

Unikat in der EU: Unser Werbeabgabegesetz

Das Werbeabgabegesetz 2000 (WerbeAbgG 2000) trat mit 1. Juni 2000 in Kraft. Den Gesetzestext der Werbeabgabe samt Erläuterung sowie den Durchführungserlass im Wortlaut finden Sie auf www.werbe.at unter „Info und Tipps“.

Was unterliegt grundsätzlich der Abgabepflicht?

Der Abgabepflicht unterliegen grundsätzlich nur jene Werbeleistungen, die im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Werbebotschaften erbracht werden. Kreativ- bzw. Produktionskosten im Vorfeld der Veröffentlichung fallen nicht unter das WerbeAbgG 2000. Weitere Voraussetzungen sind die Entgeltlichkeit der Verbreitung der Werbebotschaft sowie die Notwendigkeit, dass die Verbreitung der Werbebotschaft im Inland erfolgt bzw. vom Ausland aus für Österreich bestimmt ist (Inlandsbezug).

Im Detail fallen unter das WerbeAbgG 2000:

- Die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes
- Die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Hörfunk und Fernsehen
- Die Duldung der Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften.

Was ist von der Werbeabgabe ausgenommen?

- Veröffentlichungen von Werbebotschaften von gemeinnützig, mildtätig oder kirchlich tätigen Körperschaften im Sinne der §§ 34 bis 47 BAO fallen nicht unter die Werbeabgabe. Dem werbenden Medium ist von Organen der Körperschaft eine glaubhafte Erklärung vorzulegen, dass die Körperschaft unter §§ 34 bis 47 BAO fällt.
- Werbeeinschaltungen von unter §§ 34 bis 47 BAO fallenden Körperschaften in nicht-periodisch erscheinenden Druckwerken (das sind solche, die nicht wenigstens viermal im Kalenderjahr wiederkehrend erscheinen - § 1 (1) Z.2 und 5 des Mediengesetzes), unterliegen nicht der Werbeabgabe. Konkret sind das z.B. Werbeeinschaltungen in Festschriften, Programmheften etc. Maturazeitungen sind generell von der Werbeabgabe ausgenommen.

- Die generelle mediale Unterstützung durch den Bund für Glücksspiele gemäß § 17(7) Glücksspielgesetz (z.B. Lotto-Ziehung im TV) ist nicht abgabepflichtig.

Bemessungsgrundlagen und Höhe der Abgabe

Die Bemessungsgrundlage für die Werbeabgabe ist das Netto-Entgelt für die Veröffentlichung einer Werbebotschaft einschließlich darin unmittelbar verrechneter Personal- und Sachaufwendungen des Medienunternehmens.

Kreativ- bzw. Produktionskosten im Vorfeld der Veröffentlichung (z.B. die Kosten für die Produktion einer Werbekampagne) fallen nicht unter die Werbeabgabe.

Rabatte und Provisionen, die das Medienunternehmen der Werbeagentur (Besorgungsleistung: Medienunternehmen rechnet mit der durchführenden Werbeagentur ab) unmittelbar einräumt, vermindern die Bemessungsgrundlage der Werbeabgabe (siehe dazu die angeführten Rechenbeispiele).

Rechnet das Medienunternehmen hingegen direkt mit dem Kunden der Werbeagentur ab (bloße Vermittlungsleistung), vermindern Rabatte und Provisionen die Bemessungsgrundlage nicht. Der vermittelnden Werbeagentur gebührt in diesem Falle jedoch eine Gutschrift über gewährte Rabatte und Provisionen (siehe dazu die angeführten Rechenbeispiele).

Wer ist Steuerschuldner?

Steuerschuldner ist der sogenannte ‚Werbeleister‘, das ist das Medienunternehmen, also jenes Unternehmen, das Anspruch auf ein Entgelt für die Durchführung von Werbeleistungen gemäß § 1 (2) WerbeAbgG 2000 hat. Keine Werbeleister sind jene Unternehmer, die bloß die Besorgung einer Werbeleistung bei einem Medienunternehmen übernehmen (Werbeagenturen sind daher nicht Steuerschuldner).

Wer haftet für die Werbeabgabe?

Grundsätzlich haftet das Medienunternehmen als Steuerschuldner für die Entrichtung der Werbeabgabe. Hat das Medienunternehmen seinen Sitz jedoch im Ausland, haftet der inländische Auftraggeber - also im Regelfall die inländische Werbeagentur - für die Abfuhr der Werbeabgabe. Bei gänzlichem Fehlen eines inländischen Anknüpfungspunktes (weder Medienunternehmen noch Werbeagentur befinden sich im Inland) haftet in der Regel der Importeur, der inländische Hersteller oder der inländische Lizenzhersteller.

Müssen Agenturen für die Werbeabgabe Aufzeichnungen führen?

Laut WerbeAbgG 2000 (§ 5) und Durchführungserlass zur Werbeabgabe (Punkt 8) ist lediglich der Abgabenschuldner - also das Medienunternehmen -

verpflichtet, Aufzeichnungen im Zusammenhang mit der Werbeabgabe zu führen.

Wann entsteht der Abgabensanspruch?

Der Abgabensanspruch entsteht jeweils zum Ende des Kalendermonats (analog zum UStG 1994)

- bei Printmedien mit dem Erscheinen des Mediums
- bei Werbeleistungen in TV und Hörfunk mit der Veröffentlichung der einzelnen Werbeeinschaltung
- im Bereich Außenwerbung (Plakate, Werbung auf Fahrzeugen, Werbeprojektionen etc.) mit dem erstmaligen Erscheinen der Werbebotschaft d.h. z.B. mit dem Anbringen des Plakates, mit dem Anbringen des Werbeaufdruckes auf Fahrzeugen etc.

Die Entstehung des Abgabenspruchs, die Berücksichtigung von nachträglichen Änderungen betreffend der Höhe des Entgelts sowie die Möglichkeit für den Abgabenschuldner, seine Umsätze über Antrag beim zuständigen Finanzamt nach vereinnahmten Entgelten zu versteuern, sind analog zum UStG 1994 geregelt.

Wie erfolgt die Erhebung der Werbeabgabe?

Die Erhebung der Abgabe erfolgt gemäß UStG 1994. Nach Ablauf eines Jahres (31. März des Folgejahres) ist eine Abgabenerklärung abzugeben, in der die Art der Werbeleistungen und die darauf entfallenen Entgelte anzuführen sind. Die Abgabe muss bis zum 15. des zweitfolgenden Monats nach Entstehen des Abgabenspruchs entrichtet werden. Die Abgabe ist beim für die Erhebung der Umsatzsteuer des Medienunternehmens zuständigen Finanzamt monatlich abzuführen.

Beispiele für die Abrechnung

Medium an Agentur

Preis lt. Tarif: 8.000,00
-10% Rabatt: 800,00
=Zwischensumme: 7.200,00
-15% Agenturvergütung: 1.080,00
+5% Werbeabgabe (7.200,00):
Zwischensumme: 6.426,00
+20% Ust.: 1.285,20
=Endsumme: 7.711,20

Agentur an Kunden

Preis laut Tarif: 8.000,00
-10% Rabatt: 800,00
=Zwischensumme: 7.200,00
+5% Werbeabgabe: 306,00
Zwischensumme: 7.506,00

+20% Ust.: 1.501,20
=Endsumme: 9.007,20

Medium an Kunden

Preis laut Tarif: 8.000,00
+5% Werbeabgabe: 400,00
Zwischensumme: 8400,00
+20% Ust.: 1.680,00
=Endsumme: 10.080,00

Häufige Fragen zur Werbeabgabe

Unterliegt die Schaltung eines inländischen Inserates in einem ausländischen Medium dem WerbeAbgG 2000?

Nein, da die Voraussetzung des Inlandsbezugs im Zusammenhang mit der Verbreitung der Werbebotschaft nicht gegeben ist. Der Inlandsbezug ist auch dann nicht gegeben, wenn die Werbeleistung überwiegend für das Ausland bestimmt ist, das ausländische Medium jedoch auch im Inland erworben werden kann.

Unterliegt die Schaltung eines ausländischen Inserates in einem inländischen Medium dem WerbeAbgG 2000?

Ja, da der Inlandsbezug im Zusammenhang mit der Verbreitung der Werbebotschaft gegeben ist.

Wie sind grenzüberschreitende Werbeleistungen zu behandeln?

Grenzüberschreitende Werbeleistungen unterliegen nur mit jenen Teil der Werbeabgabe, die in österreichischen Medien geschaltet werden.

Unterliegen Werbebeilagen in österreichischen Zeitungen der Werbeabgabe?

Ja, Werbebeilagen sind grundsätzlich abgabepflichtig, unabhängig ob sie eingeklebt, eingelegt oder eingeklebt sind oder nur gemeinsam mit dem Medium abgegeben werden. Lediglich die Beilage eines Druckwerks nach dem Mediengesetz in einem anderen Medium (z.B. Beilage eines Fernsehmagazins in Tageszeitungen) unterliegt nicht der Werbeabgabe.

Unterliegen Direct Mails und die Verteilung von Werbematerial durch Werbemittelverteiler der Werbeabgabe?

Ja, sofern es sich nicht um persönlich adressierte Werbemittel handelt - diese sind nämlich abgabenfrei. Im Gegensatz dazu ist die unadressierte Postzusendung werbeabgabepflichtig. Das Verteilen von nicht adressierten Prospekten oder Gratiszeitungen, in denen sich entgeltliche Werbung für Dritte oder entgeltliche Beiträge über Dritte befinden, unterliegt ebenfalls der Werbeabgabe. Beispiel: Prospekt einer Handelskette mit Lebensmitteln, die dort verkauft werden. Verteilung an adressierte Haushalte: steuerfrei.

Verteilung unadressiert: steuerpflichtig (Steuerbasis: 5 % des Beförderungsentgelts)

Fällt der Tatbestand, wenn eine Zeitung in der eigenen Zeitung für sich selbst wirbt, unter die Werbeabgabe?

Nein, Eigenwerbung fällt grundsätzlich nicht unter die Werbeabgabe (z.B. ORF wirbt im ORF oder Werbung mittels Firmenaufschrift auf dem eigenen Firmenfahrzeug etc.). Auch wechselseitige Werbung in Form von Tauschwerbung in verschiedenen Medien desselben Rechtsträgers begründet keine Abgabepflicht (z.B. Tauschwerbung in der Zeitschrift profil für die Zeitschrift trend und umgekehrt). Handelt es sich jedoch um wechselseitige Werbung von Medien unterschiedlicher Rechtsträger, so ist diese Tauschwerbung abgabepflichtig. Laut Durchführungserlass zur Werbeabgabe (Punkt 5.2.) bestehen keine Bedenken bei derartigen Tauschgeschäften 20 Prozent des offiziellen Anzeigentarifs als Bemessungsgrundlage heranzuziehen, da hier die Bemessungsgrundlage im Schätzungswege ermittelt werden muss.

Unterliegt das Product Placement der Werbeabgabe?

Ja, wenn es entgeltlich ist. Im Falle von Gegengeschäften ist die Bemessungsgrundlage im Schätzungsweg zu ermitteln, wobei laut Durchführungserlass (Punkt 5.2.) des Finanzministeriums keine Bedenken bestehen, bei Gegengeschäften 20 Prozent des offiziellen Tarifes heranzuziehen.

Unterliegt das Anbringen von Werbebotschaften auf Fahrzeugen der Werbeabgabe?

Ja, wenn es sich nicht um Eigenwerbung (z.B. Firmenaufschrift auf firmeneigenen Fahrzeugen) handelt.

Unterliegen Messestandflächen der Werbeabgabe?

Nein. Im Durchführungserlass zur Werbeabgabe hat das Finanzministerium unter Punkt 3.4.2 klar festgehalten, dass die Vermietung von Messekojen (darunter fallen auch die werblichen Aktivitäten in derselben) nicht unter die Werbeabgabe fällt. Sofern der Messeveranstalter jedoch selbst als Werbeleister auftritt - z.B. in Form des Herausgebers eines eigenen Messe-Printmediums, in denen entgeltliche Inserate geschaltet werden - oder die entgeltliche Vermietung von Plakatflächen für Werbezwecke vornimmt, unterliegen diese Werbeleistungen der Werbeabgabe.

Unterliegen Spielerdressen bei Sportveranstaltungen, die Werbebotschaften enthalten, der Werbeabgabe?

Im Durchführungserlass zur Werbeabgabe hat das Finanzministerium unter Punkt 3.4.1.1 festgehalten, dass zu Werbeflächen insbesondere Gebäudeflächen, Plakatständer und sonstige Textilflächen zählen.. Als Beispiele wurden Fahnen und Transparente jeder Art angeführt. Da Spielerdressen nicht gesondert angeführt sind, und es sich hierbei um keine

Textilflächen im engeren Sinne sondern um Bekleidungsstücke handelt, wurde vorerst angenommen, dass Spielerdressen nicht unter die Werbeabgabe fallen. Eine Rücksprache beim Finanzministerium ergab jedoch, dass die Frage der Spielerdressen sowie der Bandenwerbung im Bereich Sponsoring auf Ministeriumsebene noch nicht endgültig geklärt ist. Eine definitive Entscheidung soll in Kürze erfolgen. Wir werden darüber selbstverständlich informieren.

Fällt die Werbung politischer Parteien unter die Werbeabgabe? Ja.

Unterliegen spezielle Österreich-Beilagen bzw. Österreich Mutationen in ausländischen Printmedien der Werbeabgabe?

Ja, da hier der Inlandsbezug gegeben ist.

Unterliegen redaktionelle Beiträge der Werbeabgabe?

Redaktionelle Beiträge unterliegen dann der Werbeabgabe, wenn sie entgeltlich sind (z.B. Druckkostenbeiträge). Das Medienunternehmen hat laut Durchführungserlass des Finanzministeriums zu belegen, dass es sich um ‚echte‘ redaktionelle Beiträge ohne Werbebotschaft handelt.

Unterliegen Stellenanzeigen der Werbeabgabe?

Wortanzeigen im Fließtext unterliegen generell nicht der Werbeabgabe, dies gilt auch für Stellenanzeigen.

Unterliegen Todesanzeigen, die von Unternehmen für verstorbene Mitarbeiter geschaltet werden, der Werbeabgabe?

Nein, da Veröffentlichungen in der höchstpersönlichen Sphäre (z.B. Geburtsanzeigen, Hochzeitsanzeigen, Todesanzeigen etc.) grundsätzlich nicht der Werbeabgabe unterliegen.

Unterliegen Veröffentlichungen auf Grund einer gesetzlichen oder gerichtlichen Verpflichtung der Werbeabgabe? Nein.

Fällt der Tatbestand, wenn eine Zeitung in der eigenen Zeitung für sich selbst wirbt, unter die Werbeabgabe?

Nein, Eigenwerbung fällt grundsätzlich nicht unter die Werbeabgabe (z.B. ORF wirbt im ORF oder Werbung mittels Firmenaufschrift auf dem eignen Firmenfahrzeug etc.). Auch wechselseitige Werbung in Form von Tauschwerbung in verschiedenen Medien desselben Rechtsträgers begründet keine Abgabepflicht (z.B. Tauschwerbung in der Zeitschrift profil für die Zeitschrift trend und umgekehrt). Handelt es sich jedoch um wechselseitige Werbung von Medien unterschiedlicher Rechtsträger, so ist diese Tauschwerbung abgabepflichtig. Laut Durchführungserlass zur Werbeabgabe (Punkt 5.2.) bestehen keine Bedenken bei derartigen Tauschgeschäften 20 Prozent des offiziellen Anzeigentarifs als Bemessungsgrundlage heranzuziehen, da hier die Bemessungsgrundlage im Schätzungswege ermittelt werden muss.

Unterliegen Österreich-Werbefenster im TV oder Radio der Werbeabgabe?

Ja. TV- und Radio-Werbung, die von ausländischen Sendern speziell für Österreich ausgestrahlt werden, unterliegen dem WerbeAbgG 2000. Der inländische Empfang von unveränderten ausländischen Programmen, in denen Werbebotschaften ausgestrahlt werden, unterliegt jedoch nicht der Werbeabgabe.

Quelle: Werbeguide 2005

Herausgeber: Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Steiermark

Verfasser: Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Steiermark