



Die Digitalsteuer: So gut, wie die Umfragewerte der Regierung â€œ BILD

1 | 31.01.2023 | Kunde: ONLINE-VERMARKTERKREIS |
O V K nennpolitik | Medieninformation

Reine Onlinemedien gehen leer aus , während sinkende Printumsätze kompensiert werden . Fiskalpolitik verhindert Investitionen in digitale Innovationen und verzerrt den Wettbewerb weiter zugunsten der globalen Tech-Giganten .

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © AboutMedia

Wien - Über den gesamten Werbemarkt im zurückliegenden Jahr in Österreich liegen noch keine finalen Zahlen vor. Studien schätzen ihn auf rund 4,2 Milliarden Euro ein. Rund die Hälfte davon entfällt auf die US-Tech-Giganten wie Meta mit Facebook und Instagram oder Alphabet mit Google und Youtube. Das geht aus den nun veröffentlichten Zahlen des Finanzministeriums für die Digitalsteuer hervor. 96 Millionen lukrierte die Republik aus der Besteuerung von Unternehmen, die einen weltweiten Umsatz von zumindest 750 Millionen Euro und im Inland einen Umsatz von mindestens 25 Millionen Euro aus der Durchführung von Onlinewerbeleistungen erzielen. Während die klassischen Werbeumsätze voraussichtlich um 2,5 Prozent zugenommen haben, sind die digitalen Spendings bei den US-Giganten binnen eines Jahres um 20 Prozent in die Höhe geschneit. Seit Einführung der Digitalsteuer im Jahr 2020 haben sie sich mehr als verdoppelt.

„Vom starken Wachstum der Digitalwerbung profitieren österreichische Anbieter und journalistische Publisher-Portale nur marginal. Immer mehr rot-weiß-rote Werbeeuros wandern zu den globalen Tech-Giganten. Wenige weltweit tätige Firmen ziehen bereits rund die Hälfte der Werbegelder aus Österreich ab, ohne hierzulande nennenswert Arbeitsplätze und Wertschöpfung zu schaffen oder gar journalistische Inhalte zu finanzieren“, ist **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises, alarmiert.

Transformationsförderung ist keine Innovationsförderung

Der „Fonds zur Förderung der digitalen Transformation“ wird jedoch bis 2027 auf 20 Millionen Euro reduziert. Bereits im zurückliegenden Jahr wurde er mit nur 54 Millionen aus der Digitalsteuer dotiert, während 26 Millionen am Sparbuch der Republik verblieben und nicht in den digitalen Medienmarkt flossen. Besonders paradox ist die Ausgestaltung als Transformationsförderung, welche ausschließlich an traditionelle Medien, die beim Übergang in das digitale Zeitalter unterstützt werden sollen, ausgeschüttet wird. Reine Digitalmedien sind gänzlich von der Förderung ausgeschlossen.

„Anstatt einen vitalen und wettbewerbsfähigen österreichischen Digitalmarkt und seriösen Online-Journalismus zu fördern und Unternehmen zu unterstützen, die frühzeitig eine Vorreiterrolle am digitalen Medienmarkt übernommen haben, profitieren jene Medien von der staatlichen Unterstützung, die sich lange Zeit bei der Entwicklung digitaler Angebote gelassen haben. Das ist keine Förderung digitaler Innovation, sondern die staatlich subventionierte Prolongierung veralteter Geschäftsmodelle“, gibt Schmidt zu bedenken.

Innovationsfeindliche Geldverschwendung statt fairer Rahmenbedingungen

Während die Tech-Giganten erfolgreich alle Steuerschlupflöcher in der Europäischen Union nutzen, sehen sich heimische Digitalmedien und Publisher-Portale mit einem der höchsten Steuersätze in der EU konfrontiert. Faire Wettbewerbsbedingungen sind in weiter Ferne, wenn ausländische Firmen mit nur fünf Prozent besteuert werden und österreichische Unternehmen zeitgleich von der Transformationsförderung ausgeschlossen sind und 25 Prozent Körperschaftssteuer entrichten müssen.

„Die österreichische Fiskalpolitik verhindert Investitionen in den Digitalbereich von Onlinemedien, die über viele Jahre hinweg fundierte Kenntnisse aufgebaut haben. Investitionen von kompetenten Firmen in den digitalen Medienmarkt sind unerlässlich, um im globalen Wettbewerb nicht noch mehr Werbegeld bei der Abwanderung über den Atlantik nachsehen zu müssen“, so Schmidt abschließend.

Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in

nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Pierre Greber** (COPE Content Performance), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf iab-austria.at/ovk

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

