

An das
Bundesministerium für Finanzen
Johannesgasse 5
1010 Wien

Per email:
e-recht@bmf.gv.at
begutachtungsverfahren@parlament.gv.at

Wien, am 09. Mai 2019

IV Stellungnahme zum Begutachtungsentwurf des Bundesgesetzes, mit dem das Digitalsteuergesetz 2020 erlassen wird und das Umsatzsteuergesetz 1994 sowie der Entwurf zur Sorgfaltspflichten-Umsatzsteuerverordnung geändert werden.

GZ: BMF-010000/0016-IV/1/2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Industriellenvereinigung (IV) bedankt sich für die Möglichkeit zur Abgabe einer Stellungnahme zum vorliegenden Begutachtungsentwurf.

Im Folgenden nimmt die IV zu einzelnen Teilen des Begutachtungsentwurfs Stellung:

Digitalsteuergesetz 2020

In der wirkungsorientierten Folgenabschätzung zum Entwurf des Digitalsteuergesetzes 2020 wird festgestellt, dass „*Unternehmen aus dem Bereich der ‚Digital economy‘ ... oftmals wesentlich weniger Steuern als Konkurrenten aus dem ‚traditionellen‘ Segment [zahlen].*“ Diese Behauptung wird jedoch durch keinerlei Studien, Daten oder sonstige Untersuchungen belegt. Im Gegenteil zeigen empirische Untersuchungen, dass Unternehmen der „Digital Economy“ ähnlich viel Steuern wie

Unternehmen aus dem „traditionellen“ Segment zahlen. So zeigt beispielsweise die Studie „Digital Companies and Their Fair Share of Taxes: Myths and Misconceptions“ (Matthias Bauer, ECIPE)¹, dass „Digital Companies“ im 5-Jahresschnitt einer effektiven Steuerquote von 29,1% unterlagen, während „Traditional Companies“ im Schnitt 27,7% Ertragssteuern gezahlt haben. Eine höhere Besteuerung der „Digital Economy“ ist daher in dieser Hinsicht nicht begründbar.

Der vorliegende Entwurf für ein Digitalsteuergesetz ist kritisch zu sehen, da durch eine voreilige nationale „Lösung“ zusätzliche Komplexität im Bereich der Unternehmensbesteuerung geschaffen wird, ohne das fragwürdige Ziel einer stärkeren Besteuerung digitaler Unternehmen zu erreichen. Das überschaubare Mehraufkommen iHv. 25 Mio. Euro wird vermutlich vollständig auf österreichische Unternehmen und Konsumenten abgewälzt. Dies zeigt auch eine Studie von Deloitte in Frankreich², wo das französische Modell der Digitalsteuer analysiert wurde. Dabei wurde festgestellt, dass die Onlinewerbeabgabe zu 77% von den Konsumenten, zu 23% von den Auftraggebern der Werbung und zu 0% von den „Digitalunternehmen“ getragen wird. Aus diesem Grund ist auch die Auswirkung auf Unternehmen in der wirkungsorientierten Folgenabschätzung nicht korrekt dargestellt, da von Unternehmen aus Drittstaaten abgeführten zusätzlichen Steuern durchwegs von österreichischen Unternehmen und Konsumenten bezahlt werden wird.

Da auf OECD-Ebene zu dieser Thematik die internationalen Verhandlungen bereits weit fortgeschritten sind und 2020 mit einem internationalen Lösungsvorschlag zu rechnen ist, wäre es deutlich sinnvoller diese Entwicklung abzuwarten, bevor sämtliche Mitgliedstaaten nationale Alleingänge durchführen, welche zu einer Vielzahl an unterschiedlichsten rechtlichen Ausgestaltungen führen und dadurch die Komplexität des internationalen Steuerrechts sowie das Risiko von Doppelbesteuerung maßgeblich erhöhen.

Ziel des Digitalsteuergesetzes soll gemäß der wirkungsorientierten Folgenabschätzung die „Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit Österreichs...“ sein. Da, wie oben ausgeführt, die Digitalsteuer von den österreichischen Unternehmen, die Onlinewerbung in Auftrag geben, getragen wird und diese daher mit zusätzlichen Kosten belastet werden, wird die Position der österreichischen Unternehmen im internationalen Wettbewerb geschwächt. Ein Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit Österreichs wäre vielmehr eine Nicht-Einführung der Digitalsteuer und eine Abschaffung der Werbeabgabe.

¹ <https://ecipe.org/publications/digital-companies-and-their-fair-share-of-taxes/>

² <https://taj-strategie.fr/content/uploads/2020/03/dst-impact-assessment-march-2019.pdf>

Zu § 1 DiStG 2020

„Der Digitalsteuer unterliegen Onlinewerbeleistungen, soweit sie von Onlinewerbeleistern im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Eine Onlinewerbeleistung gilt als im Inland erbracht, wenn sie auf dem Gerät eines Nutzers mit inländischer IP-Adresse erscheint und sich ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nach (auch) an inländische Nutzer richtet.“

Die vorliegende Definition des Begriffs der inländisch erbrachten Onlinewerbeleistung ist aus Sicht der IV unzureichend bestimmt, da nicht eindeutig ableitbar ist, wann für den Gesetzgeber eine Onlinewerbeleistung *„sich ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nach (auch) an inländische Nutzer richtet“*. Beispielsweise ist nicht ersichtlich, ob etwa fremdsprachige Werbungen als ausländische Werbeleistungen zu qualifizieren sind.

Auch die Formulierung in den EBs *„Dabei genügt, dass ein Link auf dem Gerät aufscheint. Nicht erforderlich ist, dass der Nutzer sofort die gesamte Onlinewerbeleistung wahrnimmt.“* trägt nicht zur Aufklärung bei, sondern schafft zusätzlichen Interpretationsspielraum.

Die IV regt an, die Abgrenzung zwischen rein ausländischer Onlinewerbeleistung und (auch) inländischer Onlinewerbeleistung zu präzisieren. Ebenso regt die IV an, in den EBs klarzustellen, was der Gesetzgeber unter „Wahrnehmung der gesamten Onlinewerbeleistung“ sowie „ein Link auf dem Gerät“ versteht, um eine korrekte Abgrenzung in der Unternehmenspraxis zu ermöglichen und Unsicherheiten bei der Auslegung zu vermeiden.

Zusätzlich ist in diesem Zusammenhang fraglich, ob es sich bei der IP-Adresse um ein adäquates technisches Mittel zur Bestimmung des Inlandsbezugs handelt. Mittels der IP-Adresse ist es zwar möglich, ein bestimmtes Gerät zu identifizieren. Wo genau sich das Gerät befindet, ist jedoch auf diese Weise nicht feststellbar. Wird beispielsweise ein Mobiltelefon oder Tablet mit einem Vertrag mit einem inländischen Mobilfunkanbieter im Ausland verwendet, wird diesem dennoch eine inländische IP-Adresse zugewiesen. Darüber hinaus kann die IP-Adresse des Gerätes eines Nutzers nicht festgestellt werden, wenn dieser einen Proxyserver verwendet.

Die IV regt an, klarzustellen, wann eine IP-Adresse als „inländisch“ anzusehen ist.

Zu § 2 Abs. 1 Z 1 DiStG 2020

*„Onlinewerbeleister sind Unternehmen, die Onlinewerbeleistung erbringen oder **dazu beitragen** [...]“*

Weder aus dem Gesetzestext noch aus den Erläuterungen ist ersichtlich, wann ein Unternehmen im Sinne des Digitalsteuergesetzes zur Onlinewerbeleistung **beiträgt** und dadurch als Onlinewerbeleister zu behandeln ist. Bei weiter Auslegung wäre beispielsweise jeder Lieferant des Onlinewerbbedienstleisters steuerpflichtig.

Die IV ersucht diesbezüglich um Klarstellung sowie um Beispiele in den Erläuterungen, wann ein Unternehmen zu Onlinewerbeleistungen im Sinne des DiStG beiträgt.

Zu § 2 Abs. 4 DiStG 2020

„,IP-Adresse‘ ... bezeichnet eine Folge von alphanumerischen Zeichen...“

Diese Definition einer IP-Adresse ist unklar. Ist eine Adresse im Sinne des IPv4 Protokolls (RFC 791) gemeint, so handelt es sich um eine 32-stellige Binärzahl, während eine Adresse im Sinne des IPv6 Protokolls (RFC 8200) durch eine 128-stellige Binärzahl dargestellt wird. im Vorschlag der Kommission zur europäischen Digitalsteuer (COM(2018) 148 final) wird der Begriff IP-Adresse mit „... einer Folge von Ziffern ...“ bezeichnet.

Die IV ersucht bezüglich der Definition des Begriffs „IP-Adresse“ um Klarstellung.

Zu § 3 Abs. 1 DiStG 2020

Entsprechend dem Werbeabgabegesetz sollte im Digitalsteuergesetz der Begriff „Entgelt“ zweifelsfrei definiert sein. So sollte beispielsweise klargestellt werden, dass die USt nicht Teil der Bemessungsgrundlage ist.

Aus Sicht der IV empfiehlt es sich, die Formulierung im Werbeabgabegesetz *„Bemessungsgrundlage [...] ist das Entgelt im Sinne des § 4 UStG 1994“* auch im Zusammenhang mit dem Entgelt gemäß Digitalsteuergesetz zu verwenden.

Zu § 3 Abs. 2 DiStG 2020

Absolut unverständlich ist, warum der Steuersatz entgegen der im Vorfeld getätigten Aussagen bzgl. aufkommensneutraler Gestaltung der Onlinewerbeabgabe kurzfristig mit 5% festgelegt wurde. Stattdessen wäre es sinnvoller gewesen, den Steuersatz mit 3% anzusetzen und im Gegenzug zur Einführung der neuen Steuer die ursprüngliche Werbeabgabe auf 3% abzusenken. Diese aufkommensneutrale Variante wäre zumindest noch teilweise mit dem von der Bundesregierung regelmäßig wiederholtem Versprechen „keine neuen Steuern“ vereinbar gewesen. Auch der Vorschlag der Europäischen Kommission zu einer Digitalsteuer sieht einen Steuersatz von 3% vor.



Die IV regt an, wenn das DiStG beschlossen und eine Digitalsteuer eingeführt wird, den Steuersatz mit max. 3% festzulegen und den Steuersatz im Werbeabgabengesetz auf 3% zu senken.

Zu § 8 Abs. 4 DiStG 2020

Vollkommen unverständlich ist, dass aus dem Aufkommen aus der Digitalsteuer jährlich 15 Mio. Euro für österreichische Medienunternehmen zweckgewidmet wird. Die Digitalsteuer wird von den österreichischen (Industrie-)Unternehmen und deren Kunden bezahlt werden müssen. Es ist daher inakzeptabel, dass die österreichischen Unternehmen und Konsumenten zur Finanzierung der österreichischen Medienunternehmen herangezogen werden sollen. Eine Zweckbindung der Mittel aus der Digitalsteuer sollte jenen zu Gute kommen, die diese auch bezahlen.

Die IV regt an, das Aufkommen aus der Digitalsteuer für unternehmerische Forschungsförderung im Bereich der Digitalisierung zu widmen.

Verfassungsrechtliche und europarechtliche Bedenken

Aufgrund der komplexen Thematik wäre es sinnvoll im Vorfeld explizit zu untersuchen, ob der vorliegende Gesetzestext verfassungsrechtlichen und europarechtlichen Grundsätzen entspricht. Dies gilt zum einen für die Ungleichbehandlung von Werbung im Sinne des Werbeabgabengesetzes bzw. Onlinewerbung gemäß dem Digitalsteuergesetz und zum anderen für die Frage, ob es sich bei den Umsatzschwellen von 750 Mio. Euro und 25 Mio. Euro (§ 2 Abs. 1 Z 2), welche speziell auf Unternehmen aus dem (US-)Ausland abzielen, um eine staatliche Beihilfe handelt.

Änderungen im Umsatzsteuergesetz

Generelle wäre es in Anbetracht der Vielzahl an unterschiedlichen Konstellationen in Bezug auf Umsätze, Möglichkeiten zur Registrierung, One-Stop-Shop, Wahlmöglichkeiten, etc. sinnvoll, in den Erläuterungen eine tabellarische Übersicht mit Beispielen zu erstellen. Der vorliegende Gesetzestext ist auch in Zusammenhang mit den Erläuterungen schwer lesbar und lässt für Unternehmen viele Fragen offen, von welchen Regelungen sie nun konkret erfasst sind und welche Pflichten zu erfüllen sind. Diese Unsicherheit kann nicht im Sinne des Gesetzgebers sein.

Zu § 18 Abs. 11 UStG

In § 18 Abs. 11 UStG des Entwurfs ist eine Aufzeichnungspflicht für Unternehmer vorgesehen, die durch eine elektronische Schnittstelle Lieferungen von Gegenständen

aus dem Ausland und sonstige Leistungen im Inland an Nichtunternehmer unterstützen. Den Erläuterungen ist zu entnehmen, dass diese Aufzeichnungen die umsatzsteuerliche Abgabenerhebung iZm „innergemeinschaftlichen Versandhandelslieferungen“ und sonstigen Leistungen im Rahmen der „sharing economy“ (zB Beherbergungsumsätze) erleichtern sollen.

Die Formulierung „sonstige Leistungen im Inland an einen Nichtunternehmer durch die Nutzung einer elektronischen Schnittstelle“ (ohne weitere Einschränkung) geht aus unserer Sicht aber weit über die beabsichtigte Erfassung neuartiger Vermittlungsplattformen hinaus. So bieten z.B. Kreditinstitute über ihre Homepage oder das Onlinebanking nicht nur eigene Produkte an, sondern ermöglichen ihren Kunden gegebenenfalls auch den Erwerb von sonstigen Leistungen anderer Unternehmen (vorstellbar etwa: Versicherungsunternehmen, Bausparkassen). Aufgrund der Formulierung im Vorbegutachtungsentwurf ist nicht auszuschließen, dass auch für eine derartige Vermittlungsleistung zukünftig eine Aufzeichnungspflicht besteht.

An dieser Stelle ist festzuhalten, dass tatsächlich deutlich mehr Unternehmen von der Regelung betroffen sind, als mit der Zielsetzung entsprechend den Erläuterungen beabsichtigt wird.

Diesbezüglich ersucht die IV um Klarstellung und um eine Ausnahme für jene Unternehmen, auf welche diese Regelung nicht abzielen soll (z.B. Kreditinstitute).

Darüber hinaus ersucht ist IV sicherzustellen, dass die Bereitstellung eines Links auf einer elektronischen Schnittstelle (zB Homepage), welcher auf das Angebot eines anderen Unternehmers verweist, noch keine „Unterstützung“ darstellt und daher auch kein Haftungsrisiko entstehen lässt.

Eine Haftung kann nur in jenen Bereichen vorliegen, in welchen dem haftenden Unternehmen sämtliche Informationen der Vertragsparteien bekannt sind.

*„Unterstützt ein Unternehmer, der nicht selbst Steuerschuldner ist, die Lieferung von Gegenständen, deren Beförderung oder Versendung im Inland endet, an einen Abnehmer gemäß Art. 3 Abs. 4 oder **sonstige Leistungen im Inland an einen Nichtunternehmer** durch die Nutzung einer elektronischen Schnittstelle, beispielsweise eines Marktplatzes, einer Plattform, eines Portals oder Ähnlichem, muss dieser Unternehmer Aufzeichnungen über diese Umsätze führen.“*



Da die Richtlinie Aufzeichnungspflichten nur für innergemeinschaftliche Lieferungen und Dienstleistungen, jedoch nicht für reine Inlandssachverhalte vorsieht, ist die vorliegende Regelung als Gold Plating einzustufen.

Die IV regt an, den Sachverhalt auf den von der Richtlinie umfassten Bereich der innergemeinschaftlichen Lieferungen und Dienstleistungen einzuschränken.

Diese Änderung ist sinngemäß auch im weiteren Gesetzestext sowie in der Sorgfaltspflichten-Umsatzsteuerverordnung anzupassen.

Zu § 26a Abs. 3 UStG

Im Rahmen der Sonderregelung zur Einfuhr von Waren mit einem Eigenwert je Sendung unter 150 Euro ist der Abfuhrverpflichtete jene Person, welche die Gegenstände dem Zoll gestellt. Diese muss entsprechend der Regelung in Abs. 3 sicherstellen, dass der richtige Steuerbetrag entrichtet wurde: *„Der Abfuhrverpflichtete hat geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass der richtige Steuerbetrag entrichtet wird.“* Eine Überwälzung der Verantwortung auf Transportunternehmen ist in der Praxis wenig zielführend, da diese mangels Vorliegen der entsprechenden Unterlagen nicht überprüfen können, ob der Steuerbetrag dem tatsächlichen Warenwert entspricht. In den Erläuterungen wird diesbezüglich angeführt, dass die Transportunternehmen sich die Originalrechnungen vorlegen lassen sollen, was allerdings zu einem überbordenden und in der Praxis nicht administrierbaren bürokratischen Aufwand führt.

Zu § 27 Abs. 1 UStG

„Folgende Personen haften für die Steuer, wenn sie nicht mit ausreichender Sorgfalt davon ausgehen können, dass der Steuerpflichtige seinen abgabenrechtlichen Pflichten nachkommt [...].“

Der Richtlinienentwurf sieht im Gegensatz zu § 27 Abs. 1 UStG keine derartige Haftung für beteiligte Unternehmen vor. Aus Sicht der IV ist in diesem Zusammenhang fraglich, auf welche rechtliche Grundlage in der Mehrwertsteuerrichtlinie sich diese Haftung stützt und ob die Regelung mit der Richtlinie überhaupt vereinbar ist. Jedenfalls handelt es sich dabei um Gold Plating des österreichischen Gesetzgebers, da die Haftung der Unternehmen deutlich über den Richtlinienentwurf hinaus geht.


Zu § 1 und 2 USt-VO

Aus unserer Sicht ist nicht verständlich, welche Unternehmen/ Geschäftsmodelle tatsächlich von § 1 und 2 betroffen sind und wie die geforderten Voraussetzungen in der Praxis zur ermitteln, dokumentieren und nachzuweisen sind.

Die IV ersucht diesbezüglich um Klarstellung und eine Ausweitung der Beispiele in den Erläuterungen.

Wir danken für die Kenntnisnahme der Anliegen der Industrie und ersuchen um deren Berücksichtigung.

Mit freundlichen Grüßen
INDUSTRIELLENVEREINIGUNG

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alfred Heiter', with a horizontal line extending to the right.

Mag. Alfred Heiter
Bereichsleitung Finanzpolitik & Recht