

Steuerfragen

10-Euro-Grenze für Streuwerbeartikel bleibt

52 Prozent der Unternehmen in Deutschland setzen keine Werbeartikel ein, so der Werbeartikel-Monitor 2015 des Gesamtverbands der deutschen Werbeartikel-Wirtschaft e.V., Bonn. Davon lehnen 35 Prozent solche Artikel als Werbemaßnahme ab, die Übrigen nennen Gründe, die sie als Hindernis empfinden. An vorderster Stelle stehen hier fehlende Wirkungsnachweise. Jeder dritte Befragte ist deshalb von der Werbewirkung von Werbeartikeln nicht überzeugt.

Ein anderer Aspekt sind gesetzliche und steuerliche Auflagen beziehungsweise Vorgaben. Sie werden von 15 Prozent der Studienteilnehmer als Grund dafür genannt, keine Werbeartikel einzusetzen. Ein wichtiger Aspekt war dabei bis zum vergangenen Jahr die Unklarheit darüber, wie mit sogenannten Streuwerbeartikeln bis zu 10 Euro steuerlich verfahren werden kann, die den Löwenanteil der insgesamt verwendeten Werbeartikel ausmachen.

In einem Schreiben vom 29. April 2008 hatte das Bundesministerium der Finanzen

zwar Werbeartikel und Sachzuwendungen mit einem Wert bis zu 10 Euro von der Pauschalbesteuerung ausgenommen. Dies war auch lange gängige Praxis der Finanzverwaltung, bis der Bundesfinanzhof im Oktober 2014 in einem Urteil mit dem Aktenzeichen VI R 52/11 entschied, dass auch Streuwerbeartikel mit einem Wert von bis zu 10 Euro entgegen der bisherigen Rechtspraxis der Einkommensteuerpauschalierung dem Grund nach unter die Pauschalbesteuerung fallen können.

Die dadurch geschaffene Unklarheit scheint jedoch mittlerweile wieder vom Tisch. Im Mai 2015 hat das Bundesministerium der Finanzen ein neues Schreiben zu § 37 b EStG herausgegeben, in dem das Fortbestehen der 10 Euro-Grenze bestätigt wird. Wörtlich heißt es in dort: „Sachzuwendungen, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten 10 Euro nicht übersteigen, sind bei der Anwendung des § 37 b EStG als Streuwerbeartikel anzusehen und brauchen daher nicht in den Anwendungsbereich der Vorschrift einbezogen zu werden.“ **Red.**