

Umsatzsteuer: Porto – durchlaufender Posten oder Entgelt?

Werbeagenturen oder Lettershops legen oft zunächst das Porto aus und berechnen es anschließend ihren Kunden. Umsatzsteuerlich ist zu differenzieren, ob die Weiterbelastung einen durchlaufenden Posten oder einen steuerpflichtigen Bestandteil des Entgelts darstellt.

Durchlaufender Posten für genannten Absender

Nach Ansicht der OFD Frankfurt a. M. kann das Porto nur als durchlaufender Posten behandelt werden, wenn der Kunde in Rechtsbeziehungen zur Deutschen Post AG tritt. Dies setzt voraus, dass der Kunde als Absender auf dem Brief vermerkt ist.

Die Weiterbelastung des Portos ist damit als durchlaufender Posten zu behandeln, wenn

- das Unternehmen Briefe für den Auftraggeber versendet,
- das Porto verauslagt und
- der Auftraggeber als Absender auf den Briefen genannt ist.

Ferner dann, wenn der Auftraggeber

- sich als Großkunde bei der Deutschen Post AG anmeldet,
- die Briefe dort einliefert und
- als Absender angegeben wird.

Verwenden die Unternehmen ihren eigenen Freistempler, so stellt die Weiterbelastung des Portos einen durchlaufenden Posten dar, wenn das Unternehmen in den Stempel das sogenannte „Klischee“ des Auftraggebers einsetzt oder auf andere Weise den Kunden, z.B. durch Absenderaufkleber oder Aufdruck des Absenders auf den Umschlag, als eigentlichen Absender kennzeichnet.

Konsequenz

Seitdem die generelle Steuerbefreiung der Post mit Wirkung vom 1.7.2010 entfallen ist, unterliegen Geschäftsbriefe regelmäßig der Umsatzsteuer. Wird der Bruttobetrag nun weiterbelastet und handelt es sich hierbei um einen durchlaufenden Posten, darf die in diesem Betrag enthaltene Umsatzsteuer nicht gesondert ausgewiesen werden. Wird dies nicht beachtet, so schuldet das versendende Unternehmen diese Umsatzsteuer, zusätzlich zu der Umsatzsteuer, die für die eigene Dienstleistung fällig wird. Den Kunden kann der Vorsteuerabzug aus der Rechnung der Post ermöglicht werden, indem ihnen die Originalrechnung der Post ebenfalls weitergeleitet wird.

(OFD Frankfurt a. M., Verfügung v. 26.7.2011, S-7200 A – 180 – St 111)

Portokosten als durchlaufende Posten

Bezug: HMdF-Erlass vom 08.10.2010 – S 7100 A – 224 – II 51

Bei Werbeagenturen, Lettershops usw., die die Versendung von Prospekten u. ä. für ihre Kunden übernehmen, tritt die Frage auf, ob die angefallenen Portokosten bei der Weiterberechnung an den Kunden ggf. als durchlaufende Posten behandelt werden können oder ob sie als Teil des Entgelts für die Leistung der Agentur usw. anzusehen sind.

Hierzu vertrete ich folgende Auffassung:

- 1 Nur, wenn der Kunde mit der Deutschen Post AG in Rechtsbeziehungen tritt, kann die Agentur usw. den verauslagten Portobetrag als durchlaufenden Posten behandeln.
- 2 Nach den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Deutschen Post AG (AGB PostAG) treten **Rechtsbeziehungen zwischen der Deutschen Post AG und dem auf dem Brief genannten Absender ein**.
 - 2.1. Versenden Agenturen usw. Briefe für einen Auftraggeber und ist dieser auf dem Brief als Absender auch genannt, so handelt es sich bei den Portokosten um durchlaufende Posten im Sinne des § 10 Abs. 1 Satz 5 UStG , soweit die Agentur usw. die Portokosten (**Briefmarken**) verauslagt hat.
 - 2.2. Auch in den Fällen, in denen sich z. B. ein Lettershop bei der Post AG als **Großkunde** anmeldet und seine Briefe dort **einliefert**, erfolgt die Zahlung des Benutzungsentgelts im Namen und für Rechnung des Auftraggebers, sofern dieser bei der Einlieferung als Absender angegeben wird. Die Briefe erhalten dann den Vermerk: „Gebühr bezahlt“. Bei der Einlieferung erfolgt die Entrichtung des Entgelts an die Deutsche Post AG meist unbar. Sollte z. B. ein vom Lettershop hingebener Scheck nicht eingelöst werden können, bleibt Schuldner des Entgelts der als Absender genannte Auftraggeber, da nur zwischen ihm und der Deutschen Post AG Rechtsbeziehungen bestehen. Insoweit handelt es sich bei dem durch den Lettershop verauslagten Betrag um einen durchlaufenden Posten im Sinne des § 10 Abs. 1 Satz 5 UStG .
 - 2.3. Eine Agentur usw. kann auch ihren eigenen **Freistempler** für gewerbsmäßige Versendung von Kundenpost benutzen.

Laut einer mir vorliegenden Auskunft der Deutschen Post AG wird entgegen der Ausführungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen Briefdienst Inland (AGB BfD Inl) hierfür keine besondere Genehmigung erteilt.

Entgegen der bisher von mir vertretenen Rechtsauffassung bitte ich daher von einem durchlaufenden Posten auszugehen, wenn die Werbeagentur, der Lettershop usw.

- a. bei Verwendung seines Freistempels in den Stempel das „Klischee“ seines Kunden einsetzt oder
 - b. auf andere Weise den Kunden als eigentlichen Absender kenntlich macht (z. B. Absenderaufkleber oder entsprechender Aufdruck auf dem Umschlag).
- 3 Die in den AGB niedergelegten Grundsätze für den Briefdienst gelten entsprechend auch für den Frachtdienst (Pakete).
- 3.1 Bei **Paketsendungen durch Versandhandelsunternehmen** kommen Rechtsbeziehungen auch nur zwischen dem Absender (Versandhandelsunternehmen) und der Deutschen Post AG zustande. Selbst eine „unfreie“ Versendung oder eine Versendung „per Nachnahme“ führt nicht zu Rechtsbeziehungen zwischen dem Empfänger des Pakets und der Deutschen Post AG. Die von Versandhandelsunternehmen weiterberechneten Portokosten stellen damit keinen durchlaufenden Posten im Sinne des § 10 Abs. 1 Satz 5 UStG dar.

Umsatzsteuerrechtliche Behandlung von Portokosten ab 01.07.2010

Durch Art. 6 i. V. m. Art. 12 Abs. 3 und 4 des Gesetzes zur Umsetzung steuerlicher EU-Vorgaben sowie zur Änderung steuerlicher Vorschriften vom 08.04.2010 (BGBl 2010 I S. 386) wurde § 4 Nr. 11b UStG mit Wirkung vom 01.07.2010 dahingehend geändert, dass die unmittelbar dem Postwesen dienenden Umsätze der Deutsche Post AG nicht mehr generell von der Umsatzsteuer befreit sind. Die Deutsche Post AG muss nun ab 01.07.2010 für Geschäftsbriefe Umsatzsteuer entrichten.

Soweit die von z. B. einem Lettershop seinem Auftraggeber weiterberechneten Portokosten nach den obigen Ausführungen einen durchlaufenden Posten darstellen, stellt auch die auf das Porto entfallende Umsatzsteuer einen durchlaufenden Posten dar.

Der durchlaufende Posten ist in der Rechnung vom Lettershop an den Auftraggeber gesondert auszuweisen. Das weiterberechnete Porto ist brutto als durchlaufender Posten anzugeben. Die in diesem Betrag enthaltene Umsatzsteuer darf nicht gesondert als solche ausgewiesen werden. Andernfalls wird sie nach § 14c Abs. 2 UStG geschuldet, da insoweit keine Leistung erbracht wurde.

Um dem Auftraggeber den Vorsteuerabzug aus diesen weiterberechneten Portokosten zu ermöglichen, müsste der Beleg von der Deutsche Post AG, in dem ihm von dieser die Umsatzsteuer in Rechnung gestellt wurde, an ihn weitergereicht werden.

Abschlags- bzw. Vorauszahlungen des Kunden an den Lettershop, die Portokosten einschließlich Umsatzsteuer erfassen, welche der Kunde gegenüber dem Postdienstleister schuldet, sind nicht mit Umsatzsteuer auszuweisen, da sie nicht Entgelt für eine umsatzsteuerpflichtige Leistung des Lettershops an den Kunden sind. Es muss jedoch feststehen, dass diese Abschlagszahlungen vollständig mit den tatsächlichen Aufwendungen für Porto (einschließlich Umsatzsteuer) zu verrechnen sind und verrechnet werden. Nur so ist sichergestellt, dass sie insgesamt auf den durchlaufenden Posten entfallen. Andernfalls könnten sie als Anzahlung auf die umsatzsteuerpflichtige Dienstleistung des Lettershops an den Kunden zu behandeln sein (vgl. § 13 Abs. 1 Nr. 1 Buchst. a Satz 4 UStG).