

BESTEuerung DER GROSSEN INTERNETKONZERNE

Es soll ein Maßnahmenbündel entwickelt werden, das sowohl zielorientiert, als auch administrierbar ist.

DIE ZIELE

- Neue Steuereinnahmen für Österreich / für die EU mindestens im Ausmaß der durch Steuervermeidung entgangenen Gewinnsteuern.
 - Fast alle Großkonzerne verschieben ihre Gewinne in Länder mit niedrigen Steuern.
 - Das Ungleichgewicht zwischen nationalen Unternehmungen und internationalen Konzernen soll ausgeglichen werden.
- Verhinderung von Big-Data-Gewinnen ausländischer Großkonzerne.
 - Der Gewinn internationaler Internetkonzerne ergibt sich nicht unwesentlich aus der Nutzung von Userdaten für Big-Data.
 - Dem User ist meist nicht bekannt, wie wertvoll die von ihm weiter gegebenen Daten sind.
- Schutz der User davor, nachteilige Vertragsbestimmungen akzeptieren zu müssen.
 - Betrifft insbesondere die Abtretung (lizenzfreie Nutzung) von hochgeladenen Bildern, Musik etc. an den Provider.
 - Die Rechteübertragung ist oft für die Nutzung ganz anderer Dienste erforderlich, wobei sich der Konsument meist nicht darüber klar ist, wie weitgehend seine Zustimmung in den ABGs reicht. (Siehe Anhang 1)
- Einschränkung der Nutzung von sozialen Medien bei großen internationalen Konzernen.
 - Die missbräuchliche Nutzung von Social-Media nimmt Überhand – Hassposting, Mobbing,...
- Förderung inländischer digitaler sozialer Medien.
 - Einschränkung der Marktmacht von internationalen Konzernen bedeutet gleichzeitig die Stärkung inländischer Unternehmungen. Manchmal auch die Gründung eines Startups.
- Chancengleichheit Internetversandhandel
 - Für den Konsumenten ist es von Vorteil, einen „greifbaren“ Vertragspartner zu haben
 - Für den heimischen Wirtschaftstreibenden ist es notwendig, dass seine Leistungen (Beratung, Reparaturannahme) honoriert werden.
 - Chancengleichheit hat Auswirkungen auf die Anzahl der Betriebe (weniger Schließungen) und auf den Ausbau von Betrieben (mehr Arbeitsplätze).

DIE MASSNAHMEN

Einige populäre Maßnahmen müssen verworfen werden (Siehe Anhang 2).

Besteuerung der Nutzung von sozialen Medien

In weiten Teilen der Bevölkerung herrscht der Glaube vor, dass die Nutzung der sozialen Medien gratis wäre.

Das ist mitnichten der Fall.

Um ein Kostenbewusstsein zu erreichen, soll eine SOCIALMEDIASTEUER eingehoben werden. Z.B. 1 Euro pro Monat und Medium.

Ein User der Facebook, Twitter und Whatsapp nutzt, würde dafür 36 Euro pro Jahr bezahlen. (Das ist deutlich mehr als in Uganda - zu berücksichtigen ist dabei die höhere Kaufkraft in Österreich)

Österreichische /Europäische Unternehmen sollen nicht unter diese Regelung fallen, was gleichzeitig eine Förderung kleinerer Unternehmen / Unternehmensneugründungen bedeuten würde.

Begleitend: Gezielte Förderung von österreichischen Softwareschmieden, die von Betriebssystemen bis Chat-Plattformen verschiedene Konkurrenzprodukte entwickeln können. Z.B. Staatspreis für beste österreichische SW-Lösung.

Eine sinnvolle Grenze für die Feststellung, ob ein Konzern ein „internationaler Großkonzern“ ist, wäre die Überschreitung einer bestimmten Kundenanzahl (z.B. 5Mio. Kunden). Da die Konzerne stets die Anzahl der Kunden für Werbezwecke verwenden, ist es nicht schwer, diese Maßzahl zur Definition eines internationalen Konzerns heranzuziehen. (Klar ist, dass der Konzern samt allen Tochterunternehmungen für die Beurteilung herangezogen werden muss).

Im Endeffekt sollen die Kunden keine Steuer bezahlen müssen, was

- einesteils durch die Nutzung der Dienste neuer österreichischer Unternehmungen erreicht wird,
- andererseits durch eine Bezahlung der vom Internet-Unternehmen genutzten Daten.
Details: siehe nächster Punkt („Bezahlung der Datennutzung“).

Die Steuer ist für den Letztverbraucher kein wirklicher Kostenfaktor und widerspricht damit nicht dem Grundsatz „keine neuen Steuern“.

Bezahlung der Datennutzung durch Internetkonzerne

Werden von einem internationalen Konzern (Definition siehe oben) Userdaten (Email-Adressen, Telefonnummern, Bewegungsprofile, Bildmaterial, Videostreams, Musikdateien...) zur Erzielung eines Gewinns gesammelt, so steht dem User eine monatliche Pauschale von (z.B. 100 Euro) zu. Werden tatsächliche Gewinne mit den Userdaten erzielt, so stehen dem User mindestens 50% der Einnahmen zu.

Vereinbarungen zwischen Konzern und User auf höhere Abgeltungen (z.B. eigenproduzierte Musik) sind zulässig.

Der Effekt dieser Vorschrift wird eine Verlagerung zu kleinen heimischen Betrieben sein. Da die Zahlungsverpflichtung von der Gesamtzahl der Kunden des Konzerns abhängig ist, greifen auch Umgehungsversuche durch Gründung kleiner unbedeutender Zweigunternehmen nicht.

Die heimischen Betriebe sind von der pauschalierten Abgeltung der Big-Data-Gewinne nicht betroffen. Sie werden zumeist ganz normal Steuern bezahlen.

Ein klare Definition sittenwidriger Verträge ist parallel notwendig (siehe Anhang 1 – Einberufung einer Enquete zum Thema), damit auch heimische Unternehmen den unwissenden Kunden nicht übervorteilen können..

Löschung von unangemessenen Inhalten

Entwicklung von sehr knappen zeitlichen Vorgaben, was die Löschung unangemessener Inhalte in Social-Media anlangt.

Enquete über die Definition der zu löschenden Inhalte: Von Salafismus bis Happy-Slapping. Entwicklung einer gesetzlichen Grundlage und eines Zeitplans, sowie Strafrahmen für nicht (rechtzeitig) gelöschte Inhalte.

Allenfalls Schadenersatzpflicht für User, die dem Provider Kosten verursachen.

Chancengleichheit im Internetversandhandel

Ein gesondertes Problem ist der Versandhandel (z.B. Amazon).

Hier ist die Rede von physischen Lieferungen per Post, durch einen Lieferdienst oder auch durch ein Subunternehmen des internationalen Handelsunternehmens.

Bestellungen im Internet schaden

- dem heimischen Handel
- dem Konsumenten

Oft lassen sich Konsumenten im heimischen Handel beraten, um anschließend im Internet (billiger) einzukaufen (betrifft vor allem technische Geräte).

Um den heimischen Handel mit Internetbestellungen gleichzustellen, soll eine Sondersteuer (das ist wirklich eine neue Steuer, die aber nur ausländische Konzerne treffen soll) auf Waren eingehoben werden, bei denen der Kunde keine örtliche Beratungsmöglichkeit hat und auch bezüglich Service (Reparaturen...) stark benachteiligt ist.

Die Sondersteuer (Bemessungsgrundlage wie Umsatzsteuer¹) soll in der Höhe abhängig von der Warenkategorie sein, jedoch den Aufwand des lokalen Händlers ausgleichen.

Demnach wäre der Verkauf/Versand nur dann steuerbefreit, wenn der Lieferant eine Betriebsstätte in Österreich hat, an der Reparaturübernahmen möglich sind und Beratungsleistungen (vor Ort – nicht Telefonhotline in Düsseldorf) erbracht werden.

Konzerne können die Sondersteuer vermeiden, wenn sie eine physische Niederlassung in Österreich errichten (=zusätzliche Arbeitsplätze, zusätzliche Steuereinnahmen). Art und Umfang der lokalen Betriebsstätte sind abhängig von der Branche noch zu definieren.

Besteuerung der digitalen Betriebsstätte

Sowohl die „digitale Betriebsstätte“, als auch die „digital service tax“ sind schwer administrierbar.

Daher sollte davon Abstand genommen werden.

Wenn dennoch eine solche Steuer europaweit eingeführt werden sollte, ist die „Click“-Besteuerung oder eine Pauschalbesteuerung sinnvoller, als andere Modelle (Siehe Anhang 2)

¹ Einfache Lösung: erhöhte MwSt. Wenn dazu keine EU-Genehmigung erreicht werden kann: analog Getränkesteuer oder Mineralölsteuer...

ANHANG 1

Ausnutzung der Marktmacht

Zuweilen werden User dazu genötigt, Vertragsbestimmungen zu akzeptieren, die sie an sich gar nicht brauchen und auch nicht wollen.

Ein Beispiel sind Cloud-Dienste, die ungerechtfertigte und unangemessene Eingriffe des Konzerns in die Urheberrechte nach sich ziehen.

Siehe: computertipps/cloud.htm

Auszug aus den Google-Nutzungsbedingungen

"...Wenn Sie Inhalte in oder über unsere Dienste hochladen oder einstellen oder in unseren Diensten oder über unsere Dienste speichern, senden oder empfangen, räumen Sie Google (und denen, mit denen wir zusammenarbeiten) das Recht ein, diese Inhalte weltweit zu verwenden, zu hosten, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, abgeleitete Werke daraus zu erstellen (einschließlich solcher, die aus Übersetzungen, Anpassungen oder anderen Änderungen resultieren, die wir vornehmen, damit Ihre Inhalte besser in unseren Diensten funktionieren), zu kommunizieren, zu veröffentlichen, öffentlich aufzuführen, öffentlich anzuzeigen und zu verteilen. Diese von Ihnen im Rahmen dieser Lizenz gewährten Rechte dienen ausschließlich zur Durchführung, Förderung und Verbesserung unserer Dienste sowie zur Entwicklung neuer Dienste. Diese Rechtseinräumung bleibt auch dann bestehen, wenn Sie unsere Dienste nicht mehr verwenden,...

...Unsere automatisierten Systeme analysieren Ihre Inhalte (einschließlich E-Mails), um Ihnen für Sie relevante Produktfunktionen wie personalisierte Suchergebnisse, personalisierte Werbung und Spam- und Malwareerkennung bereitzustellen...."

Auszug aus dem Microsoft-Servicevertrag

"...Soweit dies notwendig ist, um Ihnen und anderen die Dienste bereitzustellen (u. a. Änderung von Größe, Form oder Format Ihrer Inhalte zur besseren Speicherung oder Anzeige), um Sie und die Dienste zu schützen und um die Produkte und Dienste von Microsoft zu verbessern, gewähren Sie Microsoft eine weltweite und lizenzgebührenfreie Lizenz für geistiges Eigentum zur Nutzung Ihrer Inhalte, um beispielsweise Kopien davon zu erstellen oder Ihre Inhalte zu speichern, zu übertragen, neu zu formatieren, über Kommunikationswerkzeuge zu verteilen und über die Dienste anzuzeigen. ..."

Eine Lösung dieser Problematik ist hochkomplex.

Vorschlag:

1. Einberufung führender Juristen zu einer Enquete über sittenwidrige Verträge im Internet
 2. Allenfalls ausjudizieren nach österreichischen Rechtsvorschriften.
-

ANHANG 2

Anknüpfungspunkte für eine Digitalsteuer (Verworfenne Maßnahmen)

Anknüpfungspunkt Umsatz

Problematisch sind die Anknüpfungspunkte für eine Besteuerung. Dies trifft sowohl auf die „digitale Betriebsstätte“ zu, als auch auf die „digital service tax“.

- Umsätze in Europa können leicht verschoben werden (z.B. Kanalinseln)
 - Es besteht die Gefahr, dass auch Werbepartner der Internetkonzerne neue Subunternehmen im Steuerfluchtland gründen. Dadurch können weitere (nicht-digitale) Umsätze aus Europa abwandern.
- Steuervermeidung auch durch „Limited Risk Distributors“ möglich.
- Werbeumsätze in Österreich laufen oft über Deutschland – bei Aufteilung der Steuern nach dem Aufkommen wäre **Österreich schwer benachteiligt**.

Anknüpfungspunkt „click“

- Für Österreich wäre eine Besteuerung nach prozentuellem Anteil der Clicks (visitor activity) von Vorteil.

Nach diesem Modell müsste der Konzern eine Steuererklärung über **alle** Umsätze und Gewinne weltweit vorlegen. Die Aufteilung der Steuer auf europäische Länder würde nach der Anzahl der Clicks auf Seiten des Konzerns erfolgen. Problem: Festlegung der für die Clickzählung relevanten Seiten und der Objektivität der Clickzählung.

Anknüpfungspunkt Anzahl der Kunden

- Die Anzahl der Kunden ist ein beworbenes Kriterium, daher gut als Anknüpfungspunkt geeignet, um die Größe eines Konzerns festzumachen.
 - Festlegung einer weltweiten Kundenanzahl (z.B. 5 Mio. Kunden = Großkonzern)
 - Einberechnung aller Subunternehmen – Besteuerung der Konzernmutter

Anknüpfungspunkt Bilderrechte und Musikrechte

- Werden Kunden genötigt, Urheberrechte an Bildern, Videos etc. an das Unternehmen abzutreten ist eine Besteuerung fällig
 - Die Steuer wird pro Monat und Nutzer festgelegt. Beispielsweise 100 Euro pro Monat und angemeldetem User.
 - Es ist davon auszugehen, dass die Urheberrechtsbestimmungen in den ABGs aufgehoben werden und in Zukunft keine Steuern anfallen.
 - Gewinne aus Big-Data sind die Grundlage des Geschäftsmodells und werden bestehen bleiben. Besser als eine Besteuerung ist eine (pauschale) Bezahlung an den User (siehe Vorschlag oben)

Schätzung

- Die Großkonzerne müssen eine Steuererklärung über **alle** Umsätze und Gewinne weltweit vorlegen. Die Steuerquote für die 27 EU-Länder wird für

einen vorbestimmten Zeitraum ausgehandelt. Nur die Aufteilung auf die einzelnen Staaten erfolgt nach Clickzählung.