabrechnung sowie in umgekehrter Richtung ohne grossen Zeitverlust gewährleistet sei (Entscheid der SRK vom 12. Februar 2001 i.S. V. [SRK 75/2000], E. 3c, Entscheid der SRK vom 25. September 1998, veröffentlicht in: VPB 63.75, E. 6a/aa, mit Hinweisen, Entscheid der SRK vom 3. Februar 1999, veröffentlicht in: MWST-Journal 1/99, S. 29 f., E. 4e; vgl. auch BGE 126 II 450 E. 5).

d. Nicht anders verhält es sich hier. Zwar geht es nicht in erster Linie um eine gemischte Tätigkeit, jedoch gewissermassen um gemischte Entgelte. Dem Leistungserbringer fliessen Gelder zu, die entweder in die Bemessungsgrundlage seiner Lieferung (Verkaufspreis) fallen oder eben nicht (Spenden, die vom Geltungsbereich der Mehrwertsteuer nicht erfasst werden). Um auch hier die Ermittlung der geschuldeten Steuer (im Nachprüfverfahren der ESTV) überhaupt zu ermöglichen bzw. die Spenden einwandfrei und ohne unnötigen und unverhältnismässigen Aufwand aus der Steuerbemessungsgrundlage auszuschneiden, ist es unerlässlich, dass diese gesondert fakturiert oder eben mit einer besonderen Rubrik auf dem Einzahlungsschein ausgeschieden werden. In konstanter Rechtsprechung wurde festgestellt, dass die Verwaltung mit einer derartigen Praxis kein übergeordnetes Recht verletzt, auch nicht den Grundsatz der Verhältnismässigkeit. Dies ist auch hier nicht der Fall, selbst wenn die Beschwerdeführerin behauptet, bei Befolgen der Formvorschrift, finanzielle Einbussen (Fr. 1.20 bis Fr. 1.50 pro Einzahlungsschein) und administrative Schwierigkeiten zu erleiden. Angesichts des Umstandes, dass der Steuerpflichtige bei der Mehrwertsteuer, die vom

Selbstveranlagungsprinzip getragen ist, zunächst den Nachweis dafür zu erbringen hat, dass eine Aktivität nicht steuerbar ist, erscheinen die behaupteten finanziellen Aufwendungen jedenfalls nicht als unverhältnismässig. Ausserdem lässt die Verwaltungspraxis der Beschwerdeführerin ohnehin die Wahl, die erforderliche Ausscheidung der Spenden von den steuerbaren Umsätzen auch anhand der Rechnungen oder eines separaten Spendenkontos (via zwei verschiedenen Einzahlungsscheinen; E. 4b hiervor) vorzunehmen. Im Übrigen scheint die Verwaltung der Beschwerdeführerin auch weiterhin die Möglichkeit einzuräumen, die steuerbaren Umsätze aufgrund einer Verkaufsstatistik, basierend auf Verkaufspreisen, zu ermitteln. Inwiefern die Beschwerdeführerin in diesem Punkt durch den angefochtenen Einspracheentscheid schlechter gestellt sein soll, als ihr die ESTV mit Schreiben vom 27. November 1996 zugesichert hatte, ist unter diesem Gesichtspunkt nicht ersichtlich.

Damit ist die Frage nach der Rechtmässigkeit der Formvorschrift zur Abgrenzung zwischen Entgelten für die steuerbaren Umsätze einerseits und Spenden andererseits beantwortet. Aus der Begründung der Beschwerde geht nicht mit genügender Klarheit hervor, ob die Beschwerdeführerin darüber hinaus die Auffassung der ESTV zur Frage bestreiten will, was bei den Verkäufen überhaupt materiell noch Preisbestandteil und damit Steuerberechnungsgrundlage bildet oder aber zur Spende gehört. Einzig einem der Beschwerdeanträge ist zu entnehmen, dass die Beschwerdeführerin offenbar steuerbare Umsätze nur bis zur Höhe der Selbstkosten von verkauften Gegenständen annehmen will; was sie darüber hinaus erhalte, sei eine Spendeneinnahme. Dem ist entgegenzuhalten, dass der Käufer die Ware zum Katalog- bzw. Verkaufspreis bestellt. Diesen Preis ist er bereit, für den Gegenstand aufzuwenden. Er bildet Steuerberechnungsgrundlage (Art. 26 Abs. 1 und 2 MWSTV). Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin ist folglich auch die Differenz zwischen Selbstkosten und Verkaufspreis bei der Steuerbemessung zu

berücksichtigen. Nur was sie darüber hinaus mit Spendenabsicht des Käufers erhält, fällt ausser Betracht.

5. Die Beschwerde ist dem Gesagten zufolge abzuweisen, soweit darauf einzutreten ist (...).

[61] Zu beziehen beim Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL/EDMZ), CH-3003 Bern.

[62] Zu beziehen beim Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL/EDMZ), CH-3003 Bern.

[63] Zu beziehen beim Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL/EDMZ), CH-3003 Bern.

Dokumente der SRK