

ID: LCG21172 | 21.05.2021 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

**Sodoma-Forderung nach Digitalsteuer ist fiskale Themenverfehlung des Jahres. Digitalisierungsfeindlichkeit und Standortschädigung statt Schulterschluss in der Medienbranche.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Das interactive advertising bureau austria (iab austria) kritisiert die befremdliche Forderung von Verbandsobmann **Peter Sodoma** nach einer Ausweitung der Digitalsteuer auf alle Online-Werbeumsätze über 10.000 Euro aufs Schärfste. Die Forderung des Verbands Druck und Medien sorgt in der gesamten Medienbranche und Digitalwirtschaft für Kopfschütteln. Während sich Medien, Agenturen und Auftraggeber seit Ewigkeiten für eine Abschaffung der Werbeabgabe einsetzen, fordert der Verbandsobmann gegenüber der Austria Presse Agentur (APA) eine Ausweitung dieser europaweit einzigartigen Besteuerung auf Werbeumsätze auf alle Medien. Das Resultat wäre eine nachhaltige Schädigung der heimischen Digitalwirtschaft. Österreich hat mit der Einführung der Digitalsteuer ein europäisches Vorzeigemodell geschaffen, um ansatzweise Steuer- und Wettbewerbsgerechtigkeit zu schaffen und die US-Digitalgiganten in die Verantwortung zu nehmen.

„Heimische Unternehmen, die sich im globalen Wettbewerb behaupten müssen, mit zusätzlichen Steuern belasten zu wollen, ist an Standortfeindlichkeit nicht zu überbieten. Bereits jetzt fließen 1,1 Milliarden Euro pro Jahr an transatlantische Digitalanbieter. Anstatt endlich die Werbeabgabe abzuschaffen, nun neue Steuern zu kreieren, schadet dem Medien- und Digitalisierungsstandort. Es würde nur mehr Druckerschwärze für die Liste der Arbeitslosen brauchen“, hält iab-austria-Präsident **Markus Plank** (Adverserve) fest.

„Diese Forderung ist anachronistisch, wirtschaftsfeindlich und standortschädlich. Dass sich ein Verband gegen die gesamte Medienbranche stellt, spricht Bände über dessen Visionslosigkeit und mangelndes Wirtschaftsverständnis. Würde irgendjemand dieser absurden Forderung Folge leisten, könnte die heimische Digitalwirtschaft bald keine Rechnungen mehr drucken“, ist **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises, empört.

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und

Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf [iab-austria.at](http://iab-austria.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)

(Schluss)