

Supermarkt-Rabattmodell „Mitgliedschaft“ unterliegt dem Regelsteuersatz

| Der Bundesfinanzhof hat entschieden, dass die entgeltliche Einräumung einer Berechtigung zum verbilligten Warenbezug (in Form einer „Mitgliedschaft“) **umsatzsteuerrechtlich eine selbstständige Leistung** und nicht nur eine Nebenleistung zum späteren Warenverkauf darstellt. Die Konsequenz: Auch wenn der Supermarkt Waren verkauft, die sowohl dem Regelsteuersatz (19 %) als auch dem ermäßigten Steuersatz (7 %) unterliegen, ist **auf den Mitgliedsbeitrag der Regelsteuersatz** anzuwenden. |

Sachverhalt

In 2010 betrieb eine Unternehmerin mehrere Bio-Supermärkte in einer deutschen Großstadt unter einer gemeinsamen Dachmarke. In den Märkten konnten Kunden die Waren entweder zum Normalpreis oder verbilligt als „Mitglied“ einkaufen. Für die „Mitgliedschaft“ zahlten sie einen monatlichen festen Beitrag (zwischen 10,20 EUR und 20,40 EUR).

Die Unternehmerin ging davon aus, dass der Mitgliedsbeitrag ein Entgelt für die späteren Warenverkäufe sei. Die Einräumung der Rabattberechtigung sei als notwendiger Zwischenschritt des Warenverkaufs anzusehen und damit eine Nebenleistung. Da die rabattierten Warenlieferungen zu über 81 % dem ermäßigten Steuersatz unterlagen (z. B. für Lebensmittelverkäufe), teilte die Unternehmerin auch die Mitgliedsbeiträge nach beiden Steuersätzen auf. Der Bundesfinanzhof hingegen beurteilte die Rabattberechtigung in vollem Umfang als selbstständige Leistung, die dem Regelsteuersatz unterliegt.

Soweit die Zahlung für die Bereitschaft der Unternehmerin erfolgte, Waren verbilligt zu liefern, hat sie eine **selbstständige Leistung** erbracht, an der die Kunden ein gesondertes Interesse hatten. Ein **monatlicher pauschaler Mitgliedsbeitrag** ist **keine Anzahlung** auf künftige Warenlieferungen, da das „Ob und Wie“ der künftigen Lieferungen bei Abschluss der „Mitgliedschaft“ nicht hinreichend bestimmt ist.

Relevanz für die Praxis

Die Entscheidung hat **wirtschaftlich** zur Folge, dass sich die Kosten des Supermarktbetreibers für das von ihm angebotene Rabattmodell erhöhen. Der Verbraucher ist nicht unmittelbar betroffen.

Der Bundesfinanzhof hat indes **keine Aussage zu anderen Rabatt-Modellen** getroffen, bei denen z. B. der Mitgliedsbeitrag vom Umsatz des Kunden abhängt oder mit dem Kaufpreis der Waren verrechnet wird. Zudem musste der Bundesfinanzhof nicht entscheiden, ob der Fall anders zu beurteilen gewesen wäre, wenn sich der Rabatt nur auf Waren bezogen hätte, die dem ermäßigten Steuersatz unterliegen.

Quelle | BFH-Urteil vom 18.12.2019, Az. XI R 21/18, unter www.iww.de, Abruf-Nr. 215817; BFH, PM Nr. 24/2020 vom 20.5.2020