

## Treuepunkte als Gutscheine? Neue Impulse für das Schweizer MWST-Recht

**Christoph Drexl, Partner**, [christoph.drexl@primetax.ch](mailto:christoph.drexl@primetax.ch)

Aktuelle Urteile des Europäischen Gerichtshofs zu Treuepunkten und virtuellen Spielwährungen (C-436/24 – Lyko Operations und C-472/24 – MB “Žaidimų valiuta”) rücken eine grundlegende Frage ins Zentrum: Wann liegt mehrwertsteuerlich eigentlich ein Gutschein vor? Der Entscheid betrifft zwar einen spezifischen digitalen Sachverhalt, enthält jedoch Überlegungen zur Gutscheinlogik, die auch für klassische Treuepunktprogramme relevant sein könnten. Dies bietet Anlass, die schweizerische Praxis zur Behandlung von Treuepunkten im Mehrwertsteuerrecht näher zu beleuchten.

### TREUEPUNKTE IM SCHWEIZER MWST-RECHT: DIE BESTEHENDE LOGIK

Die Praxis der ESTV zu Treuepunktsystemen findet sich insbesondere in der MWST-Branchen-Info 06 (Detailhandel). Behandelt wird dort u.a. ein spezifischer Fall: Sammelpunkte, die beim Einkauf abgegeben werden und später gegen Gratisprämien eingelöst werden können.

Diese Praxis entspricht einem Bundesgerichtsurteil aus dem Jahr 2010 (BGE 136 II 441). Das Gericht kam damals im Wesentlichen zu folgendem Ergebnis:

- Der ursprüngliche Einkauf und die spätere Prämieeinlösung stellen zwei eigenständige Umsätze dar.
- Die spätere Prämie gilt wirtschaftlich als im ursprünglichen Einkauf mitbezahlt.
- Wird eine Prämie eingelöst, die einem anderen Steuersatz unterliegt als der ursprüngliche Einkauf, ist eine Steuersatzkorrektur vorzunehmen.

Die zugrunde liegende Logik ist, dass ein Teil des beim Einkauf bezahlten Entgelts wirtschaftlich bereits auf die spätere Prämie entfällt.

### NEUE PERSPEKTIVE: GUTSCHEINLOGIK

Der EuGH-Entscheid betrifft zwar ein anderes System, enthält jedoch interessante Aussagen zur Abgrenzung zwischen Gutscheinen und anderen Kundenbindungsinstrumenten. Der Gerichtshof betont insbesondere, dass ein Instrument nur dann als Gutschein qualifiziert, wenn es beim Einlösen als Gegenleistung für eine Lieferung oder Dienstleistung angenommen werden muss. Treuepunkte erfüllen diese Voraussetzung nicht zwingend.

Diese Überlegungen führen indirekt zu einer Frage, die auch für das Schweizer Recht relevant ist: Wann liegt überhaupt ein Gutschein vor?

Gerade diese Frage hat auch die schweizerische Rechtsprechung in den letzten Jahren präzisiert. Das Bundesverwaltungsgericht unterscheidet heute zwischen:

- Leistungsgutscheinen – Besteuerung bereits bei Ausgabe
- Wertgutscheinen – Besteuerung erst bei Einlösung

Entscheidend ist dabei, ob im Zeitpunkt der Ausgabe bereits feststeht:

- welche Leistung erbracht wird
- wo diese Leistung steuerbar ist
- welchem Steuersatz sie unterliegt

Fehlt diese Bestimmtheit, spricht dies für einen Wertgutschein.

### **BEDEUTUNG FÜR TREUEPUNKTE**

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob gewisse Treuepunktsysteme nicht näher an der Logik eines Wertgutscheins liegen könnten.

Bei vielen modernen Programmen gilt:

- Punkte können für verschiedene Waren oder Dienstleistungen eingelöst werden
- diese unterliegen teilweise unterschiedlichen Steuersätzen
- beim ursprünglichen Einkauf ist nicht bekannt, für welche Leistung die Punkte später verwendet werden

In solchen Fällen ist die spätere Leistung im Zeitpunkt der Punkteabgabe nicht bestimmbar.

Aus Sicht der heutigen Gutscheinlogik könnte daher argumentiert werden, dass Punkte wirtschaftlich eher einem Wertgutschein entsprechen:

- Beim Einkauf wird ein Teil des Entgelts für die Punkte bezahlt.
- Die konkrete Leistung steht jedoch noch nicht fest.
- Die Mehrwertsteuer würde daher erst bei Einlösung der Punkte ausgelöst.

### **WANN BLEIBT DIE BISHERIGE PRAXIS ÜBERZEUGEND?**

Die bestehende Praxis erscheint weiterhin plausibel, wenn

- Punkte nur für klar definierte Prämien eingelöst werden können, oder
- sämtliche möglichen Prämien dem gleichen Steuersatz unterliegen.

In solchen Konstellationen ist die spätere Leistung faktisch bereits ausreichend bestimmbar.

### **PRAKTISCHE BEDEUTUNG DER DISKUSSION**

In vielen Fällen dürfte die Diskussion eher theoretischer Natur bleiben.

Der Grund liegt darin, dass auf den ursprünglichen Verkaufsbelegen in der Regel Mehrwertsteuer ausgewiesen wird. Eine ausgewiesene Steuer ist grundsätzlich geschuldet – unabhängig davon, ob sie materiell geschuldet wäre.

Dennoch kann die Einordnung relevant werden, insbesondere im Zusammenhang mit nicht eingelösten Punkten (sog. Breakage).

Unter der aktuellen Praxis wird ein Teil des ursprünglichen Umsatzes faktisch bereits der späteren Prämie zugerechnet. Punkte, die nie eingelöst werden, können damit indirekt zu einer Besteuerung führen.

Unter einer Wertgutschein-Logik würde dagegen gelten: Nicht eingelöste Punkte könnten grundsätzlich «entsteuert» werden.

## **FAZIT**

Die EuGH-Entscheide betreffen zwar anders gelagerte Sachverhalte, erinnern jedoch daran, dass die Abgrenzung zwischen Gutschein, Rabatt und anderen Kundenbindungsinstrumenten stets anhand der konkreten wirtschaftlichen Ausgestaltung erfolgen muss.

Vor diesem Hintergrund erscheint es zumindest diskussionswürdig, ob die bestehende schweizerische Praxis zur Behandlung von Treuepunkten in allen Konstellationen noch überzeugt. Insbesondere bei offenen Treuepunktsystemen, bei denen Punkte für unterschiedlich besteuerte Leistungen eingelöst werden können, stellt sich die Frage, ob eine stärkere Annäherung an die Logik des Wertgutscheins sachgerecht wäre.

Auch wenn diese Diskussion in der Praxis häufig durch den Steuerausweis auf Verkaufsbelegen überlagert wird, zeigt sie doch, dass die mehrwertsteuerliche Einordnung moderner Kundenbindungsprogramme weiterhin Entwicklungspotenzial hat.