

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Katja Hessel, Christian Dürr, Frank Schäffler, Dr. Florian Toncar, Bettina Stark-Watzinger, Markus Herbrand, Renata Alt, Jens Beeck, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Dr. Marco Buschmann, Hartmut Ebbing, Daniel Föst, Otto Fricke, Reginald Hanke, Peter Heidt, Manuel Höferlin, Dr. Christoph Hoffmann, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Dr. Christian Jung, Dr. Marcel Klinge, Pascal Kober, Carina Konrad, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Michael Georg Link, Alexander Müller, Roman Müller-Böhm, Hagen Reinhold, Bernd Reuther, Christian Sauter, Dr. Wieland Schinnenburg, Matthias Seestern-Pauly, Judith Skudelny, Dr. Hermann Otto Solms, Michael Theurer, Stephan Thomae, Gerald Ullrich, Sandra Weeser und der Fraktion der FDP

Besteuerung von Social-Media-Akteuren

Über digitale Kanäle veröffentlichen Blogger und Influencer Produktrezensionen oder Posts, die die Aufmerksamkeit der Kunden auf Produkte oder Dienstleistungen lenken sollen. Sie sind damit Meinungsführer und Multiplikatoren im Internet. Die Auftraggeber gewähren ihnen für diese Tätigkeiten Gegenleistungen in Form von Geld oder Sachwerten. So dürfen die Blogger und Influencer oftmals die ihnen überlassenen Gegenstände behalten, werden zu Reisen eingeladen und übernachten umsonst in Hotels. Neben Gutscheinen können weitere Einnahmen aus einem Affiliate-Marketing entstehen.

Personen, die diesen Tätigkeiten regelmäßig mit einer Gewinnerzielungsabsicht nachgehen und damit Einnahmen erwirtschaften, erzielen nach § 15 des Einkommensteuergesetzes (EStG) Einkünfte aus Gewerbebetrieb. Zugleich sind sie Unternehmer nach dem Umsatzsteuergesetz und müssen in jedem Fall eine Umsatzsteuerjahreserklärung abgeben. Auch besteht eine grundsätzliche Gewerbesteuerpflicht.

Für die Werbeindustrie sind Social-Media-Akteure zu einem entscheidenden Faktor geworden. Das Steuerrecht in Deutschland knüpft jedoch noch immer größtenteils an die traditionellen Berufe an und scheint nach Ansicht der Fragesteller für diese Entwicklungen noch nicht ausreichend gerüstet zu sein.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Liegen der Bundesregierung Informationen vor, wie viele Blogger und Influencer eine Anmeldung beim zuständigen Gewerbeamt seit dem Jahr 2015 eingereicht haben (bitte nach Jahren gliedern)?
2. Hat die Bundesregierung Erkenntnisse, wie viele Blogger und Influencer bezogen auf ihre Tätigkeiten in den Ländern seit dem Jahr 2015

- einkommens-, umsatz- und gewerbesteuerlich erfasst sind (bitte nach Bundesländern und Jahren gliedern)?
3. Welche Erkenntnisse hat die Bundesregierung zu vorhandenem Kontrollmaterial hinsichtlich der Besteuerung von Bloggern, Influencern und sonstigen Social-Media-Akteuren?
 4. Wie beurteilt die Bundesregierung die aktuelle Steuerrechtslage?
 - a) Können die Besteuerungsgrundlagen aus Sicht der Bundesregierung durch die Tatbestände im Einkommensteuerrecht (insbesondere bei der Bewertung von steuerpflichtigen Sachzuwendungen) hinreichend ermittelt werden?
 - b) Können die Besteuerungsgrundlagen aus Sicht der Bundesregierung durch die Tatbestände im Umsatzsteuergesetz (insbesondere bei der Bewertung von steuerpflichtigen Sachzuwendungen) hinreichend ermittelt werden?
 - c) Können die Besteuerungsgrundlagen aus Sicht der Bundesregierung durch die Tatbestände im Gewerbesteuergesetz hinreichend ermittelt werden?
 5. Hält die Bundesregierung das Einkommensteuerrecht bezogen auf die Bewertung von steuerpflichtigen Sachzuwendungen für verwaltungseffizient, zielführend und praktikabel?
 6. Wie beurteilt die Bundesregierung die bestehende Rechtslage in Bezug auf „Gelegenheits-Influencer“, also ein nur sporadisches Wahrnehmen von Aufträgen?
 7. Lässt sich der Grundsatz einer gleichmäßigen Besteuerung (§ 85 der Abgabenordnung – AO), trotz des an eher konservativen Berufsbildern orientierten Steuerrechts, aus Sicht der Bundesregierung einhalten?
 8. Liegen der Bundesregierung Erkenntnisse vor, welche Ansätze sich außerhalb Deutschlands für die Besteuerung von Influencern und Bloggern bewährt haben?
 9. Beabsichtigt die Bundesregierung, in ihrem Geschäftsbereich eine Sonder Einheit (Taskforce) zur Erarbeitung einer neuen Steuergesetzgebung für digitale Geschäftsmodelle aufzubauen bzw. zu erweitern?
 10. Haben die Länder gegenüber der Bundesregierung die Herausforderungen für den Vollzug der Steuergesetze vorgetragen, bzw. war die Problematik der Blogger und Influencer bereits Gegenstand einer Bund-Länder-Besprechung?

Zu welchen Ergebnissen führte dies?
 11. Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, die Länder beim Vollzug der Steuergesetze bzw. bei der Einrichtung von Sondereinheiten (Taskforces) für den Online-Bereich zu unterstützen?

Berlin, den 2. Juli 2020

Christian Lindner und Fraktion