

## **Entschließungsantrag**

**der Abgeordneten Kai Jan Krainer  
Genossinnen und Genossen**

betreffend **Online-Werbeabgabe („Digitalsteuer“)**

Begründung:

In den vergangenen Jahren wurden auf Europäischer Ebene maßgebliche Vorschläge gemacht, um Besteuerungslücken durch unerwünschte Gewinnverschiebungen bzw. Steuervermeidungsmodelle im Anwendungsbereich des internationalen Steuerrechts zu schließen. Die traditionellen Steuersysteme knüpfen an die physische Präsenz eines Unternehmens für die Erhebung der Gewinnsteuern an. Durch digitale Geschäftsmodelle entsteht eine große Gerechtigkeitslücke, soweit internationale Konzerne ihren Sitz in einem Land mit niedriger Unternehmensbesteuerung haben, aber Online-Geschäfte in einem anderen Staat, in welchem sie aber keinen Sitz und auch keine Betriebsstätte haben, bewirken, z.B. Österreich. Die Steuerungerechtigkeit entsteht in Österreich, wenn internationale Unternehmen ihre Onlinegeschäfte nicht versteuern, traditionelle Unternehmen, insbesondere KMU mit Sitz im Inland aber schon.

Ein Beispiel ist die in Österreich erhobene Werbeabgabe. Ihr unterliegen Werbeleistungen, soweit sie im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Eine Werbeleistung ist eine Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken, in Hörfunk und Fernsehen bzw. die Duldung der Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbepotschaften. Bemessungsgrundlage ist das Entgelt, auf dieses wird 5% Werbeabgabe eingehoben. Der Werbeabgabe unterliegt die Werbung in Druckwerken (Zeitungen) nicht aber Onlinewerbung. Die SPÖ hat bereits im letzten Jahr vorgeschlagen eine Werbeabgabe auf Online-Medien zu erheben, damit diese Ungleichbehandlung und der Wettbewerbsvorteil für Internet-Konzerne beseitigt wird.

Mit Judikat E 2025/2016-6 vom 12.10.2017 hat der Verfassungsgerichtshof festgestellt, dass es im rechtspolitischen Gestaltungsspielraum des Gesetzgebers liegt Online-Werbung nicht in die Abgabepflicht nach dem Werbeabgabegesetz einzubeziehen.<sup>1</sup>

Ein Vorschlag der Europäischen Kommission für die Erfassung von Online-Geschäften ist das Konzept der digitalen Betriebsstätte. Damit soll bei digitalen Geschäftsmodellen die Steuerleistung am Ort der Wertschöpfung geleistet werden, z.B. Österreich. Das Konzept der digitalen Betriebsstätte sollte in den Rahmen der gemeinsamen Körperschaftsteuerbemessungsgrundlage eingebunden werden, es ist daher ein Bestandteil der Unternehmensgewinnbesteuerung. Als Übergangslösung liegt ein

---

<sup>1</sup> [https://www.vfgh.gv.at/downloads/VfGH\\_E\\_2025-2016\\_ua\\_Presseinfo\\_Werbeabgabe.pdf](https://www.vfgh.gv.at/downloads/VfGH_E_2025-2016_ua_Presseinfo_Werbeabgabe.pdf)

zweiter Vorschlag vor, die sogenannte Digitalsteuer auf bestimmte Dienstleistungen, z.B. Online-Werbeflächen. Diese Interimsvariante ist kein Ersatz für die Verankerung des Systems von digitalen Betriebsstätten im internationalen Steuerrecht, aber sie ist eine schnell umsetzbare Variante für die Erfassung von bestimmten digital erzielten Umsätzen.

Das Ergebnis des österreichischen Ratsvorsitzes im zweiten Halbjahr 2018 ist, insbesondere was die Weiterentwicklung von Steuervorhaben betrifft, ernüchternd. Zuletzt wurden bei den Sitzungen von Eurogruppe und Ecofin am 3./4. Dezember 2018 kein Fortschritt bei der Digitalsteuer erzielt, und das obwohl Österreichs Finanzminister Löger noch beim informellen September Ecofin einen Erfolg vermelden wollte und davon sprach, dass sich die Mitgliedstaaten in einem „Kraftakt“ darauf geeinigt hätten sich bis Dezember auf die Digitalsteuer zu einigen<sup>2</sup>. Dies ist nicht geschehen, beim Dezember-Ecofin gab es keine Einigung auf die Digitalsteuer.

Das Werbeabgabegesetz 2000 trat mit 1.6.2000 in Kraft, die Bagatellgrenzen lagen zu Beginn noch etwas niedriger und wurde per Jahresende auf die heutigen Werte, für steuerpflichtige Entgelte von weniger als 10.000 € oder wenn weniger als 500 € Abgabe zu zahlen sind, angehoben. Seither sind diese Werte unverändert, sie sollten aus verwaltungsökonomischen Überlegungen inflationsangepasst werden<sup>3</sup>.

Der Vorschlag der SPÖ ist die Abgabepflicht auf online erbrachte Werbeleistungen auszudehnen, dabei wird z.B. die klassische Onlinewerbung (Banner, Videos) und die Suchwortvermarktung erfasst. Im Gegenzug könnte die Werbeabgabe für die bisher erfassten traditionellen Geschäftsmodelle gesenkt werden, damit ist die Erfassung der Onlinewerbung in der Werbeabgabe aufkommensneutral.

---

<sup>2</sup> APA vom 8.9.2018

<sup>3</sup> VPI 2000 per 2001 bei 101,5 und per Oktober 2018 bei 142:  $10.000 : 101,5 \times 142 = \sim 14.000 \text{ €} \times 5\% = 700 \text{ €}$ .

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

### Entschließungsantrag

*Der Nationalrat wolle beschließen:*

*„Die Bundesregierung, insbesondere der Bundesminister für Finanzen, wird aufgefordert umgehend einen Gesetzesvorschlag vorzulegen, mit dem Online-Werbeleistungen internationaler Konzerne in der Werbeabgabe erfasst werden, damit auch diese Unternehmen mit ihren digitalen werbebasierten Geschäftsmodellen, in Österreich Steuern zahlen. Weiters soll die Bagatellgrenze inflationsangepasst angehoben werden.“*

  
Patsa Bauer  
Peter Pichler  
Hans-Joachim Lauth

*Zuweisungsvorschlag: Finanzausschuss*

