



... changing the digital world together!

An:
e-recht@bmf.gv.at
begutachtungsverfahren@parlament.gv.at

Digital Society
Graben 17/10
1010 Wien

+43 1 314 40-0
Info@DigiSociety.at

Wien, 08.05.19

Betreff: Stellungnahme zum Ministerialentwurf betreffend Bundesgesetz, mit dem das Digitalsteuergesetz 2020 erlassen und das Umsatzsteuergesetz 1994 geändert wird

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Digitalisierung unserer Gesellschaft bringt umwälzende Veränderungen für die gesamte Gesellschaft. Die **Digital Society** beschäftigt sich mit den Auswirkungen dieser Veränderungen auf die Gesellschaft, analysiert diese gemeinsam mit Experten und erarbeitet politische Lösungen für aktuelle gesellschaftliche Probleme. **Die geplante Novelle enthält eine ganze Reihe von impliziten technischen Festlegungen.** Wir haben diese analysiert und übersenden unsere Ergebnisse und Vorschläge.

Gründe für die Novelle

Digitalsteuer

Durch die Einführung der Digitalsteuer soll die **Ungleichbehandlung von Werbung** behoben werden. Derzeit wird auf konventionelle Werbung eine 5%ige Steuer eingehoben, nicht aber auf Onlinewerbung. Da sich die Werbung in den letzten Jahren stark von traditionellen Plattformen, hin zu Onlinewerbung verschoben hat, benachteiligt die Werbeabgabe traditionelle Plattformen noch zusätzlich.

Den Erläuternden Bemerkungen ist zu entnehmen, dass das Digitalsteuergesetz zur **Steuerquote der Online-Werbepattformen** (insbesondere Facebook und Google) beitragen soll. **Dies widerspricht jedoch dem Gesetzesinhalt**, da nicht auf die Gewinne der Unternehmen abgezielt wird, sondern eine Endverbrauchsabgabe auf das Produkt „Online-Werbung“ definiert wird. Die eingehobenen Abgaben

verteuern das Produkt „Online-Werbung“ **für österreichische Werbetreibende**, haben aber keinerlei Einfluss auf die Online-Werbeplattformen, außer eventuell rückläufige Werbeeinnahmen durch österreichische Werber.

Weiters ist den Erläuternden Bemerkungen zu entnehmen, dass aus den Einnahmen die digitale Transformation heimischer Medienunternehmen gefördert werden soll. Dem Gesetzestext sind jedoch keinerlei Festlegungen zu entnehmen, welche Förderkriterien angewendet werden sollen. Somit stellt diese Förderung eine **ungerichtete Quersubventionierung der Medienunternehmen** durch die Werbetreibenden dar, was in dieser Form **strikt abzulehnen** ist.

Umsatzsteuer

Die Änderung zum Umsatzsteuergesetz soll eine **Ungleichbehandlung von Händlern** außerhalb der EU (vorwiegend in asiatischen Ländern) mit europäischen Herstellern und Handelsplattformen beheben. Derzeit gibt es eine Freibetragsgrenze von 22€ - diese soll mit dem Gesetz aufgehoben werden. Derzeit klagt der österreichische Handel über starke Nachteile gegenüber Handelsplattformen wie z.B. Aliexpress, da durch den Wegfall der Einfuhrumsatzsteuer sowie sehr niedrige Versandkosten aus China eine starke Wettbewerbsungleichheit vorliegt.

Analyse der vorgeschlagenen Maßnahmen

Digitalsteuer

Es soll nunmehr auch bei Online-Werbung, die in Österreich ausgeliefert wird, eine 5%ige Abgabe aufgeschlagen werden, um Online-Werbung gleich wie herkömmliche Werbung zu besteuern. Dazu ist es notwendig zu messen, welche Online-Werbung denn tatsächlich in Österreich ausgeliefert wird. Der Gesetzesvorschlag sieht dazu vor, dass die IP-Adresse sowie die Geodaten desjenigen gespeichert werden, der die Anzeigen seitens der Werbeplattformen angezeigt bekommt.

Die **Messung** der Auslieferung der Werbung nach Österreich ist dabei einerseits **extrem komplex**, andererseits auch **nicht immer eindeutig** durchführbar. Große Unternehmen beispielsweise haben ihre eigenen Netzwerke und sind über Gateways ins Internet angebunden. Wenn ein Benutzer eines multinationalen Konzerns, der in Österreich sitzt, eine Werbung angezeigt bekommt, wird die sichtbare IP Adresse jene des Gateways in einem anderen Land sein. Der Benutzer wird daher nicht als Österreicher identifizierbar sein. Ähnliches gilt für Internetbenutzende, die über VPNs im Internet surfen. Der Internet-Browser Opera beispielsweise hat ein solches kostenfreies VPN bereits eingebaut. Diese Art der Standortbestimmung wird daher in solchen Fällen ein falsches Ergebnis bringen. Ebenso werden falsche Ergebnisse geliefert, wenn der Zugriff von Smartphones im

Roamingbetrieb getätigt werden. Österreicher, die im Ausland surfen, würden noch immer mit einer österreichischen IP Adresse gesehen werden, ebenso Ausländer, die in Österreich surfen. Die IP Adresse kann derer nur als Indiz für den Wohnort angesehen werden. Zu diesem Thema gibt es auch schon einschlägige Judikatur.

Zusätzlich wird durch die verpflichtende Speicherung der IP-Adressen sowie Geodaten von Benutzern eine **massive Vorratsdatenspeicherung** eingeführt. Da IP-Adressen als personenbezogene Daten zu werten sind, ist hier die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) anzuwenden. Zu diesem Thema hat bereits die österreichische Datenschutzbehörde ihre Bedenken geäußert. Auch viele andere Organisationen haben hier starke **Bedenken, ob diese Maßnahme datenschutz- bzw. grundrechtskonform implementiert werden kann**. Aus Sicht der Digital Society stellt diese Aufzeichnung einen **unverhältnismäßigen Eingriff in die Privatsphäre und das Recht auf Datenschutz** dar.

Gerade bei internationalen Konzernen wird es oft nicht möglich sein, die Steuer einzuheben, da diese die Werbeschaltung in Österreich über Niederlassungen in anderen Ländern (auch außerhalb der EU) beauftragen können und werden. Wie soll der österreichische Fiskus herauszufinden, dass ein multinationaler Konzern eine Werbeschaltung in Österreich beauftragt hat, wenn der Auftraggeber z.B. in Fernost und die Werbeplattform in den USA sitzt?

Durch dieses Beispiel wird klar, dass es zu **neuen Ungerechtigkeiten** durch diese Abgabe kommen wird. **Die Abgabe trifft nur kleine österreichische Werbeagenturen sowie österreichische Werbetreibende** beziehungsweise deren Kunden, nicht jedoch entsprechend groß aufgestellte internationale Firmen und Konzerne, die die Regelung umgehen können.

Zusätzlich stellt sich die Frage warum für Online-Werbung eine gänzlich neue gesetzliche Grundlage geschaffen wird. Werbung sollte im traditionellen Bereich wie im Online-Bereich gleichbehandelt werden. Es müssten daher für Online-Werbung die gleichen Kriterien angelegt werden, die auch im Werbeabgabengesetz 2000 festgelegt wurden. Eine Ungleichbehandlung von Onlinewerbeanbietern und traditionellen Werbeanbietern, würde voraussichtlich auch gerichtlich angefochten werden, weil es sachlich keine Begründung gibt, die beiden Werbevarianten ungleich zu behandeln.

Umsatzsteuer

Der Wegfall der Freibetragsgrenze für Produkte außerhalb der EU führt dazu, dass für alle Produkte (auch sehr geringfügige) eine Einfuhrumsatzsteuer abgeführt werden muss. Diese Maßnahme ist aus unserer Sicht durchaus zu begrüßen und würde für den Konsumenten auch akzeptierbare Nachteile bringen. Für ein Produkt um 2 € Warenwert würde 40 Cent Einfuhrumsatzsteuer zum Tragen kommen. Problematisch ist jedoch, dass das Logistikunternehmen für jede eingehobene

Einfuhrumsatzsteuer zusätzlich die Kosten an den Kunden weiterverrechnet. Hier kämen für ein Produkt um 2 € Warenwert ca. 10€ an Kosten auf den Konsumenten zu. Diese Gebühren würden einen Kauf aus dem Ausland **vollkommen unwirtschaftlich** machen. Das ist gewiss im Sinne des österreichischen Handels, aber keinesfalls im Sinne der Konsumenten.

Zusätzlich sind die **Dokumentationspflichten**, die hier auf österreichische Handelsunternehmen zukommen extrem hoch und **kaum zu erfüllen**. Daher ist auch nicht anzunehmen, dass österreichische Handelsplattformen den Import der Waren übernehmen und diese dann in Österreich vertreiben. Auch die vorgesehene Haftung ist problematisch, da hier für fremdes Verhalten gehaftet werden soll, was sonst in keiner vergleichbaren Branche üblich ist. Hier werden folglich neue Hindernisse und damit Wettbewerbsnachteile für neue, innovative Geschäftsideen geschaffen.

Positive Effekte der vorgeschlagenen Maßnahmen

Digitalsteuer

Die vorgeschlagene Digitalsteuer würde die Ungerechtigkeit zwischen konventioneller Werbung und Online Werbung auflösen. Aus unserer Sicht würden jedoch **österreichische Unternehmen schlechter gestellt** und multinationale Konzerne bevorzugt, sodass sich **in Summe kein positiver Effekt** ergibt.

Umsatzsteuer

Im Bereich der Umsatzsteuer würde eine bestehende Ungerechtigkeit zwischen österreichischen Händlern (alle Produkte werden mit einer Umsatzsteuer belegt) und ausländischen Händlern (Waren unter der Geringfügigkeitsgrenze werden nicht besteuert) aufgehoben. Es kommt jedoch gleichzeitig zu einer massiven Schlechterstellung der Konsumenten durch die Kosten der Bearbeitungsgebühren für die Einhebung der Einfuhrumsatzsteuer.

Es wird angenommen, dass es zusätzliche Einnahmen aus der Einfuhrumsatzsteuer für den Staat geben wird, da für Importe auch unter der derzeitigen Geringfügigkeitsgrenze eine Einfuhrumsatzsteuer fällig wird. Hier ist jedoch zu beachten, dass durch die hohen Bearbeitungsgebühren der Preisvorteil komplett wegfällt und dadurch der **gesamte direkte Handel mit Waren geringen Wertes vollständig wegbrechen** wird. Dass sich das gesamte Handelsvolumen auf inländische Händler verschieben wird ist nicht anzunehmen. Daher ist abzusehen, dass die **zusätzlichen Einnahmen eher gering** ausfallen werden.

Lösungsvorschläge

Digitalsteuer

Da die vorgeschlagene Digitalsteuer ohnehin nicht die großen Werbepattformen dazu bringen kann, ihren Beitrag zur Volkswirtschaft zu erhöhen, sondern „nur“ eine Gleichberechtigung zwischen Online und Offline hergestellt wird, schlägt die Digital Society vor, die **Werbeabgabe vollständig zu streichen**. Dies würde das **Ziel der Gleichstellung** von Online- und Offline-Werbung herstellen, und bräuchte **keine aufwändigen Maßnahmen**, die in Folge zu einer Schlechterstellung der Österreichischen Unternehmen und auch Konsumenten führen würde.

Wenn die Maßnahme jedoch wirklich in geplanter Form eingeführt werden soll, dann muss eine **grundrechtskonforme und datenschutzkonforme Umsetzung** sichergestellt werden. Aus unserer Sicht gibt es keinen Grund, die vollständige IP-Adresse eines Benutzers zu sammeln. Ein Teil der IP-Adresse (Subnet) ist genauso aussagekräftig wie die gesamte Adresse, um feststellen zu können, ob sich diese IP Adresse in Österreich befindet. Das Problem, dass ein großer Teil der Nutzer in Österreich nicht als solche erkennbar sind (weil in Firmennetzwerken befindlich, oder weil sie VPN¹ oder TOR² verwenden) macht die **Messung extrem unzuverlässig** und wirft neue Probleme auf.

Einfuhrumsatzsteuer

Wir begrüßen grundsätzlich die Gleichstellung österreichischer Händler mit ausländischen Händlern und sehen mit der Einhebung der Einfuhrumsatzsteuer grundsätzlich kein Problem. Das Problem wird vor allem durch die Gebühren verursacht, die die Logistikunternehmen für die Einhebung der Einfuhrumsatzsteuer weiterverrechnen.

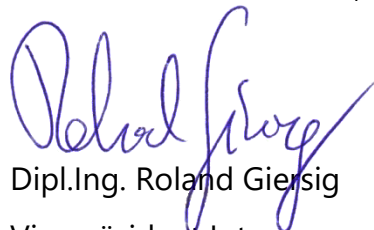
Dieses Problem könnte durch ein elektronisches System gelöst werden. Die Pakete werden ohnehin elektronisch vorangemeldet. Daher kennen die Logistikunternehmen den Warenwert und Empfänger der Sendung im Vorhinein. Ein **elektronisches System könnte die Einfuhrumsatzsteuer mit geringsten Kosten bei Empfängern einheben**, die sich dafür registriert haben, beispielsweise vollautomatisch über einen Einziehungsauftrag. Damit könnten die im Vergleich zu den Sendungswerten extrem hohen Abgaben für die Einhebung der Einfuhrumsatzsteuer wegfallen und die Steuereinnahmen in der Folge optimiert werden.

¹ VPN = Virtual Private Network; in Unternehmen oft verwendete Sicherheitstechnologie um sich gesichert über das Internet in Firmennetzwerke zu verbinden.

² TOR = Anonymisierungstechnologie

Wir hoffen, mit diesen Kommentaren einen wertvollen Beitrag geleistet zu haben.
Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,



Dipl.Ing. Roland Giersig

Vizepräsident Interessensvertretung

Digital Society



Ing. Werner Illsinger

Präsident

Digital Society