

Online Business & Steuern



BETTA ~ goes omr
6. Mai 2019, Hamburg



Digitale Wertschöpfung



Digitale Wertschöpfung

BEPS-Bericht der OECD (2015)

- Base Erosion and Profit Shifting

Feststellung in Aktionspunkt 1:

- aktuelle Steuersysteme können digitalisierte Geschäftsmodelle nicht im gleichen Umfang wie traditionelle Geschäftsmodelle erfassen
- es fehlt an physischen Merkmalen für die Besteuerung, da digitalisierte Geschäftsmodelle oftmals keine physische Präsenz benötigen, um in einem Land wirtschaftlich aktiv zu sein.

Lösung:

Sicherstellen, dass ein Besteuerungsrecht am Ort der Wertschöpfung besteht!



Exkurs Steuerpflicht



Unbeschränkte Steuerpflicht:

- Einkommensteuer: Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt befinden im Inland
- Körperschaftsteuer: Sitz oder Geschäftsleitung z.B. einer GmbH im Inland

Folge: Das **Welteinkommen** ist unbeschränkt steuerpflichtig im Inland

Beschränkte Steuerpflicht (§ 49 EStG):

- Kein gewöhnlicher Aufenthaltsort, Sitz usw. in Deutschland, aber Bezug von Einkünften aus bestimmten Tätigkeiten im Inland.

Folge: Versteuerung nur der **inländischen Einkünfte** in Deutschland

Anknüpfungspunkte für inländische Einkünfte:

- z.B. Betriebsstätten im Inland, ständiger Vertreter, Vermietung von inländischen Immobilien, (Aus-) Lizenzierung von Marken/Patenten, die im Inland genutzt werden



Digitalsteuer

Sicherstellen, dass ein Besteuerungsrecht am Ort der Wertschöpfung besteht!

- Gemeinsames Merkmal **bestimmter** digitalen Dienstleistungen ist, **dass die Nutzer zur Werkschöpfung beitragen**
 - insbesondere bei sozialen Plattformen, Suchmaschinen, Online-Marktplätzen
 - Beitrag zur Bekanntheit einer Marke, Generierung wertvolle Daten, Erhöhung Marktmacht des Unternehmens
- Die Digitalsteuer zielt auf Geschäftsmodelle ab, **die ohne die Beteiligung von Nutzer nicht existieren könnten.**
- **Nutzer** stellen jedoch nach aktuellem Recht keinen steuerlichen Anknüpfungspunkt dar!
- **Ort der Besteuerung stimmt danach nicht mit dem Ort der Wertschöpfung überein.**



Digitalsteuer

Richtlinienvorschläge der EU-Kommission am 21. März 2018

basierend auf BEPS-Bericht der OECD

1. Lösungsvorschlag:

- Einführung einer **signifikanten digitalen Präsenz** („significant digital presence“)
 - Signifikanter Umsatz belegt nachhaltige Aktivität im einzelnen Staat

2. Lösungsvorschlag:

- **Digitalsteuer** („digital services tax“)



Digitalsteuer

Erfasst werden von der Digitalsteuer:

- 1. Platzierung von Werbung auf einer digitalen Schnittstelle**, die sich an die Nutzer der Schnittstelle richtet
 - Digitale Schnittstelle: jede Art von Software inkl. Internetseiten, Teilen hiervon und mobilen Anwendungen
 - Gleichgültig, ob der Rechtsträger Eigentümer der digitalen Schnittstelle ist. Platzieren von Werbung sei „typischerweise der Weg, den Nutzerverkehr zu monetarisieren“
 - Beispiele: Google (SEM), Bannerwerbung, facebook, Online Spieleanbieter, Jobportale, Partnervermittlung, Vergleichsseiten, usw.



Digitalsteuer

Erfasst werden sollen von der Digitalsteuer:



2. **Online-Marktplätze**/Vermittlungsdienstleistung:

- Dienstleistungen mit **mehrseitiger digitaler Schnittstelle**, die es Nutzern ermöglicht andere Nutzer zu finden, mit diesen zu interagieren und Lieferung von Gegenständen oder Dienstleistungen unmittelbar zwischen Nutzern ermöglichen kann.
 - Keine Erfassung von E-Commerce Unternehmen, wenn/soweit als Online-Einzelhändler tätig; keine Erfassung von Crowdfunding ...
 - Keine Vermittlungsdienstleistung, wenn/soweit digitale Schnittstelle dazu dient, Nutzern digitale Inhalte Programme, Musik, Videos etc. liefern oder Kommunikations- bzw. Zahlungsdienste zu erbringen ...
- Beispiele: Uber, Airbnb, ebay, amazon marketplace usw.

3. **Übermittlung von Nutzerdaten:**

- Dienstleistung die Sammlung und Übermittlung von Nutzerdaten zum Ziel haben, die aus den Aktivität von Nutzern einer digitalen Schnittstelle generiert wurden.



Digitalsteuer

EU-Richtlinienvorschlag

- Nutzer gilt als in dem Land ansässig, in dem er über ein Gerät auf eine digitale Schnittstelle zugreift. **Bestimmung der Ansässigkeit über die IP-Adresse**
- 3 % Digitalsteuer auf Gesamtbruttoerträge minus Steuern
- Erfassung von Rechtsträgern mit weltweiten Erträge im relevanten Geschäftsjahr > 750 Mio. € und steuerbaren digitalen Erträgen innerhalb der EU > 50 Mio. €

Gemeinsamer EU-Richtlinie vorerst gescheitert!

Jedoch gerade entsprechende Gesetze verabschiedet in

- Frankreich (3 %) und
- Österreich (5 %, Schwellenwert: Erträge aus ‚digitalisierter‘ Werbung in Österreich > 25 Mio. €)

aktuelle Entwürfe in Spanien und Italien



„Google-Tax“

Quellensteuerabzug bei Online Werbung (§ 50a Abs. 1 Nr. 3 EStG)

Vergütung an nicht im Inland ansässige Portalbetreiber für Displaymarketing/Bannerwerbung und Suchmaschinenwerbung (SEM) ... inländischen Einkünfte?

Die steuerliche Betriebsprüfung in Bayern bejaht dies, weil:

- Automatisierte Werbeleistungen und keine Dienstleistung
- Es werden **Werberechte** überlassen (u.a. § 49 Abs. 1 Nr. 2 Buchst. f EStG)
- gleich welche Vergütungsform (Cost per Click, Cost per Mile, Cost per Order ...)

Hrushka (DStR 2019, S. 88):

- Es werden zwar keine Rechte überlassen, dafür aber die Nutzung von Verfahren/Algorithmen (§ 49 Abs. 1 Nr. 9 EStG)
- Inländischer Anbieter nutze also den Algorithmus des Portaltreibers, um mit diesem Werbung auf der Webseite zu betreiben.



„Google-Tax“

Folge wäre:

- Verpflichtung des Schuldners der Vergütung, Quellensteuern einzubehalten, anzumelden und abzuführen (hier 15 %)
- Brutto-/Nettovereinbarung
- Freistellungsverfahren unter den Voraussetzung des einschlägigen DBA/§ 50d EStG (BZSt: derzeit 3 Monate)

Kritik:

- Bei Onlinewerbung handelt es sich nicht um die Überlassung von Rechten, sondern um eine Dienstleistung.
- Suchmaschinenbetreiber teilen ihr Know-how nicht mit den werbenden Unternehmen und überlassen es diesen daher auch nicht zur Nutzung.
- Sie wenden selber ihr Know-How an, um eine Dienstleistung durch die optimierte Platzierung einer Werbeanzeige zu erbringen



„Google-Tax“

BMF-Schreiben vom 3.4.2019 - IV C 5 - S 2411/11/10002

Vergütungen, die ausländische Plattformbetreiber und Internetdienstleister für die Platzierung oder Vermittlung von elektronischer Werbung auf Internetseiten erhalten, **unterliegen nicht dem Steuerabzug** nach § 50a Abs. 1 Nr. 3 EStG.

- Keine zeitlich begrenzte Rechteüberlassung Keine Nutzung von gewerblichen, technischen, wissenschaftlichen oder ähnlichen Erfahrungen, Kenntnissen und Fertigkeiten
- Keine Verpflichtung zur Einbehaltung, Abführung und Anmeldung der Abzugsteuer für den Schuldner einer solchen Vergütung

Das gilt für

- Entgelte für Werbung bei Anfragen in Online-Suchmaschinen, **über Vermittlungsplattformen**, für Social-Media-Werbung, **Bannerwerbung** und vergleichbare sonstige Onlinewerbung und
- unabhängig davon, unter welchen Voraussetzungen die Vergütung anfällt (z. B. Cost per Click, Cost per Order oder Cost per Mille, Revenue Share).



USt: elektronisch erbrachte Dienstleistungen

Wo wird die Leistung ausgeführt?



B2B: Leistung an einen **Unternehmer** für sein Unternehmen an dem **Ort, von dem aus der Empfänger sein Unternehmen betreibt** (alt. Leistung an eine Betriebsstätte)

Aber Reverse Charge Verfahren - Umkehr der Steuerschuldnerschaft

B2C: Leistung an einen **Nichtunternehmer** an dem Ort, an dem der Leistungsempfänger seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort hat (§ 3a Abs. 5 S. 1 UStG).

- **Problem:** Steuerpflicht des Leistungserbringers in jedem EU-Staat, ab dem ersten EURO!

USt: elektronisch erbrachte Dienstleistungen

Neu ab 1.1.2019 für B2C: Schwellenwert für **sämtliche** elektronisch erbrachten Dienstleistungen des betroffenen Unternehmers an Nichtunternehmer

Leistungsortvorschrift des § 3a Abs. 5 S. 1 UStG **nicht anzuwenden** auf Unternehmer, die

- ihren Sitz, Geschäftsleitung, Betriebsstätte in nur einen EU-Mitgliedsstaat haben und
- **Gesamtbetrag** der Entgelte von 10.000 € für auf elektronischem Weg an Nichtunternehmer in anderen Mitgliedsstaaten erbrachten sonstigen Leistungen im vorangegangenen und laufenden Kalenderjahr insgesamt nicht überschritten haben.
- **Schwellenwert ist nicht länderbezogen!**
- Möglichkeit, auf diese Regelung zu verzichten.



USt: Elektronische Marktplätze

Aufzeichnungspflichten (§ 22f UStG):

Verpflichtung des Betreibers eines elektronischen Marktplatzes zu den Online-Händlern,

- die Lieferung ausführen, die auf dem Marktplatz rechtlich begründet wurden und
- bei denen die Beförderung oder Versendung im Inland beginnt oder endet,

folgende Angaben aufzuzeichnen:

- Namen, Anschrift, StNr., USt-IdNr., Beginn und Ende der Gültigkeit der nach § 22f Abs. 1 Satz 2 UStG vom zuständigen Finanzamt erteilten Bescheinigung über steuerliche Erfassung des Unternehmers
- Ort des Beginns der Beförderung oder Versendung sowie den Bestimmungsort, Zeitpunkt des Umsatzes, Höhe des Umsatzes

Gilt ab 01.01.2019 ... Übergangsfristen



USt: Elektronische Marktplätze

§ 25e UStG i.d.F. des Umsatzsteuerausfallvermeidungsgesetzes:

- **Haftung des Betreibers eines elektronischen Marktplatzes** für nicht entrichtete Umsatzsteuer aus Lieferung eines Unternehmers, die auf dem von ihm bereitgestellten Marktplatz rechtlich begründet worden ist.
- **Es sei denn**, er legt **Bescheinigung** oder elektronische Bestätigung **über die steuerliche Erfassung** des für den liefernden Unternehmer zuständigen Finanzamts vor
 - Bescheinigung wird auf Antrag des liefernden Unternehmers vom zuständigen Finanzamt erteilt
 - Onlinehändler weist dem Betreiber nach, dass er steuerlich registriert ist!
 - Keine Haftung des Betreibers, wenn Registrierung des Lieferers auf dem Marktplatz nicht als Unternehmer
 - ...





Ihr Fachanwalt für Steuerrecht

ist für Sie erreichbar unter den folgenden Kontaktdaten

Martin Erlewein
Rechtsanwalt, Steuerberater,
Fachanwalt für Steuerrecht

Alte Poststr. 28b
42555 Velbert

Telefon: +49 (0) 2052 8352343
Mobil:: +49 (0) 176 85614332

E-Mail: info@kanzlei-erlewein.de

Internet: www.kanzlei-erlewein.de

Disclaimer

Jegliche Rechte an dieser Präsentation, Kopien und Aufzeichnungen hiervon verbleiben beim Autor. Eine Weitergabe an Dritte, gleich in welcher Form, ist ohne schriftliche Zustimmung des Autors unzulässig.



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

