



Brüssel, den 1. März 2019  
(OR. en)

6873/19

**Interinstitutionelles Dossier:**  
**2018/0073(CNS)**

**LIMITE**

**FISC 135**  
**ECOFIN 242**  
**DIGIT 44**

## VERMERK

Absender:	Vorsitz
Empfänger:	Ausschuss der Ständigen Vertreter/Rat
Nr. Komm.dok.:	7420/18 FISC 151 ECOFIN 277 DIGIT 48 IA 78
Betr.:	Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zum gemeinsamen System einer Digitalwerbesteuer auf Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen – Politische Einigung

### I. EINLEITUNG

1. Im Anschluss an die Aussprache auf der Tagung des Rates (Wirtschaft und Finanzen) vom 4. Dezember 2018<sup>1</sup> hat der Vorsitz mit Blick auf eine politische Einigung auf der Tagung des Rates (Wirtschaft und Finanzen) am 12. März 2019 diesen Vermerk erstellt, in dem die seit der letzten Aussprache auf Ministerebene geführten Beratungen zusammengefasst und das weitere Vorgehen dargelegt sind.
2. Der Europäische Rat hat in seinen Schlussfolgerungen vom 19. Oktober 2017<sup>2</sup> betont, dass "*ein wirksames und faires Steuersystem, das an das digitale Zeitalter angepasst ist*", benötigt wird.
3. Der Rat (Wirtschaft und Finanzen) hat am 5. Dezember 2017 seine Schlussfolgerungen zum Thema "Bewältigung der Problematik der Besteuerung der Gewinne der digitalen Wirtschaft" angenommen<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Dok. 14885/18.

<sup>2</sup> EUCO 14/17.

<sup>3</sup> Dok. 15445/17.

4. Die Kommission hat am 21. März 2018 ihr Paket zur Besteuerung der digitalen Wirtschaft mit folgenden Bestandteilen vorgelegt:
- einer Mitteilung mit dem Titel "Zeit für einen modernen, fairen und effizienten Steuerstandard für die digitale Wirtschaft",
  - einem Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zur Festlegung von Vorschriften für die Unternehmensbesteuerung einer signifikanten digitalen Präsenz,
  - einem Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zum gemeinsamen System einer Digitalsteuer auf Erträge aus der Erbringung bestimmter digitaler Dienstleistungen (im Folgenden "DST-Vorschlag"),
  - einer Empfehlung der Kommission bezüglich der Unternehmensbesteuerung einer signifikanten digitalen Präsenz.
5. Nach ersten Beratungen in der Gruppe "Steuerfragen" (Digitale Besteuerung)<sup>4</sup> und in der hochrangigen Gruppe "Steuerfragen"<sup>5</sup> sowie einem ersten Gedankenaustausch auf der informellen Tagung des Rates (Wirtschaft und Finanzen) vom 28. April 2018 wurde vereinbart, im ersten Stadium den DST-Vorschlag in den Mittelpunkt der Beratungen zu stellen<sup>6</sup>.

## II. SACHSTAND

6. Im Anschluss an die Beratungen über den Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zum gemeinsamen System einer Digitalsteuer auf Erträge aus der Erbringung bestimmter digitaler Dienstleistungen auf der Tagung des Rates (Wirtschaft und Finanzen) vom 4. Dezember 2018 wurde vereinbart, die Möglichkeit eines Instruments mit einem eingeschränkteren Anwendungsbereich, das sich gezielt auf digitale Werbung beschränkt, zu sondieren.
7. Dementsprechend wurde der Text umformuliert und lediglich auf Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen beschränkt – das gemeinsame System einer Digitalwerbesteuer.

<sup>4</sup> Vom 11. April, 2. Mai, 14. Mai, 4. Juni, 5. Juni und 13. Juni 2018.

<sup>5</sup> Vom 18. April und 16. Mai 2018.

<sup>6</sup> Dok. ST 9052/18.

8. Es fanden fünf Gesprächsrunden statt, nämlich die Sitzungen der Steuerattachés vom 11. Dezember 2018, der Gruppe "Steuerfragen" (Digitale Besteuerung) vom 15. Januar und 20. Februar 2019 sowie der hochrangigen Gruppe "Steuerfragen" vom 31. Januar und 28. Februar 2019.
9. Nach diesen Beratungen ist der Vorsitz zu dem Schluss gekommen, dass sämtliche Aspekte des Richtlinienentwurfs geprüft und alle Möglichkeiten, wie sich auf fachlicher Ebene Fortschritte erzielen lassen, sondiert wurden. Nach Ansicht des Vorsitzes erhält der in der Anlage enthaltene Text die breite Unterstützung zahlreicher Delegationen. Es bestehen allerdings nach wie vor einige Bedenken, wie in Teil III weiter unten dargelegt.

### **III. WICHTIGSTE FRAGEN**

10. Eine Reihe von Delegationen haben weiterhin grundsätzliche Einwände gegen die Digitalwerbbesteuer als solche, ungeachtet der technischen Anpassungen, die an dem Text vorgenommen wurden. In den Beratungen über die Digitalsteuer für Dienstleistungen und für digitale Werbung stellen sich mehrere Delegationen weiterhin gegen eine Einigung über die Digitalwerbbesteuer. Sie machen geltend, dass die digitale Besteuerung im breiteren Kontext der laufenden Beratungen auf Ebene der OECD/G20 betrachtet werden müsse. Wie in dem vom inklusiven Rahmen gegen Gewinnverkürzung und Gewinnverlagerung (BEPS) am 23. Januar 2019 gebilligten Vermerk angekündigt, hat die OECD/G20 derzeit ein ambitioniertes Projekt in Angriff genommen, mit dem sowohl die Herausforderungen der digitalisierten Wirtschaft wie auch die übrigen BEPS-Themen schon bis 2020 gelöst werden sollen.
11. Darüber hinaus haben bislang mehrere Delegationen immer noch Bedenken angemeldet, dass Erträge aus dem Verkauf von Nutzerdaten nicht unter die steuerbaren Erträge im Sinne des Artikels 3 des Richtlinienentwurfs zur Digitalwerbbesteuer fallen.
12. Einige Delegationen weisen darauf hin, dass angesichts des eingeschränkteren Anwendungsbereichs der Digitalwerbbesteuer die Schwellenwerte für Steuerpflichtige in Artikel 4 überprüft oder gesenkt werden sollten.
13. Eine Reihe von Delegationen sind zudem weiterhin im Zweifel, was das Datum des Inkrafttretens anbelangt, und würden einen früheren bzw. späteren Termin als den vom Vorsitz vorgeschlagenen vorziehen.

14. Nach Ansicht des Vorsitzes sind sich ungeachtet dessen aber alle Delegationen weiterhin darin einig, dass sie gemeinsam auf eine Einigung über eine globale Lösung auf OECD-Ebene bis 2020 hinarbeiten sollten, um die steuerlichen Herausforderungen der Digitalisierung der Wirtschaft zu bewältigen. Der Vorsitz wäre bereit, die Beratungen und die Koordinierung dieses Prozesses auf EU-Ebene zu unterstützen.

#### **IV. WEITERES VORGEHEN**

15. Vor diesem Hintergrund wird der Ausschuss der Ständigen Vertreter ersucht, dem Rat zu empfehlen, er möge sich um eine politische Einigung über den Kompromisstext in der Anlage bemühen.

---

2018/0073 (CNS)

Vorschlag für eine  
**RICHTLINIE DES RATES**  
**zum gemeinsamen System einer Digitalwerbesteuer auf Erträge aus der Erbringung digitaler  
Werbedienstleistungen**

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, insbesondere auf Artikel 113,

auf Vorschlag der Europäischen Kommission,

nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,

nach Stellungnahme des Europäischen Parlaments<sup>7</sup>,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses<sup>8</sup>,

gemäß einem besonderen Gesetzgebungsverfahren,

---

<sup>7</sup> ABl. C ... vom ..., S. ....

<sup>8</sup> ABl. C 367 vom 10.10.2018, S. 73-77.

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Die Digitalisierung der Weltwirtschaft schreitet rasch voran, und dadurch sind neue Geschäftsmodelle entstanden. Digitale Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Geschäftstätigkeit eng mit dem Internet verknüpft ist. Insbesondere basieren digitale Geschäftsmodelle in hohem Maße auf der Fähigkeit, Tätigkeiten aus der Ferne und mit beschränkter oder ganz ohne physische Präsenz auszuüben, auf dem Beitrag der Endnutzer zur Wertschöpfung und auf der Bedeutung immaterieller Vermögenswerte.
- (2) Die geltenden Vorschriften im Bereich der Körperschaftsteuer wurden größtenteils im 20. Jahrhundert für herkömmliche Unternehmen erlassen. Sie beruhen auf dem Konzept, dass die Besteuerung dort erfolgen sollte, wo die Wertschöpfung stattfindet. Die Anwendung der geltenden Vorschriften auf die digitale Wirtschaft hat jedoch zu einer Diskrepanz zwischen dem Ort der Gewinnbesteuerung und dem Ort der Wertschöpfung geführt; dies betrifft vor allem Geschäftsmodelle, die in hohem Maße von der Nutzerbeteiligung abhängig sind. Es hat sich also gezeigt, dass die geltenden Körperschaftsteuervorschriften für die Besteuerung der Gewinne der digitalen Wirtschaft ungeeignet sind und einer Überarbeitung bedürfen.
- (3) Diese Überarbeitung ist ein wichtiges Element des digitalen Binnenmarkts<sup>9</sup>, denn dieser erfordert ein modernes und stabiles Steuerrecht für die digitale Wirtschaft, um Innovationen anzuregen, der Marktfragmentierung entgegenzuwirken und allen Marktteilnehmern zu ermöglichen, unter fairen und ausgewogenen Bedingungen ihren Platz in der neuen Marktdynamik zu finden.

---

<sup>9</sup> Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: "Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa" (COM(2015) 192 final vom 6.5.2015).

(4) In ihrer Mitteilung mit dem Titel "Ein faires und effizientes Steuersystem in der Europäischen Union für den digitalen Binnenmarkt"<sup>10</sup> vom 21. September 2017 hat die Kommission die Herausforderungen, die sich durch die digitale Wirtschaft für die geltenden Steuervorschriften ergeben, benannt und zugesagt, die verfügbaren Politikoptionen zu analysieren. Der Rat (Wirtschaft und Finanzen) hat in seinen Schlussfolgerungen vom 5. Dezember 2017<sup>11</sup> die Kommission ersucht, Vorschläge zur Bewältigung der Problematik der Besteuerung der Gewinne der digitalen Wirtschaft vorzulegen, wobei er festgestellt hat, dass zahlreiche Mitgliedstaaten an befristeten Maßnahmen für Erträge aus der Geschäftstätigkeit im digitalen Bereich in der Union, die außerhalb des Anwendungsbereichs der Abkommen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung bleiben würden, interessiert sind.

(5) Da das Problem der Besteuerung der digitalen Wirtschaft eine globale Dimension aufweist, wäre eine multilaterale, internationale Lösung ideal. Aus diesem Grund beteiligt sich die Kommission aktiv an der internationalen Debatte. Derzeit laufen bei der OECD entsprechende Arbeiten. Die Erzielung von Fortschritten auf internationaler Ebene gestaltet sich jedoch als Herausforderung. Deshalb werden Maßnahmen getroffen, um die Vorschriften im Bereich der Körperschaftsteuer auf Unionsebene anzugleichen<sup>12</sup> und um Vereinbarungen mit Drittländern zu fördern<sup>13</sup>, sodass der Rahmen für die Körperschaftsteuer an die neuen digitalen Geschäftsmodelle angepasst werden kann.

(6) Bis zur Ergreifung solcher Maßnahmen, deren Annahme und Durchführung einige Zeit in Anspruch nehmen kann, stehen die Mitgliedstaaten angesichts des Risikos, dass ihre Körperschaftsteuer-Bemessungsgrundlagen im Lauf der Zeit erheblich ausgehöhlt werden, unter Zugzwang. Unkoordinierte Einzelmaßnahmen seitens der Mitgliedstaaten können zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts und zu Wettbewerbsverzerrungen führen und dadurch die Entwicklung neuer digitaler Lösungen sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Union insgesamt beeinträchtigen. Daher bedarf es eines harmonisierten Konzepts für eine Zwischenlösung in Bezug auf digitale Werbedienstleistungen, bis eine umfassende Lösung gefunden wird.

---

<sup>10</sup> Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat: "Ein faires und effizientes Steuersystem in der Europäischen Union für den digitalen Binnenmarkt" (COM(2017) 547 final vom 21.9.2017).

<sup>11</sup> Bewältigung der Problematik der Besteuerung der Gewinne der digitalen Wirtschaft – Schlussfolgerungen des Rates (5. Dezember 2017) (FISC 346 ECOFIN 1092).

<sup>12</sup> Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zur Festlegung von Vorschriften für die Körperschaftsbesteuerung einer signifikanten digitalen Präsenz (COM(2018) 147 final).

<sup>13</sup> Empfehlung der Kommission zur Körperschaftsbesteuerung einer signifikanten digitalen Präsenz (C(2018) 1650 final).

(7) Diese Zwischenlösung sollte darin bestehen, dass das gemeinsame System einer Digitalwerbsteuer auf Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen durch bestimmte Rechtsträger geschaffen wird. Hierbei dürfte es sich um eine leicht umzusetzende Maßnahme zur gezielten Besteuerung der Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen handeln, bei denen die Nutzer in erheblichem Maße zum Wertschöpfungsprozess beitragen.

(7a) Diese Richtlinie sollte einen Mitgliedstaat nicht daran hindern, Steuern, Abgaben oder Gebühren beizubehalten oder einzuführen, die – insbesondere hinsichtlich ihres Geltungsbereichs, ihrer Funktion und sonstiger besonderer Merkmale – nicht als einer Digitalwerbsteuer ähnlich eingestuft werden können, sofern diese Steuern, Abgaben oder Gebühren nicht ausschließlich auf digitale Unternehmen beschränkt sind, sondern von allen Steuerpflichtigen erhoben werden, unabhängig davon, ob sie digital oder nicht digital sind.

(8) Folgende Elemente der Digitalwerbsteuer sollten festgelegt werden: die steuerbaren Erträge (was besteuert wird), der Steuerpflichtige (wer besteuert wird), der Ort der Besteuerung (welcher Anteil der steuerbaren Erträge in einem Mitgliedstaat eingezogen werden soll und wann), der Steueranspruch, die Berechnung der Steuer, der Steuersatz und die damit zusammenhängenden Pflichten in Bezug auf die Steuererhebung und die Verwaltungszusammenarbeit.

(9) Die Digitalwerbsteuer sollte auf Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen erhoben werden, da diese Dienstleistungen in hohem Maße auf der Wertschöpfung durch die Nutzer basieren.

(10) Daher sollten Erträge aus der Platzierung von Werbung auf einer digitalen Schnittstelle, die sich an die Nutzer dieser Schnittstelle richtet, versteuert werden. Wenn durch die Erbringung solcher Werbedienstleistungen keine Erträge erzielt werden, sollte es keine Pflicht zur Entrichtung einer Digitalwerbsteuer geben. Sonstige Erträge des Rechtsträgers, die nicht unmittelbar durch die Erbringung solcher Leistungen erzielt werden, sollten ebenfalls nicht der Steuer unterliegen.



(11) Dienstleistungen, die in der Platzierung von Werbung eines Kunden auf einer digitalen Schnittstelle bestehen, die sich an die Nutzer dieser Schnittstelle richtet, sollten nicht im Hinblick darauf definiert werden, wer der Eigentümer der digitalen Schnittstelle ist, über die die Werbung auf dem Gerät eines Nutzers erscheint, sondern vielmehr im Hinblick darauf, welcher Rechtsträger die Anzeige der Werbung auf dieser Schnittstelle ermöglicht. Zu begründen ist dies damit, dass sich für ein Unternehmen, das die Werbung eines Kunden auf einer digitalen Schnittstelle platziert, der Wert aus dem Nutzerverkehr und den Nutzerdaten ergibt, die typischerweise für die Zwecke der Platzierung berücksichtigt werden, und zwar unabhängig davon, ob die Schnittstelle dem Unternehmen selbst oder einem Dritten gehört, der den digitalen Raum, in dem die Werbung geschaltet wird, vermietet. Allerdings sollte klargestellt werden, dass in Fällen, in denen es sich beim Erbringer des Werbedienstes und beim Eigentümer der digitalen Schnittstelle um verschiedene Rechtsträger handelt, letzterer nicht als Erbringer einer steuerbaren Dienstleistung für die Zwecke der Digitalwerbsteuer gelten sollte. Hierdurch sollen Kaskadeneffekte und eine mögliche Doppelbesteuerung verhindert werden.

(11a) Eine Bestimmung zur Verhinderung der Steuervermeidung sollte sicherstellen, dass die Steuerzahler nicht durch spezifische Geschäftsvereinbarungen – wie etwa der Verkauf von Nutzerdaten – Steuerzahlungen umgehen. Solche Gestaltungen sollten insoweit ausgeklammert werden, als sie nicht aus triftigen wirtschaftlichen Gründen eingegangen wurden, die die wirtschaftliche Realität abbilden.

(12) *gestrichen*

(13) *gestrichen*

(14) *gestrichen*

(15) *gestrichen*

(16) *gestrichen*

(17) *gestrichen*

(18) *gestrichen*

(19) *gestrichen*

(20) *gestrichen*

(21) *gestrichen*

(22) Nur bestimmte Rechtsträger sollten als Steuerpflichtige für die Zwecke der Digitalwerbesteuer gelten, und zwar unabhängig davon, ob sie im Steuergebiet eines Mitgliedstaats oder eines Drittlands niedergelassen sind. Insbesondere sollte ein Rechtsträger nur dann als Steuerpflichtiger gelten, wenn er beide nachstehend genannten Bedingungen erfüllt: i) Die von dem Rechtsträger für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr insgesamt gemeldeten weltweiten Erträge (hierzu muss ein Jahresabschluss vorliegen) überschreiten **[750 000 000]** EUR, und ii) die von dem Rechtsträger in diesem Geschäftsjahr innerhalb der Union insgesamt erzielten steuerbaren Erträge überschreiten **[50 000 000]** EUR.

(23) Der erste Schwellenwert (jährliche Gesamterträge weltweit) sollte die Anwendung der Digitalwerbesteuer auf Unternehmen einer bestimmten Größe beschränken; dabei handelt es sich um diejenigen Unternehmen, die hauptsächlich dazu in der Lage sind, digitale Werbendienstleistungen zu erbringen, bei denen der Beitrag der Nutzer eine entscheidende Rolle spielt, und die sich in hohem Maße auf ausgedehnte Nutzernetzwerke, einen umfangreichen Nutzerverkehr und die Ausnutzung einer starken Marktposition stützen. Ein solches Geschäftsmodell, das zur Erzielung von Erträgen von der Wertschöpfung durch die Nutzer abhängt, ist nur für Unternehmen einer bestimmten Größe möglich. Außerdem verfügen größere Unternehmen über Möglichkeiten aggressiver Steuerplanung. Aus diesem Grund wurde derselbe Schwellenwert auch in anderen Initiativen der Union vorgeschlagen<sup>14</sup>. Ein solcher Schwellenwert soll darüber hinaus Rechtssicherheit garantieren, denn damit könnten Unternehmen und Steuerbehörden leichter und kostengünstiger feststellen, ob ein Rechtsträger der Digitalwerbesteuer unterliegt. Des Weiteren schließt der Schwellenwert kleine Unternehmen und Start-ups aus, für die der durch die neue Steuer entstehende Befolgungsaufwand unverhältnismäßig wäre.

(24) Der zweite Schwellenwert (jährliche steuerbare Gesamterträge in der Union) sollte die Anwendung der Steuer auf Fälle beschränken, in denen ein signifikanter digitaler Fußabdruck auf Unionsebene in Bezug auf die Art der unter die Digitalwerbesteuer fallenden Erträge entsteht. Es ist insbesondere wichtig für die EU, ein günstiges Umfeld für Forschung, Entwicklung und Innovation zu schaffen, speziell für Start-up-Unternehmen im wachstumsstarken digitalen Sektor. Zusätzliche Steuern für diese Unternehmen sollten daher vermieden werden. Der Schwellenwert sollte in der traditionellen Wirtschaft tätige Unternehmen, die im Begriff sind, sich zu digitalisieren, schützen. Er sollte auf Unionsebene festgelegt werden, damit mögliche Unterschiede der Marktgröße innerhalb der Union außer Acht bleiben.

---

<sup>14</sup> Siehe Artikel 2 der Vorschläge für eine Richtlinie des Rates über eine Gemeinsame (konsolidierte) Körperschaftsteuer-Bemessungsgrundlage (G(K)KB) (COM(2016) 683 final, COM(2016) 685 final).

(25) Damit der bestehende Rechtsrahmen eingehalten wird, sollte jeder Rechtsträger, der als steuerpflichtig gilt und steuerbare Erträge erzielt, die als in einem Mitgliedstaat erzielte Erträge behandelt werden, in diesem Mitgliedstaat der Digitalwerbsteuer unterliegen, unabhängig davon, ob der Rechtsträger im Steuergebiet dieses Mitgliedstaats, eines anderen Mitgliedstaats oder eines Drittlands niedergelassen ist.

(26) Für Rechtsträger, die einer Gruppe angehören, sollten besondere Vorschriften festgelegt werden. Die von einem Rechtsträger durch Lieferungen an andere Rechtsträger derselben Gruppe erzielten Erträge sollten vom Geltungsbereich der neuen Steuer ausgenommen werden. Für die Zwecke der Festlegung, ob ein Rechtsträger über den geltenden Schwellenwerten liegt und somit als steuerpflichtig gilt, sollten die Schwellenwerte auf die Gesamterträge der Gruppe angewandt werden. Die Tatsache, dass die Schwellenwerte nach Artikel 4 für die gesamte Gruppe geprüft werden, ändert nichts daran, dass jeder einzelne Rechtsträger, der steuerbare Dienstleistungen in der Gruppe erbringt, steuerpflichtig ist. Gehört einer Gruppe mindestens ein in der Europäischen Union niedergelassener Steuerpflichtiger an, so darf die Gruppe einen einzigen in der Union niedergelassenen Rechtsträger benennen, der im Namen jedes Steuerpflichtigen in der Gruppe die Digitalwerbsteuer entrichtet und die Pflichten erfüllt. Diese Möglichkeit dürfte den Befolgs- und Verwaltungsaufwand für die Unternehmen verringern.

(27) Diese Richtlinie sollte einen Mitgliedstaat nicht daran hindern, es den Unternehmen zu ermöglichen, die entrichtete Digitalwerbsteuer in ihrem Hoheitsgebiet von der Körperschaftsteuer-Bemessungsgrundlage abzuziehen, und zwar unabhängig davon, ob beide Steuern im selben Mitgliedstaat oder in verschiedenen Mitgliedstaaten entrichtet werden.

(28) Die steuerbaren Erträge eines Rechtsträgers sollten als während eines Steuerzeitraums in einem Mitgliedstaat erzielt gelten, wenn die Nutzer einer von diesem Rechtsträger erbrachten Dienstleistung in diesem Mitgliedstaat ansässig sind. Als während eines Steuerzeitraums in einem Mitgliedstaat ansässig sollte ein Nutzer auf der Grundlage bestimmter, spezifischer Vorschriften gelten, die anhand des Ortes, an dem das Gerät eines Nutzers eingesetzt wurde, festgelegt werden.

(29) Sind die Nutzer einer steuerbaren Dienstleistung in verschiedenen Mitgliedstaaten oder Drittländern ansässig, so sollten die durch diese Dienstleistung erzielten steuerbaren Erträge für jede Transaktion jedem Mitgliedstaat anteilig zugeordnet werden, und zwar auf der Grundlage, wie oft die Werbung in diesem Mitgliedstaat während eines Steuerzeitraums auf den Geräten der Nutzer angezeigt wurde. (30) *gestrichen*

(31) *gestrichen*

(32) *gestrichen*

(33) Die Ermittlung des Ortes der Nutzung eines Nutzergeräts und somit des Ortes der Besteuerung dürfte über die Internet-Protocol-Adresse (IP-Adresse) des Nutzergeräts möglich sein. **Liegt diese Information nicht vor, so kann ein Rechtsträger versuchen, den Ort der Nutzung auf der Grundlage alternativer Nachweise zu bestimmen, wie etwa Informationen von Geortungsinstrumenten, sofern diese Nachweise realistische Rückschlüsse auf den Ort der Nutzung zulassen.** Beim Ort der Besteuerung sollte unberücksichtigt bleiben, ob die Nutzer monetär zur Erzielung der Erträge beigetragen haben oder an welchem Ort die Zahlung der Lieferungen, die der Digitalwerbsteuer unterliegen, vorgenommen wurde.

(34) Jegliche Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit der Digitalwerbsteuer sollte gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>15</sup> erfolgen; dies gilt auch für die Verarbeitung entsprechender Daten, die im Zusammenhang mit IP-Adressen erforderlich sein kann. Besonderes Augenmerk sollte dem Umstand gelten, dass geeignete technische und organisatorische Maßnahmen vorgesehen werden müssen, um den Vorschriften über die Rechtmäßigkeit und Sicherheit von Verarbeitungsaktivitäten, die Bereitstellung von Informationen und die Rechte der betroffenen Personen nachzukommen. Wann immer möglich, sollten personenbezogene Daten anonymisiert werden.

(35) Die steuerbaren Erträge sollten den Gesamtbruttoerträgen eines Steuerpflichtigen entsprechen, abzüglich der Mehrwertsteuer und sonstiger ähnlicher Steuern. Steuerbare Erträge sollten als von einem Steuerpflichtigen zu dem Zeitpunkt erzielt gelten, zu dem sie fällig sind, unabhängig davon, ob sie bis dahin tatsächlich gezahlt wurden. Die Digitalwerbsteuer sollte in einem Mitgliedstaat auf den Anteil der von einem Steuerpflichtigen während eines Steuerzeitraums erwirtschafteten steuerbaren Erträge erhoben werden, der als in einem Mitgliedstaat erzielt gilt, und die Berechnung sollte durch Anwendung des Steuersatzes für digitale Werbung auf diesen Anteil erfolgen. Um Verzerrungen im Binnenmarkt zu verhindern, sollte ein einheitlicher diesbezüglicher Steuersatz auf Unionsebene gelten. Der Steuersatz für digitale Werbung sollte auf 3 % festgesetzt werden.

---

<sup>15</sup> Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

(36) Steuerpflichtige, die steuerbare Dienstleistungen erbringen, unterliegen der Digitalwerbesteuer und müssen eine Reihe administrativer Pflichten erfüllen. Die Identifizierung, die Erklärung der Digitalwerbesteuer und die Entrichtung der Steuer sollten für jeden Mitgliedstaat, in dem der Steuerpflichtige der Digitalwerbesteuer unterliegt, erfolgen. Um den Aufwand für die Unternehmen so weit wie möglich zu begrenzen, werden harmonisierte Formate für das Identifizierungsverfahren und die entsprechenden Steuererklärung vorgeschlagen. Wie diese harmonisierten Formate im Einzelnen beschaffen sein müssen, sollte im Wege von Durchführungsvorschriften vereinbart werden. Die Erklärung der Digitalwerbesteuer sollte in allen Mitgliedstaaten dieselben Informationen enthalten und dasselbe Format haben. Daher sollte in allen Mitgliedstaaten, in denen Digitalwerbesteuer geschuldet wird, dieselbe Steuererklärung eingereicht werden. Der Steuerpflichtige sollte darin sämtliche relevanten Identifikationsnummern für die Digitalwerbesteuer angeben, die ihm zugewiesen wurden. Die Tatsache, dass alle Mitgliedstaaten, in denen Digitalwerbesteuer geschuldet wird, Kenntnis von den Informationen über die jeweilige Steuerpflicht eines Steuerpflichtigen in anderen Mitgliedstaaten erhalten, stellt einen unmittelbaren "Informationsaustausch" dar, der jedem Mitgliedstaat einen vollständigen unionsweiten Überblick über jeden Steuerpflichtigen gibt.

(36a) Der Steuerpflichtige ist unmittelbar gegenüber jedem Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbesteuer geschuldet wird, entsprechend steuerpflichtig. Demzufolge sollte jeder Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbesteuer geschuldet wird, dazu befugt sein, die Zahlung der Digitalwerbesteuer unmittelbar gegenüber dem Steuerpflichtigen durchzusetzen sowie Steuerprüfungen und Kontrollmaßnahmen zur Überprüfung der entsprechenden Steuerpflicht eines Steuerpflichtigen durchzuführen. Solche Durchsetzungs- und Kontrollmaßnahmen sollten nach den geltenden Vorschriften und Verfahren des jeweiligen Mitgliedstaats, in dem die Digitalwerbesteuer geschuldet wird, erfolgen.

(36b) Ein Steuerpflichtiger, der nicht in der Europäischen Union niedergelassen ist, sollte einen Rechtsträger, der in einem Mitgliedstaat niedergelassen ist und derselben Gruppe wie der Steuerpflichtige angehört, oder aber einen in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Steuervertreter benennen, der im Namen des Steuerpflichtigen die Digitalwerbesteuer entrichtet und die Verwaltungspflichten erfüllt. Diese Bestimmung dürfte für ein gutes Steuermanagement sorgen. Der benannte Rechtsträger der Gruppe oder der Steuervertreter sollte dafür verantwortlich sein, dass das in einem Drittstaat niedergelassene Unternehmen die Steuervorschriften einhält; er ist auch dafür verantwortlich, dass die entsprechenden Steuererklärungen in vorgeschriebener Form eingereicht werden. Er sollte auch für die Digitalwerbesteuer des Unternehmens haften, um sicherzustellen, dass die geschuldete Steuer an die nationalen Steuerbehörden entrichtet wird. Wenn ein Steuerpflichtiger, der nicht in der Europäischen Union niedergelassen ist, seinen Steuerpflichten in Bezug auf die Digitalwerbesteuer nicht nachkommt, können die Mitgliedstaaten von einem in der Europäischen Union niedergelassenen Rechtsträger, der derselben Gruppe wie der Steuerpflichtige angehört, verlangen, dass er im Namen des Steuerpflichtigen die Digitalwerbesteuer entrichtet und die Pflichten erfüllt.

(37) Die Mitgliedstaaten sollten in der Lage sein, Rechnungslegungs-, Buchführungs- oder sonstige Pflichten, die gewährleisten sollen, dass die Digitalwerbesteuer tatsächlich entrichtet wird, sowie andere Maßnahmen zur Verhütung von Steuerhinterziehung, Steuervermeidung und Steuermissbrauch festzulegen.

(38) Um einheitliche Bedingungen für die Durchführung dieser Richtlinie im Hinblick auf die zu erfüllenden administrativen Pflichten sicherzustellen, sollten der Kommission Durchführungsbefugnisse übertragen werden. Diese Befugnisse sollten gemäß der Verordnung (EU) Nr. 182/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>16</sup> ausgeübt werden.

(39) Da sich die Steuerbehörden aller Mitgliedstaaten im Prinzip auf dieselben Daten stützen, sieht die Richtlinie vor, dass Informationen über jegliche Änderung der erklärten Erträge aufgrund von Steuerprüfungen und Kontrollmaßnahmen ausgetauscht werden. Änderungen der Zahlenangaben in einer Erklärung betreffend die Digitalwerbesteuer auf Veranlassung des Steuerpflichtigen sollten nur mittels Änderung dieser Steuererklärung vorgenommen werden und spätestens drei Jahre nach dem Tag, an dem die ursprüngliche Erklärung einzureichen war, allen Mitgliedstaaten, in denen Digitalwerbesteuer geschuldet wurde, auf elektronischem Wege übermittelt werden. Die Bestimmungen über die Geheimhaltungspflicht richten sich nach der Richtlinie 2011/16/EU<sup>17</sup>. Die Mitgliedstaaten sollten, wo erforderlich, die von der Union erlassenen Bestimmungen über die Verwaltungszusammenarbeit in Steuersachen anwenden, zum Beispiel die Richtlinien des Rates 2011/16/EU und 2010/24/EU<sup>18</sup>, oder andere auf internationaler Ebene zur Verfügung stehende Maßnahmen, zum Beispiel das Übereinkommen über die gegenseitige Amtshilfe in Steuersachen, Artikel 26 des OECD-Musterabkommens zur Vermeidung von Doppelbesteuerung von Einkommen und Vermögen sowie das OECD-Musterabkommen zum Informationsaustausch in Steuersachen.

---

<sup>16</sup> Verordnung (EU) Nr. 182/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 2011 zur Festlegung der allgemeinen Regeln und Grundsätze, nach denen die Mitgliedstaaten die Wahrnehmung der Durchführungsbefugnisse durch die Kommission kontrollieren (ABl. L 55 vom 28.2.2011, S. 13).

<sup>17</sup> Richtlinie 2011/16/EU des Rates vom 15. Februar 2011 über die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden im Bereich der Besteuerung und zur Aufhebung der Richtlinie 77/799/EWG (ABl. L 64 vom 11.3.2011, S. 1).

<sup>18</sup> Richtlinie 2010/24/EU des Rates vom 16. März 2010 über die Amtshilfe bei der Beitreibung von Forderungen in Bezug auf bestimmte Steuern, Abgaben und sonstige Maßnahmen (ABl. L 84 vom 31.3.2010, S. 1).

(40) Gemäß der Gemeinsamen Politischen Erklärung der Mitgliedstaaten und der Kommission vom 28. September 2011 zu erläuternden Dokumenten<sup>19</sup> haben sich die Mitgliedstaaten verpflichtet, in begründeten Fällen zusätzlich zur Mitteilung ihrer Umsetzungsmaßnahmen ein oder mehrere Dokumente zu übermitteln, in denen der Zusammenhang zwischen den Bestandteilen einer Richtlinie und den entsprechenden Teilen innerstaatlicher Umsetzungsinstrumente erläutert wird. In Bezug auf diese Richtlinie hält der Gesetzgeber die Übermittlung derartiger Dokumente für gerechtfertigt.

(41) Durch diese Richtlinie sollen die Integrität des Binnenmarkts geschützt, sein reibungsloses Funktionieren sichergestellt und Wettbewerbsverzerrungen vermieden werden. Da die Ziele dieser Richtlinie aufgrund ihrer Art von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können, sondern vielmehr auf Unionsebene besser zu verwirklichen sind, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip tätig werden. Entsprechend dem im selben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Richtlinie nicht über das zur Erreichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.

(42) Die Digitalwerbesteuer soll lediglich eine Zwischenlösung sein, bis eine umfassende Lösung gefunden wird (siehe Erwägungsgrund 6). Dies soll mit einem festen Ablaufdatum in Kombination mit einer Revisionsklausel und in Zusammenhang mit den Entwicklungen auf globaler Ebene sichergestellt werden –

HAT FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

## Kapitel 1

### GEGENSTAND UND BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

#### *Artikel 1*

#### *Gegenstand*

Mit dieser Richtlinie wird das gemeinsame System einer Digitalwerbesteuer auf Erträge aus der Erbringung digitaler Werbedienstleistungen geschaffen.

---

<sup>19</sup> ABl. C 369 vom 17.12.2011, S. 14.

*Artikel 2*  
*Begriffsbestimmungen*

Für die Zwecke dieser Richtlinie gelten folgende Begriffsbestimmungen:

- (1) "Rechtsträger" bezeichnet eine juristische Person oder ein juristisches Konstrukt, die bzw. das entweder durch ein Unternehmen oder mittels einer für Einkommenssteuerzwecke transparenten Struktur eine Geschäftstätigkeit ausübt;
- (1a) "in der Union niedergelassen" bezeichnet den Umstand, dass ein Sitz einer wirtschaftlichen Tätigkeit oder eine feste Niederlassung im Gebiet der Union besteht;
- (1b) "nicht in der Union niedergelassen" bezeichnet den Umstand, dass weder ein Sitz einer wirtschaftlichen Tätigkeit noch eine feste Niederlassung im Gebiet der Union besteht;
- (2) "Gruppe" bezeichnet alle Rechtsträger, darunter auch ein Mutterunternehmen und alle Tochterunternehmen gemäß Artikel 2 Nummer 11 der Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates<sup>20</sup>;
- (3) "digitale Schnittstelle" bezeichnet jede Art von Software, darunter auch Websites oder Teile davon sowie Anwendungen, einschließlich mobiler Anwendungen, auf die Nutzer zugreifen können;
- (4) "Nutzer" bezeichnet eine natürliche oder juristische Person oder ein juristisches Konstrukt jeglicher Art, die bzw. das mit einem Gerät auf eine digitale Schnittstelle zugreift;
- (5) *gestrichen*
- (5a) "gezielte Werbung" bezeichnet jede Form von digitaler kommerzieller Kommunikation zur Werbung für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Marke, die an Nutzer einer digitalen Schnittstelle auf der Grundlage gesammelter Daten über diese Nutzer gerichtet ist;

---

<sup>20</sup> Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Juni 2013 über den Jahresabschluss, den konsolidierten Abschluss und damit verbundene Berichte von Unternehmen bestimmter Rechtsformen und zur Änderung der Richtlinie 2006/43/EG des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinien 78/660/EWG und 83/349/EWG des Rates (ABl. L 182 vom 29.6.2013, S. 19).



- (5b) [...]
- (6) "Internet-Protocol-Adresse (IP-Adresse)" bezeichnet eine Folge von alphanumerischen Zeichen, die einem Netzwerkgerät zugeordnet ist, um dessen Kommunikation über das Internet zu ermöglichen;
- (7) "Steuerzeitraum" bezeichnet ein Kalenderjahr;

*Artikel 3*  
*Steuerbare Erträge*

- (1) Für die Zwecke dieser Richtlinie gelten die aus der Platzierung von gezielter Werbung auf einer digitalen Schnittstelle durch einen Rechtsträger [...] erwirtschafteten Erträge als "steuerbare Erträge".
- (1a) Erträge aus Gestaltungen, deren ausschließlicher oder hauptsächlicher Zweck darin besteht, die im Rahmen dieser Richtlinie vorgesehene Besteuerung zu umgehen, gelten als steuerbare Erträge im Sinne dieser Richtlinie.
- (2) Die Bezugnahme auf Erträge in Absatz 1 entspricht den Gesamtbruttoerträgen abzüglich der Mehrwertsteuer und sonstiger ähnlicher Steuern.
- (3) Absatz 1 gilt unabhängig davon, ob die digitale Schnittstelle Eigentum des Rechtsträgers ist, der für die Platzierung der Werbung auf dieser Schnittstelle verantwortlich zeichnet. Handelt es sich bei dem Rechtsträger, der die Werbung platziert, nicht um den Eigentümer der digitalen Schnittstelle, so gilt nicht der Eigentümer der Schnittstelle, sondern dieser Rechtsträger als Erbringer einer unter Absatz 1 fallenden Dienstleistung.
- (4) *gestrichen*
- (5) *gestrichen*
- (6) *gestrichen*

- (7) Die Erträge aus der Erbringung einer unter Absatz 1 fallenden Dienstleistung durch einen Rechtsträger, der einer Gruppe angehört, für einen anderen Rechtsträger derselben Gruppe gelten für die Zwecke dieser Richtlinie nicht als steuerbare Erträge.
- (8) Wenn ein Rechtsträger, der einer Gruppe angehört, eine unter Absatz 1 fallende Dienstleistung erbringt und die Erträge aus der Erbringung dieser Dienstleistung von einem anderen Rechtsträger derselben Gruppe erwirtschaftet werden, gelten diese Erträge für die Zwecke dieser Richtlinie als von dem Rechtsträger erwirtschaftet, der die Dienstleistung erbracht hat.
- (9) Unter Absatz 1 fallende Dienstleistungen werden in den Kapiteln 2 und 3 als "steuerbare Dienstleistungen" bezeichnet.

*Artikel 4*  
*Steuerpflichtiger*

- (1) Der Ausdruck "Steuerpflichtiger" bezeichnet in Bezug auf einen Steuerzeitraum einen Rechtsträger, der die in Artikel 3 Absatz 1 genannten steuerbaren Dienstleistungen erbringt und dabei die beiden nachstehend genannten Bedingungen erfüllt:
- a) Die von dem Rechtsträger für das relevante Geschäftsjahr insgesamt gemeldeten weltweiten Erträge überschreiten **[750 000 000]** EUR;
- b) die von dem Rechtsträger in dem relevanten Geschäftsjahr innerhalb der Union insgesamt erzielten steuerbaren Erträge überschreiten **[50 000 000]** EUR.
- (2) Meldet oder erwirtschaftet ein Rechtsträger Erträge in einer anderen Währung als Euro, so werden die Erträge für die Zwecke des Absatzes 1 unter Zugrundelegung des am letzten Tag des relevanten Geschäftsjahres im *Amtsblatt der Europäischen Union* veröffentlichten Wechselkurses oder, falls an diesem Tag keine Veröffentlichung erfolgt ist, unter Zugrundelegung des am Vortag veröffentlichten Wechselkurses umgerechnet.
- (3) In den Absätzen 1 und 2 bezeichnet der Ausdruck "das relevante Geschäftsjahr" das Geschäftsjahr, für das der Rechtsträger den letzten verfügbaren Jahresabschluss vor Ablauf des fraglichen Steuerzeitraums vorgelegt hat.

- (4) Die Bestimmung des Artikels 5 Absatz 1 gilt für die Festlegung gemäß Absatz 1 Buchstabe b, ob steuerbare Erträge innerhalb der Union erwirtschaftet werden.
- (5) Für die Zwecke dieser Richtlinie gelten steuerbare Erträge als zu dem Zeitpunkt erwirtschaftet, zu dem sie fällig sind, unabhängig davon, ob die betreffenden Beträge tatsächlich gezahlt wurden.
- (6) Wenn der in Absatz 1 genannte Rechtsträger einer Gruppe angehört, werden die in diesem Absatz genannten Schwellenwerte stattdessen auf die von der gesamten Gruppe gemeldeten weltweiten Erträge und die von ihr innerhalb der Union erwirtschafteten steuerbaren Erträge angewandt. Jedoch gilt jeder Rechtsträger innerhalb der Gruppe, der die in Artikel 3 Absatz 1 genannten steuerbaren Dienstleistungen erbringt, und nicht die gesamte Gruppe als Steuerpflichtiger, wenn die in Absatz 1 genannten Bedingungen erfüllt sind.

## Kapitel 2

### ORT DER BESTEUERUNG, STEUERANSPRUCH UND BERECHNUNG DER STEUER

#### *Artikel 5*

#### *Ort der Besteuerung*

- (1) Für die Zwecke dieser Richtlinie gelten die während eines Steuerzeitraums von einem Rechtsträger erwirtschafteten steuerbaren Erträge als während dieses Steuerzeitraums in einem Mitgliedstaat erzielt, wenn die Nutzer der steuerbaren Dienstleistung während des genannten Steuerzeitraums in diesem Mitgliedstaat ansässig sind.

Unterabsatz 1 gilt unabhängig davon, ob diese Nutzer monetär zur Erzielung der Erträge beigetragen haben.

- (2) In Bezug auf eine steuerbare Dienstleistung gilt ein Nutzer als in einem Mitgliedstaat in einem Steuerzeitraum ansässig, wenn die fragliche Werbung auf dem Gerät des Nutzers zu einem Zeitpunkt erscheint, zu dem das Gerät während des betreffenden Steuerzeitraums in dem betreffenden Mitgliedstaat für den Zugriff auf eine digitale Schnittstelle verwendet wird.

- (3) Für jeden Steuerzeitraum wird der Anteil der steuerbaren Gesamterträge eines Rechtsträgers, der gemäß Absatz 1 als in einem Mitgliedstaat erwirtschaftet gilt, für jede Transaktion anteilig dazu ermittelt, wie oft die Werbung während des betreffenden Steuerzeitraums auf den Geräten der Nutzer angezeigt wurde.
- (4) Für die Zwecke der Bestimmung des Ortes der Besteuerung der steuerbaren Erträge, die der Digitalwerbsteuer unterliegen, findet der Ort, von dem aus die Zahlung der steuerbaren Dienstleistung erfolgt, keine Berücksichtigung.
- (5) Für die Zwecke dieses Artikels wird der Mitgliedstaat, in dem ein Nutzergerät genutzt wird, unter Bezugnahme auf die Internet-Protocol-Adresse (IP-Adresse) des Geräts ermittelt. **Liegt diese Information nicht vor, so kann ein Rechtsträger versuchen, den Ort der Nutzung auf der Grundlage alternativer Nachweise zu bestimmen, wie etwa Informationen von Geoortungsinstrumenten, sofern diese Nachweise realistische Rückschlüsse auf den Ort der Nutzung zulassen.**

[...]

- (6) Die Nutzerdaten, die für die Zwecke dieser Richtlinie gesammelt werden dürfen, beschränken sich auf die Daten, aus denen hervorgeht, in welchem Mitgliedstaat sich die Nutzer befinden, wobei die Identifizierung dieser Nutzer nicht erlaubt ist.

### *Artikel 6* *Steueranspruch*

Der Anspruch auf Erhebung der Digitalwerbsteuer in einem Mitgliedstaat entsteht für den Anteil der von einem Steuerpflichtigen während eines Steuerzeitraums erwirtschafteten steuerbaren Erträge, der gemäß Artikel 5 als in diesem Mitgliedstaat erwirtschaftet gilt. Die Digitalwerbsteuer wird in diesem Mitgliedstaat am nächsten Tag nach Ablauf des betreffenden Steuerzeitraums fällig.

*Artikel 7*  
*Berechnung der Steuer*

Die Digitalwerbesteuer für einen Mitgliedstaat für einen Steuerzeitraum wird durch die Anwendung des entsprechenden Steuersatzes auf den in Artikel 6 genannten Anteil der steuerbaren Erträge berechnet. Der Prozentsatz zur Berechnung des Anteils der steuerbaren Erträge wird für diesen Zweck auf zwei Dezimalstellen gerundet.

Enthält der Betrag mindesten drei Dezimalstellen und beträgt der Wert der dritten Dezimalstelle Sechs oder mehr, so wird die zweite Dezimalstelle aufgerundet. Beträgt der Wert der dritten Dezimalstelle Vier oder weniger, so bleibt die zweite Dezimalstelle gleich. Beträgt der Wert der dritten Dezimalstelle Fünf, so bleibt die zweite Dezimalstelle gleich, wenn die Zahl gerade ist, und sie wird aufgerundet, wenn sie ungerade ist. Handelt es sich bei der nach den oben genannten Regeln aufzurundenden Zahl um eine Neun, so wird die vorausgehende Zahl aufgerundet und die gerundete Zahl ist Null.

*Artikel 8*  
*Steuersatz*

Der Steuersatz der Digitalwerbesteuer beträgt 3 %.

Kapitel 3

PFLICHTEN

*Artikel 9*  
*Steuerschuldner und Verantwortlicher für die Erfüllung der Pflichten*

- (1) Die Digitalwerbesteuer wird von dem Steuerpflichtigen geschuldet, der die steuerbaren Dienstleistungen erbringt, und ihm obliegen auch die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten.

- (2) Gehören ein oder mehrere in der Union niedergelassene Steuerpflichtige einer Gruppe an, so ist es dieser Gruppe unbeschadet des Absatzes 1 und des Artikels 4 Absatz 1 gestattet, einen einzigen in der Union niedergelassenen und zur Gruppe gehörenden Rechtsträger zu benennen, der im Namen jedes der Digitalwerbsteuer unterliegenden Steuerpflichtigen in der Gruppe die Digitalwerbsteuer entrichtet und die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten erfüllt.
- (3) Gehört ein nicht in der Union niedergelassener Steuerpflichtiger einer Gruppe an, der ein oder mehrere in der Union niedergelassene Rechtsträger angehören, so benennt der Steuerpflichtige einen dieser Rechtsträger, der im Namen des Steuerpflichtigen die Digitalwerbsteuer entrichtet und die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten erfüllt.
- (4) Gehört ein nicht in der Union niedergelassener Steuerpflichtiger einer Gruppe an, der ein oder mehrere in der Union niedergelassene Rechtsträger angehören, und ist der Steuerpflichtige seinen Pflichten nach Absatz 3 nicht nachgekommen, so können die Mitgliedstaaten von einem dieser Rechtsträger verlangen, im Namen des Steuerpflichtigen die Digitalwerbsteuer zu entrichten und die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten zu erfüllen.
- (5) Ein nicht in der Union niedergelassener Steuerpflichtiger, der keiner Gruppe angehört, benennt einen in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Stellvertreter, der im Namen des Steuerpflichtigen die Digitalwerbsteuer entrichtet und die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten erfüllt.
- (6) Ist ein Steuerpflichtiger nicht in der Union niedergelassen und gehört er einer Gruppe ohne in der Union niedergelassene Rechtsträger an, so benennt der Steuerpflichtige einen in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Stellvertreter, der im Namen jedes der Digitalwerbsteuer unterliegenden Steuerpflichtigen in der Gruppe die Digitalwerbsteuer entrichtet und die in diesem Kapitel aufgeführten Pflichten erfüllt.
- (7) Wird nach den Absätzen 2 bis 6 dieses Artikels ein Rechtsträger oder ein Stellvertreter benannt, so schließt für die Zwecke dieses Kapitels die Bezugnahme auf den Steuerpflichtigen in diesem Kapitel die Bezugnahme auf den Stellvertreter oder den benannten Rechtsträger ein.

*Artikel 10*  
*Identifizierung*

- (1) Ein Steuerpflichtiger identifiziert sich in jedem Mitgliedstaat, in dem er der Digitalwerbesteuer unterliegt.
- (2) Die Identifizierung muss auf elektronischem Wege spätestens 30 Tage nach Ablauf des ersten Steuerzeitraums erfolgen, für den der Steuerpflichtige gemäß dieser Richtlinie der Digitalwerbesteuer unterliegt (im Folgenden "erster Veranlagungszeitraum").
- (3) *gestrichen*
- (4) Die Identifizierung gemäß Absatz 1 muss mindestens folgende Angaben zum Steuerpflichtigen umfassen:
  - a) Name,
  - b) Handelsname, falls vom Namen abweichend,
  - c) Postanschrift,
  - d) E-Mail-Adresse,
  - e) nationale Steuernummer, falls vorhanden,
  - f) Name der Kontaktperson,
  - g) Telefonnummer,
  - h) *gestrichen*
  - i) IBAN oder OBAN.
- (5) Der Steuerpflichtige teilt jedem Mitgliedstaat, in dem er der Digitalwerbesteuer unterliegt, jegliche Änderung der Angaben gemäß Absatz 4 innerhalb von 30 Tagen nach Eintreten der Änderung mit.

- (6) Wird ein Rechtsträger oder Steuervertreter nach Artikel 9 Absätze 2 bis 6 benannt, so müssen die von diesem benannten Rechtsträger oder benannten Steuervertreter gemäß dem vorliegenden Artikel übermittelten Angaben zu jedem Steuerpflichtigen in der Gruppe oder zu jedem vertretenen Steuerpflichtigen auch Angaben zu ihm selbst bezüglich der in Absatz 4 aufgeführten Punkte umfassen.
- (7) Die Kommission kann Durchführungsrechtsakte erlassen, mit denen ein gemeinsames Format für die gemäß diesem Artikel vorgeschriebene Mitteilung festgelegt wird. Diese Durchführungsrechtsakte werden gemäß dem in Artikel 24 Absatz 2 genannten Verfahren erlassen.

### *Artikel 11*

#### *Identifikationsnummer*

1. Ein Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbsteuer geschuldet wird, weist dem Steuerpflichtigen eine individuelle Identifikationsnummer für die Digitalwerbsteuer zu und teilt dem Steuerpflichtigen diese Nummer innerhalb von 30 Tagen ab dem Tag, an dem die Mitteilung gemäß Artikel 10 eingegangen ist, auf elektronischem Wege mit.

Wenn ein Steuervertreter nach Artikel 9 Absatz 5 oder 6 benannt wird, weist ein Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbsteuer geschuldet wird, dem Steuervertreter eine individuelle Digitalwerbsteuer-Identifikationsnummer zu und teilt dem Steuervertreter diese Nummer innerhalb von 30 Tagen ab dem Tag, an dem die Mitteilung gemäß Artikel 10 eingegangen ist, auf elektronischem Wege mit.

- (2) Der individuellen Identifikationsnummer wird ein Präfix nach dem ISO-Code 3166 Alpha 2 vorangestellt, das auf den Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbsteuer geschuldet wird, verweist. Griechenland und das Vereinigte Königreich verwenden jedoch das Präfix "EL" bzw. "UK".
- (3) Die Mitgliedstaaten treffen die nötigen Maßnahmen, um sicherzustellen, dass ihre Identifikationssysteme die Identifizierung der Steuerpflichtigen ermöglichen, und führen ein Identifikationsregister mit allen von ihnen zugewiesenen individuellen Identifikationsnummern.



*Artikel 12*  
*gestrichen*

*Artikel 13*  
*gestrichen*

*Artikel 14*  
*Erklärung der Digitalwerbesteuer*

- (1) Ein Steuerpflichtiger legt jedem Mitgliedstaat, in dem er der Digitalwerbesteuer unterliegt, für jeden Steuerzeitraum eine entsprechende Steuererklärung vor. Die Erklärung ist auf elektronischem Wege innerhalb von 90 Tagen nach Ablauf des von der Erklärung abgedeckten Steuerzeitraums zu übermitteln.
- (2) Hat ein Steuerpflichtiger von der Möglichkeit in Artikel 9 Absatz 2 Gebrauch gemacht oder ist er nach Artikel 9 Absatz 3 oder nach Artikel 9 Absatz 6 dazu verpflichtet, einen Rechtsträger oder einen Stellvertreter zu benennen, so ist es diesem Rechtsträger bzw. diesem Stellvertreter gestattet, eine konsolidierte Erklärung der Digitalwerbesteuer im Namen aller Steuerpflichtigen in der Gruppe einzureichen.

*Artikel 15*  
*Angaben in der Erklärung der Digitalwerbesteuer*

- (1) Die Erklärung der Digitalwerbesteuer muss folgende Angaben enthalten:
  - a) alle Digitalwerbesteuer-Identifikationsnummern, die gemäß Artikel 11 von Mitgliedstaaten zugewiesen wurden; wenn ein Stellvertreter nach Artikel 9 Absatz 5 oder 6 benannt wird, die dem Stellvertreter zugewiesenen Digitalwerbesteuer-Identifikationsnummern;
  - b) für alle Mitgliedstaaten, in denen für den relevanten Steuerzeitraum Digitalwerbesteuer geschuldet wird, den Gesamtbetrag der steuerbaren Erträge, der als von dem Steuerpflichtigen in diesen Mitgliedstaaten erwirtschaftet gilt, zusammen mit dem für diesen Betrag in diesen Mitgliedstaaten geschuldeten Betrag der Digitalwerbesteuer.

- (2) Aus der Erklärung der Digitalwerbesteuer müssen außerdem – bezogen auf den Steuerzeitraum – der Gesamtbetrag der weltweiten Erträge und der Gesamtbetrag der innerhalb der Union steuerbaren Erträge für die Zwecke des Artikels 4 Absatz 1 hervorgehen.
- (3) Die Mitgliedstaaten können verlangen, dass die Angaben in der Erklärung in ihrer Landeswährung gemacht werden. Eine Umrechnung erfolgt gemäß Artikel 4 Absatz 2.
- (4) *gestrichen*
- (5) *gestrichen*
- (6) Die Kommission kann Durchführungsrechtsakte erlassen, mit denen ein gemeinsames Format für die Erklärung der Digitalwerbesteuer festgelegt wird. Diese Durchführungsrechtsakte werden gemäß dem in Artikel 24 Absatz 2 genannten Verfahren erlassen.

*Artikel 16*  
*Zahlungsmodalitäten*

- (1) Die von einem Steuerpflichtigen für einen Steuerzeitraum in jedem Mitgliedstaat geschuldete Digitalwerbesteuer wird von dem Steuerpflichtigen in jedem Mitgliedstaat, in dem er der Digitalwerbesteuer unterliegt, spätestens 90 Tage nach Ablauf des betreffenden Steuerzeitraums entrichtet.
- (2) *gestrichen*
- (3) Die Zahlung muss auf das vom jeweiligen Mitgliedstaat bezeichnete Bankkonto erfolgen.
- (4) *gestrichen*
- (5) Die Mitgliedstaaten können verlangen, dass die Zahlung in ihrer Landeswährung getätigt wird.
- (6) *gestrichen*
- (7) *gestrichen*

## Artikel 17

### *Änderung der Erklärung der Digitalwerbesteuer*

- (1) Änderungen der in einer Erklärung der Digitalwerbesteuer genannten Zahlen auf Veranlassung des Steuerpflichtigen dürfen nur mittels Änderung dieser Steuererklärung und nicht mittels Anpassung einer späteren Steuererklärung vorgenommen werden.
- (2) Die Änderungen gemäß Absatz 1 sind allen Mitgliedstaaten, in denen Digitalwerbesteuer geschuldet wurde, spätestens drei Jahre nach dem Tag, an dem die ursprüngliche Erklärung abzugeben war, auf elektronischem Wege zu übermitteln.
- (3) Jede sich aus den Änderungen gemäß Absatz 1 ergebende zusätzliche Zahlung von Digitalwerbesteuer eines Steuerpflichtigen hat gleichzeitig mit der Übermittlung der geänderten Steuererklärung der Digitalwerbesteuer zu erfolgen.

## Artikel 18

### *Rechnungslegungs-, Buchführungs-, Betrugsbekämpfungs-, Durchsetzungs- und Kontrollmaßnahmen*

- (1) Die Mitgliedstaaten legen Rechnungslegungs-, Buchführungs- und sonstige Pflichten fest, durch die gewährleistet werden soll, dass die den Steuerbehörden geschuldete Digitalwerbesteuer tatsächlich entrichtet wird.
- (2) Die Mitgliedstaaten sehen vor, dass der Steuerpflichtige in der Lage sein muss, nachzuweisen, dass nicht erklärte Online-Werbeinnahmen aus nicht zielgerichteter Werbung stammen.
- (3) *gestrichen*
- (4) Jeder Mitgliedstaat, in dem Digitalwerbesteuer geschuldet wird, setzt die Zahlung der Digitalwerbesteuer gegenüber dem betreffenden Steuerpflichtigen durch. Hierfür gelten die Vorschriften und Verfahren des jeweiligen Mitgliedstaats, einschließlich der Vorschriften und Verfahren bezüglich Geldbußen, Verzugszinsen und sonstiger Strafen bei verspäteter oder nicht erfolgter Zahlung der Digitalwerbesteuer sowie der Vorschriften und Verfahren bezüglich der Zwangsbeitreibung.
- (5) *gestrichen*

## Kapitel 4

### VERWALTUNGSZUSAMMENARBEIT

#### *Artikel 19*

##### *Benennung der zuständigen Behörden*

Jeder Mitgliedstaat benennt die zuständige Behörde, die in diesem Mitgliedstaat für alle Aspekte der in Kapitel 3 und in diesem Kapitel dargelegten Pflichten verantwortlich ist, und teilt der Kommission die Bezeichnung und die E-Mail-Adresse dieser Behörde mit. Die Bezeichnungen und E-Mail-Adressen der zuständigen Behörden werden von der Kommission im *Amtsblatt der Europäischen Union* veröffentlicht.

#### *Artikel 20*

##### *Informationsaustausch*

Die zuständige Behörde jedes Mitgliedstaats teilt der zuständigen Behörde aller anderen Mitgliedstaaten, in denen der Steuerpflichtige der Digitalwerbesteuer unterliegt, innerhalb von 30 Tagen jegliche Änderung der gemäß Artikel 15 Absatz 1 Buchstabe b und Artikel 15 Absatz 2 erklärten Erträge aufgrund von Steuerprüfungen und Kontrollmaßnahmen mit. Die Informationen, die im Rahmen dieser Richtlinie in irgendeiner Form zwischen Mitgliedstaaten übermittelt werden, unterliegen der Geheimhaltungspflicht und genießen den Schutz, den das innerstaatliche Recht des Mitgliedstaats, der sie erhalten hat, für Informationen dieser Art gewährt. Diese Informationen dürfen zur Anwendung und Durchsetzung der innerstaatlichen Rechtsvorschriften aller Mitgliedstaaten über die in Artikel 2 der Richtlinie 2011/16/EU genannten Steuern verwendet werden.

## *Artikel 21*

### *Mittel des Informationsaustauschs*

- (1) Die gemäß diesem Kapitel weiterzuleitenden Informationen und Unterlagen werden mittels des CNN-Netzes elektronisch übermittelt.
- (2) Die Kommission kann Durchführungsrechtsakte erlassen, mit denen die technischen Einzelheiten für die Übermittlung solcher Informationen und Unterlagen festgelegt werden. Diese Durchführungsrechtsakte werden gemäß dem in Artikel 24 Absatz 2 genannten Verfahren erlassen.

## Kapitel 5

### SCHLUSSBESTIMMUNGEN

## *Artikel 24*

### *Ausschussverfahren*

- (1) Die Kommission wird von einem Ausschuss unterstützt. Dieser Ausschuss ist ein Ausschuss im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 182/2011.
- (2) Wird auf diesen Absatz Bezug genommen, so gilt Artikel 5 der Verordnung (EU) Nr. 182/2011.

## *Artikel 25*

### *Umsetzung*

- (1) Die Mitgliedstaaten erlassen und veröffentlichen spätestens am [31. Dezember 2021] die Rechts- und Verwaltungsvorschriften, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie nachzukommen. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis.

Sie wenden diese Rechtsvorschriften ab dem [1. Januar 2022] an.

Bei Erlass dieser Vorschriften nehmen die Mitgliedstaaten in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug.

- (2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten nationalen Vorschriften mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.
- (3) Die Kommission erstellt bis zum 31. Dezember 2020 einen Bericht über die Fortschritte bei den auf OECD-Ebene vereinbarten Überarbeitungen der internationalen Standards der Unternehmensbesteuerung zur Bewältigung der sich aus der Digitalisierung ergebenden Herausforderungen, dem sie gegebenenfalls einen Vorschlag zur Aufschiebung der Anwendung dieser Richtlinie oder zur Aufhebung dieser Richtlinie beifügt.
- (4) Diese Richtlinie gilt bis zum Anwendungsbeginn der auf OECD-Ebene vereinbarten Überarbeitungen der internationalen Standards der Unternehmensbesteuerung zur Bewältigung der sich aus der Digitalisierung ergebenden Herausforderungen, längstens aber bis zum 31. Dezember [2025].

*Artikel 26*  
*Inkrafttreten*

Diese Richtlinie tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

*Artikel 27*  
*Adressaten*

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Brüssel am [...]

*Im Namen des Rates*  
*Der Präsident*

---