

Werbeabgabe

1. Wann trat das Werbeabgabegesetz in Kraft?	3
2. Was geschieht mit den bisherigen Regelungen der Anzeigen- und Ankündigungsabgaben der Länder und Gemeinden?	3
3. Wie hoch ist der Steuersatz?	3
4. Wie wird die Werbeabgabe berechnet?	3
5. Wie erfolgt die Abrechnung zwischen Werbeagentur und Kunden?	4
6. Was unterliegt der Werbeabgabe?	4
7. Was ist eine Werbeleistung?	5
8. Was fällt unter „die Veröffentlichung in Druckwerken“?	5
9. Wann ist die Werbung im Inland erbracht?	6
10. Was bedeutet "Entgelt"?	6
11. Wer ist von der Werbeabgabe ausgenommen?	6
12. Gibt es weitere Ausnahmen für gemeinnützige Organisationen?	6
13. Was fällt unter die Bemessungsgrundlage für die Werbeabgabe?	7
14. Welche Aufwendungen fallen im Plakatbereich unter die im Netto-Entgelt unmittelbar verrechneten Personal- und Sachaufwendungen?	7
15. Was ist bei Gegengeschäften (Tausch) als Bemessungsgrundlage heranzuziehen?	7
16. Wer ist Steuerschuldner?	8
17. Wer haftet für die Werbeabgabe?	8
18. Müssen Werbeagenturen im Zusammenhang mit der Werbeabgabe Aufzeichnungen führen?	8
19. Was muss aufgezeichnet werden?	8
20. Wann entsteht der Abgabenanspruch?	9
21. Wie erfolgt die Erhebung der Werbeabgabe?	9
22. Wann muss die Abgabe entrichtet werden?	9
23. Wo ist die Abgabe abzuführen?	9
24. Sind Bagatellgrenzen vorgesehen?	10
25. Unterliegt die Schaltung eines inländischen Inserates in einem ausländischen Medium der Werbeabgabe?	10
26. Unterliegt die Schaltung eines ausländischen Inserates in einem inländischen Medium dem Werbeabgabegesetz?	10
27. Wie sind grenzüberschreitende Werbeleistungen zu behandeln?	10
28. Unterliegen Werbebeilagen in ausländischen Zeitungen der Werbeabgabe?	10
29. Unterliegen Werbebeilagen in österreichischen Zeitungen der Werbeabgabe?	10
30. Unterliegen Direct Mails und die Verteilung von Werbematerial durch Werbemittelverteiler der Werbeabgabe?	11
31. Unterliegt persönlich adressierte Werbung der Werbeabgabe?	12
32. Fällt der Tatbestand, wenn eine Zeitung in der eigenen Zeitung für sich selbst wirbt, unter die Werbeabgabe?	12
33. Unterliegt das Product Placement der Werbeabgabe?	12
34. Unterliegt das Anbringen von Werbebotschaften auf Fahrzeugen der Werbeabgabe?	12
35. Unterliegen Messestandflächen der Werbeabgabe?	13

36. Unterliegen Spielerdressen bei Sportveranstaltungen, die Werbebotschaften enthalten, der Werbeabgabe?.....	13
37. Fällt die Werbung politischer Parteien unter die Werbeabgabe?.....	13
38. Unterliegen spezielle Österreich-Beilagen bzw. Österreich Mutationen in ausländischen Printmedien der Werbeabgabe?.....	13
39. Unterliegen redaktionelle Beiträge der Werbeabgabe?.....	13
40. Unterliegen Stellenanzeigen der Werbeabgabe?.....	13
41. Unterliegen Todesanzeigen, die von Unternehmen für verstorbene Mitarbeiter geschaltet werden, der Werbeabgabe?.....	14
42. Unterliegen Veröffentlichungen auf Grund einer gesetzlichen oder gerichtlichen Verpflichtung der Werbeabgabe?.....	14
43. Unterliegen Österreich-Werbefenster im TV oder Radio der Werbeabgabe?.....	14
44. Muss ich für Werbung im Internet Werbeabgabe bezahlen?.....	14
45. Sind Sponsoring-Aktivitäten Werbeabgabepflichtig?.....	14
46. Ist das Werben für Glücksspiele werbeabgabepflichtig?.....	15
47. Ist Product Placement werbeabgabepflichtig?.....	15
48. Unterliegt Bandenwerbung der Werbeabgabe?.....	15
49. Wann spricht man von „Eigenwerbung, die der Werbeinteressent ohne Einschaltung Dritter für sich selbst macht“?.....	15
50. Ist die Verteilung von Flyern werbeabgabepflichtig?.....	15
51. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre Werbeabgabe bezahlen?.....	16
52. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre einer NPO Werbeabgabe bezahlen?.....	16
53. Muss ich Werbeabgabe bezahlen wenn ich auf meinem PKW Werbung anbringe?.....	16

1. Wann trat das Werbeabgabegesetz in Kraft?

Das Werbeabgabegesetz 2000 (WerbeAbgG 2000) trat per 1. Juni 2000 in Kraft (BGBl I Nr. 29/2000). Der Durchführungserlass zur Werbeabgabe wurde am 16. Juni 2000 veröffentlicht.

2. Was geschieht mit den bisherigen Regelungen der Anzeigen- und Ankündigungsabgaben der Länder und Gemeinden?

Die bisherigen unterschiedlichen Regelungen Anzeigen- und Ankündigungsabgaben der Länder und Gemeinden traten mit 31. Mai 2000 außer Kraft. Diese wurden durch eine einheitliche bundesweite Abgabe ersetzt.

3. Wie hoch ist der Steuersatz?

Der Steuersatz beträgt bundesweit einheitlich 5 %.

4. Wie wird die Werbeabgabe berechnet?

Rechenbeispiel 1

Eine Werbeagentur erteilt im eigenen Namen einem Medienunternehmen den Auftrag, eine Werbeeinschaltung für seinen Kunden vorzunehmen (Besorgungsleistung):

Ausgangsrechnung Medium an Agentur:

Netto-Entgelt lt. Tarif	€ 10.000,00
- 10 % Mengenrabatt	€ 1.000,00
Zwischensumme	€ 9.000,00
- 15 % Agenturprovision	€ 1.350,00
Zwischensumme	€ 7.650,00
+ 5 % Werbeabgabe von € 7.650,00	€ 382,50
Zwischensumme	€ 8.032,50
+ 20 % USt von € 8.032,50	€ 1.606,50
SUMME	€ 9.639,00

Rechenbeispiel 2

Im Falle einer Vermittlungsleistung der Werbeagentur, also wenn das Medienunternehmen direkt mit dem Kunden abrechnet, lautet die Rechnung wie folgt:

Ausgangsrechnung Medium an Kunden der Agentur:

Netto-Entgelt lt. Tarif	€ 10.000,00
+ 5 % Werbeabgabe von € 10.000,00	€ 500,00
Zwischensumme	€ 10.500,00
+20 % Umsatzsteuer von € 10.500,00	€ 2.100,00
SUMME	€ 12.600,00

5. Wie erfolgt die Abrechnung zwischen Werbeagentur und Kunden?

Rechenbeispiel 1

Im Falle einer Besorgungsleistung könnte die Rechnung wie folgt aussehen, da die Werbeagentur im Bereich Werbeabgabe gemäß § 5 WerbeAbgG 2000 grundsätzlich nicht aufzeichnungspflichtig ist.

Ausgangsrechnung **Werbeagentur an Kunden:**

Netto-Entgelt für Besorgungsleistung inklusive Werbeabgabe*)	€ 9.382,50
+ 20 % Umsatzsteuer von € 9.382,50	€ 1.876,50
SUMME	€ 11.259,00

*) Das Netto-Entgelt für die Besorgungsleistung errechnet sich Netto-Entgelt laut Tarif des Medienunternehmens € 10.000,- abzüglich 10 % Mengenrabatt (falls der Mengenrabatt weiter gegeben wird) plus 5 % Werbeabgabe, das ergibt € 9.382,50.

Rechenbeispiel 2

Selbstverständlich kann auch eine detaillierte Aufstellung der Entgelte und damit die Offenlegung der 15 %igen Agenturprovision erfolgen. Dann würde die Rechnung wie folgt aussehen.

Ausgangsrechnung **Werbeagentur an Kunden:**

Netto-Entgelt lt. Tarif	€ 10.000,00
- 10 % Mengenrabatt	€ 1.000,00
Zwischensumme	€ 9.000,00
+ 5 % Werbeabgabe von € 7.650,00*)	€ 382,50
Zwischensumme	€ 9.382,50
+ 20 % Umsatzsteuer von € 9.382,50	€ 1.876,50
SUMME	€ 11.259,00

*) Die Bemessungsgrundlage in Höhe von € 7.650,00 ergibt sich aus dem rabattierten Netto-Entgelt abzüglich 15 % Agenturprovision.

Im Falle einer bloßen Vermittlungsleistung steht es laut Durchführungserlass des Finanzministeriums der Werbeagentur frei, den lukrierten Mengenrabatt in Höhe von € 1.000,00 dem Kunden in Form einer Gutschrift weiterzugeben.

6. Was unterliegt der Werbeabgabe?

Der Werbeabgabe unterliegen alle Werbeleistungen, soweit sie im Inland gegen Entgelt erbracht werden.

Es braucht also grundsätzlich **3 Voraussetzungen**, damit eine Werbeabgabepflicht entsteht:

Es muss eine **Werbeleistung** vorliegen
 sie muss **im Inland** erbracht werden und
 sie muss **entgeltlich** sein.

7. Was ist eine Werbeleistung?

Werbeleistungen sind

- die **Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken** im Sinne des Mediengesetzes. Seit einer höchstgerichtlichen Erkenntnis im Juni 2003 fällt auch der Bereich der Direktwerbung (Prospektverteilung) unter die Werbeabgabe. Alle Raumanzeigen unabhängig vom Inhalt (das umfasst auch entgeltliche Eintragungen in Hüttenführern, Wanderbüchern, etc.) sind davon befasst. **Nicht darunter fallen** weiterhin die persönlich adressierten Mailings, die Werbung im Internet oder "Eigenwerbung" (z.B. einer Zeitung in der Zeitung selbst), Wortanzeigen im Fließtext, Veröffentlichungen entsprechend gesetzlicher oder gerichtlicher Verpflichtungen, Traueranzeigen, Geburtsanzeigen, Hochzeiten etc.
- die **Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Hörfunk und Fernsehen**. Diese kann erfolgen:
 - Im Zuge eines geschlossenen Werbeblocks
 - Als Werbung gekennzeichnete Zwischeneinschaltungen
 - Als Einschub während anderer Sendeleistungen, als Teil einer Sendung (Werbeleistung ist mit 70 % der Gesamtleistung zu bewerten) oder
 - Im Wege einer Patronanz-Sendung (Werbeleistung im Fernsehen ist mit 10 % und im Hörfunk mit 15 % zu bewerten).
- die **Duldung der Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften**. Es handelt sich dabei um Werbeleistungen, die in jeglicher Nutzung von Flächen und Räumen jeder Art bestehen. Zu den "Flächen jeder Art" zählen insbesondere Gebäudeflächen, Plakatständer und sonstige Textilflächen wie z.B. Fahnen und Transparente. Unter "jegliche Nutzung" fällt das Bekleben der Fläche, der Aufdruck auf der Fläche, das Montieren von Tafeln, die Projektion auf Flächen (Hintergrundprojektion wie z.B. beim Infoscreen, "An-die-Wand-Projektion") sowie das Aufstellen von entsprechenden Geräten auf Flächen.

8. Was fällt unter „die Veröffentlichung in Druckwerken“?

- Die Werbeeinschaltung im Druckwerk selbst
- Eingehaftete Werbebeilagen
- Aufgeklebte Werbebeilagen
- Eingelegte Beilagen (sog. Supplement): Ausgenommen sind redaktionelle Beilagen in Druckwerken bzw. überwiegende Fremdwerbung in Druckwerken (z.B. Werbeinserat für Coca Cola oder Mannerschnitten im Billa-Prospekt)
- Bei überwiegender Fremdwerbung in diesen Druckwerken fällt die Werbeabgabe für das Coca Cola Inserat im Billa-Prospekt an und nicht für die Verteilung des Billa Prospekts.

9. Wann ist die Werbung im Inland erbracht?

Ein **Inlandsbezug** ist gegeben, wenn die Veröffentlichung oder Verbreitung der Werbebotschaft im Inland erfolgt oder vom Ausland aus für Österreich bestimmt ist (z.B. TV- und Radiowerbung, die von ausländischen Sendern speziell für Österreich ausgestrahlt werden oder grenzüberschreitende Werbeleistungen mit jenem Teil, der in österreichischen Medien geschaltet wird).

10. Was bedeutet "Entgelt"?

Entgelt ist der **Wert der Gegenleistung**, die der Werbeleister für die Werbeleistung in Rechnung stellt. Daher fallen auch "Tauschwerbung" und Sachleistungen als Gegenleistung unter den Begriff der Entgeltlichkeit.

11. Wer ist von der Werbeabgabe ausgenommen?

- Gemeinnützige Sportvereine als Veranstalter und Werbeleister (z.B. ÖFB-Fußballverband; ÖSV-Schiverband)
- Internationale Sportgroßereignisse (z.B. Champions-League; Schi-WM). Hier liegt keine werbeabgabepflichtige Leistung des veranstaltenden Vereins vor, da sich die Adressaten (z.B. bei einer TV-Übertragung) weit überwiegend im Ausland befinden.
- Unmittelbare Sponsor-Leistungen an gemeinnützigen Sportvereinen sind nicht abgabepflichtig, wenn ein Paket von steuerpflichtigen und steuerfreien Leistungen umfasst ist (z.B. Trikotwerbung, Werbetafeln und Kontingent an Freikarten, Lautsprecherdurchsagen, Autogrammstunden etc.)
- Liegt keine Entgeltlichkeit, also keine Bezahlung vor z.B. Print-Medium/Ankündigungsunternehmen verrechnet nichts für die Veröffentlichung einer Anzeige.

12. Gibt es weitere Ausnahmen für gemeinnützige Organisationen?

Nein, die ursprünglichen Ausnahmen wurden mit dem Budgetbegleitgesetz 2001 wieder aufgehoben. Das waren:

- 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 - § 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.

13. Was fällt unter die Bemessungsgrundlage für die Werbeabgabe?

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.

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 auf Seite 3 und 4.

14. Welche Aufwendungen fallen im Plakatbereich unter die im Netto-Entgelt unmittelbar verrechneten Personal- und Sachaufwendungen?

- Aufwendungen für die Auswechslung von Plakaten (Teaser)
- Aufwendungen für das Anbringen von Auflegern
- Versand- und Fahrtkosten des Außenwerkeunternehmens
- Aufstellungskosten von mobilen Ständern
- Anbringungskosten für Spruchbänder
- Anbringungskosten im Rahmen der Verkehrsmittelwerbung

15. Was ist bei Gegengeschäften (Tausch) als Bemessungsgrundlage heranzuziehen?

Laut Durchführungserlass des Finanzministeriums ist bei Tauschgeschäften die Bemessungsgrundlage im Schätzwege zu ermitteln. Es bestehen laut Finanzministerium keine Bedenken bei Gegengeschäften 20 % des offiziellen Tarifs heranzuziehen. Erfolgt eine Werbeeinschaltung, bei der der Auftraggeber eine bestimmte Leistung an den Adressaten der Werbung in Aussicht stellt, ohne dass der Werbeleister ein Entgelt verrechnet, ist die Bemessungsgrundlage der Wert der Gegenleistung, höchstens aber 50 % des üblicherweise verrechneten Tarifs (siehe Beispiel im Durchführungserlass unter Punkt 5.5).

16. Wer ist Steuerschuldner?

Steuerschuldner ist der sogenannte 'Werbeleister'. Er ist der Veröffentlicher der Werbung (in der Regel das Medienunternehmen). Damit ist jenes Unternehmen, das Anspruch auf ein Entgelt für die Durchführung von Werbeleistungen gemäß § 1 (2) WerbeAbgG 2000 hat, gemeint. D.h. Verleger von Printmedien, Betreiber von Hörfunk und Fernsehen und Außenwerkeunternehmen.

Hat der Werbeleister seinen Sitz im Ausland, haftet der inländische Auftraggeber (z.B. die Firma „Manner-Schnitten“, die einen TV-Spot im SAT 1 Österreich-Fenster ausstrahlt). Haben Werbeleister und Auftraggeber ihren Sitz im Ausland, haftet jeder inländische Unternehmer, in dessen Interesse die Werbung erfolgt (wurde in Österreich noch nie vollzogen).

Keine Werbeleister sind jene Unternehmer, die bloß die Besorgung einer Werbeleistung bei einem Medienunternehmen übernehmen (Werbeagenturen sind daher nicht Steuerschuldner). Haus- bzw. Grundeigentümer, die nur die Voraussetzung zur Veröffentlichung von Werbebotschaften schaffen, die Flächen und Räume an Außenwerkeunternehmen vermieten, müssen die Werbeabgabe nicht abführen.

17. Wer haftet für die Werbeabgabe?

Grundsätzlich haftet der Veröffentlicher. Das ist in der Regel 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.

18. Müssen Werbeagenturen im Zusammenhang mit der 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.

19. Was muss aufgezeichnet werden?

- Die Werbeleistung
- Der Auftraggeber
- Die Grundlagen zur Berechnung der Abgabe

20. Wann entsteht der Abgabenanspruch?

Der Abgabenanspruch 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 Werbeeinschaltungen
- im Bereich Außenwerbung (Plakate, Werbung auf Fahrzeugen, Werbeprojektionen etc.) mit dem erstmaligen Erscheinen der Werbebotschaft z.B. mit dem Anbringen des Plakates, mit dem Anbringen des Werbeaufdruckes auf Fahrzeugen etc.

Die Entstehung des Abgabenanspruchs, 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.

21. Wie erfolgt die Erhebung der Werbeabgabe?

Die Erhebung der Abgabe erfolgt analog zu den Regelungen im UStG 1994.

Nach Ablauf eines Jahres (31. März des Folgejahres) ist eine Jahres-Abgabenerklärung abzugeben, in der die Art der Werbeleistungen und die darauf entfallenen Entgelte anzuführen sind.

22. Wann muss die Abgabe entrichtet werden?

Die Abgabe muss bis zum 15. des zweitfolgenden Monats nach Entstehen des Abgabenanspruchs mittels Erlagscheines bzw. e-Banking mit dem Buchstabencode „WA“ entrichtet werden.

Die Werbeabgabe ist nach Ablauf des Steuerjahres entsprechend zur Abgabenerklärung einzureichen.

23. Wo ist die Abgabe abzuführen?

Die Abgabe ist beim für die Erhebung der Umsatzsteuer des Medienunternehmens zuständigen Finanzamt monatlich abzuführen.

24. Sind Bagatellgrenzen vorgesehen?

Ja. Im Budgetbegleitgesetz 2001 wurde folgende Regelung getroffen:

- Keine Abgabepflicht, wenn die Werbeabgabe im Monat weniger als € 50,00 beträgt
- Keine Pflicht zur Jahreserklärung aber Entrichtungspflicht der Werbeabgabe, wenn die abgabepflichtigen Entgelte weniger als € 10.000,00 betragen oder die Werbeabgabe weniger als € 500,00 beträgt
- Diese Bagatellregelungen können für das Kalenderjahr, das Wirtschaftsjahr oder für das Rumpfwirtschaftsjahr gelten

Wenn im gesamten Kalenderjahr die abgabepflichtigen Entgelte unter € 10.000,00 liegen, ist die Abgabe einer Jahres-Abgabenerklärung nicht notwendig. Es gibt daher keinen Feststellungsbescheid des Finanzamtes. Überschreitet das abgabepflichtige Entgelt in einem Monat € 1.000,00 fällt für diesen Monat die Werbeabgabe an.

25. Unterliegt die Schaltung eines inländischen Inserates in einem ausländischen Medium der Werbeabgabe?

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 es jedoch auch im Inland erwerben kann.

26. Unterliegt die Schaltung eines ausländischen Inserates in einem inländischen Medium dem Werbeabgabegesetz?

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

27. Wie sind grenzüberschreitende Werbeleistungen zu behandeln?

Grenzüberschreitende Werbeleistungen unterliegen nur mit jenem Teil der Werbeabgabe, der in österreichischen Medien geschaltet wird. Ab einem Anteil von 75 % (Inland/Ausland) erfolgt keine anteilmäßige Zurechnung. Die Verbreitung ist entweder zu 100 % (Inland) oder zu 0 % Ausland steuerbar.

28. Unterliegen Werbebeilagen in ausländischen Zeitungen der Werbeabgabe?

Nein. Die Verbreitung im Ausland ist nicht steuerbar.

29. Unterliegen Werbebeilagen in österreichischen Zeitungen der Werbeabgabe?

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

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

Ja, so fern 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.
Unadressierte Verteilung: steuerpflichtig (Steuerbasis: 5 % des Beförderungsentgelts)

In der Frage der Werbeabgabe auf Werbeprospekte hat jüngst eine rechtliche Diskussion im Zusammenhang mit der Steuerpflicht bei Prospekten/Druckwerken ohne redaktionellen Teil eingesetzt.

Das Finanzministerium kommt dabei zu folgenden Schlussfolgerungen für die Prospektwerbung:

Bestätigung des Durchführungserlasses zur Werbeabgabe (AÖFV Nr. 121/2000, GZ 14 0607/1-IV/14/00):

Direktwerbung in Form von Prospektverteilung oder nicht persönlich adressierten Werbepostwurfsendungen fallen unter die Werbeabgabe (VwGH-Erkenntnis B 171/02 vom September 2002).

Der Vertrieb von Medien mit redaktionellem Teil (Zeitungen, Zeitschriften) unterliegt NICHT der Werbeabgabe, unabhängig davon ob das Medium entgeltlich oder unentgeltlich erworben werden kann. Darunter fallen auch Handelskataloge mit allgemeinen Inhalt. Die Veröffentlichung besteht in diesen Fällen in der Schaltung von Anzeigen in dem Medium bzw. der Beilegung von Prospekten und Werbematerial zu diesem Medium. Die Veröffentlichung ist in diesem Fall der werbeabgabepflichtige Vorgang. Dafür besteht die Abgabepflicht.

Bei Medien ohne redaktionellen Teil (Prospekte, Warenproben, Flugblätter) ist die Verteilung als Veröffentlichung anzusehen.

Besteht ein Medium erkennbar ausschließlich aus bezahlten Anzeigen, die der Werbeabgabe unterliegen, ist die Einschaltung im Medium als Veröffentlichung anzusehen. Der Vertrieb und die Verteilung dieser Medien unterliegen daher NICHT der Werbeabgabe.

Beispiel: Lässt ein Unternehmer auf eigene Kosten erstellte Werbeprospekte und Flugblätter über seine Erzeugnisse/Handelswaren gegen Entgelt verteilen, unterliegt nach Auffassung des BMF die entgeltliche Verteilung durch Dritte der Werbeabgabe. Abgabenschuldner ist der jeweilige Verteilungsunternehmer. Bemessungsgrundlage ist das Entgelt, das für die Verteilung/Versendung in Rechnung gestellt wird.

Lässt ein Unternehmer Werbeprospekte oder Flugblätter über seine Handelswaren, die durch Druckkostenbeiträge Dritter (z.B. Produkthersteller, Großhändler) mitfinanziert werden, im Postweg oder direkt verteilen, besteht dafür KEINE Werbeabgabepflicht. Wie bei Medien mit redaktionellem Teil ist in diesem Fall bereits die entgeltliche Einschaltung der Anzeigen selbst als abgabepflichtige Veröffentlichung anzusehen. Abgabenschuldner ist der Handelsbetrieb, der dafür Druckkostenbeiträge an Dritte in Rechnung stellt. Die anschließende entgeltliche Verteilung löst KEINE Pflicht zur Werbeabgabe aus. Vom BMF wird ausdrücklich klar gestellt, dass es sich in diesem

Fall um keine Eigenwerbung handelt.

Druckkostenbeiträge für bestimmte Inhalte mit Werbewirkung fallen unter den Tatbestand der Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken. Dafür besteht die Abgabepflicht.

Druckkostenbeiträge oder andere Gegenleistungen zu Werbeprospekten, Postwurfsendungen oder Flugblättern unterliegen der Werbeabgabe (§ 1 Abs. 1 Z. 1 WerbeAbG). Das Entgelt für die Verteilung derartiger Werbemittel unterliegt NICHT der Werbeabgabe.

Entgeltliche Werbung in Printmedien und direkt verteilten Prospekten ohne redaktionellen Inhalt wird in gleichem Umfang mit der Werbeabgabe belastet.

Damit wird eine Doppelbelastung bei der Werbeabgabe (Besteuerung sowohl der Druckkostenbeiträge als auch des Entgelts für die Verteilung bzw. der Versendung) vermieden.

31. Unterliegt persönlich adressierte Werbung der Werbeabgabe?

Nein, persönlich adressierte Werbung unterliegt nicht der Werbeabgabe d.h. es muss der vollständige persönliche Name und die genaue Adresse angeführt sein. Ein Beispiel für eine nicht vollständige Adresse ist: „An einen Gartenfreund, Herrengasse 1, 1010 Wien“.

32. 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 % des offiziellen Anzeigentarifs als Bemessungsgrundlage heranzuziehen, da hier die Bemessungsgrundlage im Schätzungswege ermittelt werden muss.

33. Unterliegt das Product Placement der Werbeabgabe?

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

34. Unterliegt das Anbringen von Werbebotschaften auf Fahrzeugen der Werbeabgabe?

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

35. Unterliegen Messestandflächen der Werbeabgabe?

Nein. Im Durchführungserlass zur Werbeabgabe hat das Finanzministerium unter Punt 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-Print-Mediums, in denen entgeltliche Inserate geschaltet werden - oder die entgeltliche Vermietung von Plakatflächen für Werbezwecke vornimmt, unterliegen diese Werbeleistungen der Werbeabgabe.

36. 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.

Gespräche im Ministerium haben aber ergeben: Wenn der Veranstalter ein gemeinnütziger Sportverein ist (z.B. ÖFB) dann fällt keine Werbeabgabe an. Wenn der Veranstalter eines Turniers kein gemeinnütziger Verein ist, fällt natürlich die Werbeabgabe an. Beispiel: Die Wirtschaftskammer veranstaltet ein Turnier, bei dem 10 Firmen teilnehmen. Jede Firma stattet ihre Mannschaft mit Dressen aus. Hier ist die Werbeabgabe fällig.

37. Fällt die Werbung politischer Parteien unter die Werbeabgabe?

Ja.

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

Ja, hier ist der Inlandsbezug gegeben.

39. 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.

40. Unterliegen Stellenanzeigen der Werbeabgabe?

Wenn es sich um Raumanzeigen handelt, dann ja, wenn es Wortanzeigen im Fließtext sind, dann unterliegt die Stellenanzeige nicht der Werbeabgabe.

Der Durchführungserlass zur Werbeabgabe enthält folgende Passage:

Nicht als Werbung im Sinne des Gesetzes sind daher Wortanzeigen im Fließtext zu verstehen, wenn deren Abrechnung nach der Anzahl der Wörter oder Buchstaben (einschließlich Firmenlogos) erfolgt.

Wortanzeigen in Verbindung mit Abbildungen jeder Art führen zu einer werbeabgabepflichtigen Leistung. Raumanzeigen, die nach der Fläche verrechnet werden, sind unabhängig von ihrem Inhalt jedenfalls als Werbung anzusehen, ausgenommen die Veröffentlichung erfolgt auf Grund einer gesetzlichen oder gerichtlichen Verpflichtung oder es handelt sich um Veröffentlichungen in der höchstpersönlichen Sphäre (insbesondere Geburtsanzeigen, Hochzeitsanzeigen, Todesanzeigen, nicht hingegen z.B. die Anzeige einer Kanzlei- oder Ordinationseröffnung, Stellenanzeigen jeglicher Art).

41. 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.

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

Nein.

43. 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 Werbeabgabegesetz 2000. Der inländische Empfang von unveränderten ausländischen Programmen, in denen Werbebotschaften ausgestrahlt werden, unterliegt jedoch nicht der Werbeabgabe.

44. Muss ich für Werbung im Internet Werbeabgabe bezahlen?

Nein, Werbung im Internet ist von der Werbeabgabe ausgenommen. Auf Grund einer politischen Entscheidung im Jahr 2000 (keine Besteuerung von Zukunftstechnologien, Förderung des IKT Sektors) wurde Werbung im Internet von der Werbeabgabe ausgenommen.

Keine Werbeabgabe für

- Bannerwerbung im Internet
- Wort- und Bildanzeigen im Internet
- Videoclips im Internet
- E-Mail Werbung

45. Sind Sponsoring-Aktivitäten werbeabgabepflichtig?

Ja. Alle Leistungen, die unmittelbar der Verbreitung von Werbebotschaften dienen, sind abgabepflichtig. Somit sind alle Sponsoring-Aktivitäten steuerpflichtig:

- Plakatflächen
- Projektionen
- Plakatständer, Schaukästen
- Kinowerbung
- Werbebänder, Transparente
- Aufstellen von Fernsehern, DVD-Playern und Videogeräten

46. Ist das Werben für Glücksspiele werbeabgabepflichtig?

Nein. Für bestimmte Glücksspiele besteht nach § 17 Abs. 7 Glücksspielgesetz eine Ausnahme. Der Konzessionär sorgt für die generelle mediale Unterstützung. Zur Erlangung dieser medialen Unterstützungsleistungen kann der Konzessionär privatrechtliche Vereinbarungen mit öffentlichen und privaten Medienpartnern sowie gemeinnützigen Organisationen abschließen. Folgende Glücksspiele sind ausgenommen:

- Lotto, Toto und Zusatzspiel, Sofortlotterien,
- Klassenlotterie, Zahlenlotto, Nummernlotterien
- Elektronische Lotterien, Bingo und Keno

47. Ist Product Placement werbeabgabepflichtig?

Ja. Product-Placement ist abgabepflichtig. Nach einer Interpretation des Finanzministeriums sind 70 % dieser Leistung als Bemessungsgrundlage für die Berechnung der Werbeabgabe heranzuziehen. z.B. Die Extrawurstsemmel für die TV Serie „Kommissar Rex“ gesponsert von der Firma Radatz.

48. Unterliegt Bandenwerbung der Werbeabgabe?

Ja. Bandenwerbung unterliegt grundsätzlich der Werbeabgabe. Eine Ausnahmebestimmung sieht das Gesetz nur für gemeinnützige Sportvereine vor. In der Regel wird das Kriterium der Gemeinnützigkeit bei einem Fußballclub oder einem Schiclub vorliegen. Ein privater Reitclub, der auf Gewinn ausgerichtet ist, ist daher abgabepflichtig. Eine Sonderregelung sieht das Gesetz für internationale Großsportereignisse vor (z.B. Schi-WM, Fußball Champions League, etc.). Ist der überwiegende Teil der Fernsehzuseher im Ausland, entfällt die Werbeabgabe.

49. Wann spricht man von „Eigenwerbung, die der Werbeinteressent ohne Einschaltung Dritter für sich selbst macht“?

Eigenwerbung liegt nur dann vor, wenn Werbung überhaupt ohne Einschaltung Dritter erfolgt (z.B. Werbung für den ORF im ORF, Werbung für die Kleine Zeitung in der Kleinen Zeitung). Auch wenn ein Unternehmen ohne Agentur bei Dritten schaltet, ist Werbeabgabepflicht gegeben.

50. Ist die Verteilung von Flyern werbeabgabepflichtig?

Ja. Bei Prospekten, Warenproben, Flugblättern etc. ist die Verteilung als Veröffentlichung nach dem Werbeabgabegesetz anzusehen. Dies gilt unabhängig davon, ob dieses Prospekt einer Zeitung beigelegt oder im Direktvertrieb über die Post oder eine private Vertriebsfirma verteilt wird (z.B. Werbung für das XXXL Sofa im Möbel Lutz Prospekt). In diesem Fall muss das Unternehmen als Werbeleister und als Veröffentlicher der Werbung (Verteilung von Flyern) im Sinne des Werbeabgabegesetzes die Werbeabgabe abführen.

Besteht ein Prospekt ausschließlich aus bezahlten Anzeigen, ist diese Einschaltung als Veröffentlichung nach dem Werbeabgabegesetz zu werten (z.B. Inserat von „Riedel Weingläsern“ im Möbel-Lutz-Prospekt). Der Vertrieb bzw. die Verteilung dieses Prospektes ist nicht als Verteilung im Sinne des Werbeabgabegesetzes zu interpretieren. In diesem Fall hätte die Firma Lutz die Werbeabgabe für das „Riedel Glas Inserat“ abzuführen.

51. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre Werbeabgabe bezahlen?

Ja. Nach dem Werbeabgabegesetz ist grundsätzlich jede Werbeeinschaltung in Druckwerken steuerpflichtig. Die Aufnahme von entgeltlichen Anzeigen in einer Informationsbroschüre gilt als steuerrelevante Veröffentlichung von Werbung im Sinne des Werbeabgabegesetzes.

52. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre einer NPO Werbeabgabe bezahlen?

Ja. Das Werbeabgabegesetz sieht grundsätzlich keine Ausnahmen von der Steuerpflicht für nicht gewinnorientierte Vereine oder Körperschaften vor.

53. Muss ich Werbeabgabe bezahlen wenn ich auf meinem PKW Werbung anbringe?

Ja. Das Anbringen von Werbebotschaften auf Fahrzeugen unterliegt der Werbeabgabe, außer es handelt sich um Eigenwerbung (z.B. Firmenaufschrift auf firmeneigenen Fahrzeugen). Es sind 5 % von dem Betrag abzuführen, der für die Veröffentlichung der Werbung am PKW bezahlt wird.

Das Anbringen eines Hinweises, wenn ich das Auto verkaufen will, ist nicht werbeabgabepflichtig.

Hinweis: Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster Bearbeitung ohne Gewähr und eine Haftung des Autors oder des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation ist ausgeschlossen. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter!