

Umsatzsteuerliche Behandlung von Kundenbindungsprogrammen

Robert Hammerl und Pia Brohl *

Kundenbindungsprogramme sind insbesondere im Handel ein weit verbreitetes Marketing-Tool. Es gibt jedoch keine einheitliche Aussage der Finanzverwaltung oder der Rechtsprechung zu deren umsatzsteuerlicher Behandlung.

Ausführlicher Beitrag
s. Seite 1360

Den ausführlichen Beitrag finden Sie hier.

Kundenbindungsprogramm im Allgemeinen

Kunden können an eigenen oder externen Kundenbindungsprogrammen von Unternehmern teilnehmen. Sie sammeln dabei Punkte beim Kauf von Produkten oder erhalten diese geschenkt (z. B. zum Geburtstag). Die Punkte können für einen Rabatt bei künftigen Käufen, als Spende oder gegen Sachprämien oder Gutscheine eingelöst werden.

Punkteinlösung
bspw. für zukünftigen
Einkaufsrabatt oder
gegen Sachprämien

Einlösung der Punkte im Zusammenhang mit dem ursprünglichen Umsatz?

Fraglich ist, ob die Einlösung der Punkte Auswirkungen auf den ursprünglichen Umsatz hat und mit diesem im Zusammenhang steht. Die Finanzverwaltung geht gemäß Verfügung der OFD Frankfurt am Main v. 12.9.2011 (NWB FAAAD-99598) von einer Kausalität und damit Entgeltminderung des ursprünglichen Umsatzes zum Zeitpunkt der Einlösung der Punkte aus. Der EuGH sah in der Rechtssache „LMUK“ (EuGH, Urteil v. 7.10.2010 - C-53/09 und C-55/09 „LMUK“ und „Baxi“, NWB MAAAD-53847) hingegen zwei getrennte wirtschaftliche Vorgänge – mithin keine Entgeltminderung. Im vom EuGH zu entscheidenden Fall bestand jedoch ausschließlich die Möglichkeit, die Punkte für Treueprämien einzulösen. Im Ausgangssachverhalt einer jüngeren Rechtsprechung des BFH v. 26.1.2020 - V R 42/17 (BStBl 2020 II S. 361) hatte der Kunde die Wahlfreiheit, die Punkte sowohl für Rabatte auf künftige Einkäufe als auch für Treueprämien einzulösen. Der BFH nahm in diesem Fall eine Entgeltminderung an.

Unterschiedliche
Rechtsprechungen
bzw. abweichende
Auffassung der Fin-
Verw

Diese teils widersprüchliche Rechtsprechung bietet Unternehmern wenig Rechtssicherheit. Das FG München (Urteil v. 23.8.2017 - 3 K 1271/16, NWB LAAAG-61211, und Vorinstanz zum BFH-Urteil V R 42/17) macht jedoch Ansätze, beide Sachverhalte abzugrenzen. Hiernach sind die Einlösung der Punkte und der ursprüngliche Umsatz keine getrennten Vorgänge, wenn der Kunde eine ausreichende Wahlfreiheit zur Form der Rabattgewährung hat. In diesem Fall sollte auch die Finanzverwaltung weiterhin von einer Entgeltminderung ausgehen. Sie hat die Verfügung aus 2011 (NWB FAAAD-99598) bislang nicht geändert.

* Dipl.-Finanzwirt (FH), Steuerberater Robert Hammerl, LL.M., ist Partner der auf Umsatzsteuerrecht spezialisierten TLI VAT Services in München. Dipl.-Finanzwirtin (FH), Steuerberaterin Pia Brohl, LL.M., ist Director der auf Umsatzsteuerrecht spezialisierten TLI VAT Services in München.

Einlösung als Entgeltminderung – entgeltlich erworbene Punkte

Der Kunde verwendet die Punkte bei Einlösung als unbares Zahlungsmittel. Erwirbt der Kunde mit den Punkten neue Produkte, ist Entgelt für die Lieferung der verbleibende Zahlbetrag sowie der Gegenwert der Punkte. Bei der Rechnungsstellung an den Kunden muss der Unternehmer Umsatzsteuer auf den vollen Preis ausweisen. Anschließend kann er für den zu zahlenden Betrag die eingelösten Punkte abziehen. Gleiches gilt für Sachprämien und Gutscheine. Bei Spenden tätigt der Unternehmer mit den eingelösten Punkten im Namen des Kunden eine Spende.

Punkte als unbares
Zahlungsmittel

Einlösung als Entgeltminderung – unentgeltlich erworbene Punkte

Erhält der Kunde Punkte geschenkt, so liegt mangels ursprünglichen Ausgangsumsatzes bei der Punkteeinlösung keine nachträgliche Entgeltminderung vor. Unternehmer müssen prüfen, ob die Einlösung im Einzelfall zu einer unentgeltlichen Wertabgabe führt.

Prüfung einer unent-
geltlichen Wertabgabe

Fundstelle(n):

NWB 2022 Seite 1340

NWB PAAAI-60946