



Persönliche Daten als (umsatzsteuerliche) Gegenleistung?

15 | 2023

1 Italien besteuert Facebook (Meta)

Italien hat gegen das soziale Netzwerk Facebook einen Umsatzsteuerbescheid i. H. v. EUR 870 Millionen erlassen. Die Umsatzsteuerschuld beruht laut den italienischen Finanzbehörden auf einem Tauschgeschäft zwischen dem Unternehmen und seinen Nutzern. Zwar zahlen die Nutzer für den Zugang zur Facebook-Plattform kein Geld, jedoch stellen sie dem Anbieter persönliche Daten zur Verfügung. Diese können vom Unternehmen weiterverwertet werden und begründen somit die Basis für die Milliardenumsätze des Online-Unternehmens. Die Höhe der von den italienischen Finanzbehörden festgesetzten Umsatzsteuerschuld ergibt sich aus einer Bewertung der von Facebook erfassten Nutzerdaten.

2 Hintergrund

Grundsätzlich sind nur Leistungen gegen Entgelt umsatzsteuerbar. Damit ein steuerbarer Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuerrechts vorliegt, muss aber das Entgelt nicht unbedingt in monetärer Form (Geld) erbracht werden. Ein Tausch oder tauschähnlicher Umsatz, bei dem die Parteien gegenseitig Leistungen erbringen, reicht aus. In den letzten Jahrzehnten haben sich zahlreiche digitale Angebote entwickelt, für die der Nutzer keinen monetären Beitrag erbringen muss. Wenn der Nutzer selbst eine Dienstleistung erbringt, ist zu prüfen, ob ein steuerbares tauschähnliches Geschäft vorliegt. Eine Dienstleistung des Nutzers kann hierbei in der Zustimmung zur Datenverwertung durch das Unternehmen gesehen werden (Duldungsleistung). Stehen beide Leistungen in einem direkten Zusammenhang miteinander und basiert der Austausch auf einem Rechtsgeschäft, kann Umsatzsteuer anfallen.



Ronny Langer
Steuerberater,
Dipl.-Finanzwirt (FH)

+49 (0) 89 217 50 12-50
ronny.langer@kmlz.de

3 Zu prüfende Online-Geschäftsmodelle

Die Plattform Facebook steht ihren Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Um einen Facebook Account anlegen und nutzen zu können, müssen die Mitglieder jedoch in das Sammeln ihrer persönlichen Daten einwilligen. Diese Daten dürfen dann vom Unternehmen weiterverwertet werden. In diesem Modell hat der italienische Fiskus einen tauschähnlichen Umsatz gesehen. Anderen Anbietern von „kostenlosen“ Plattformen droht dasselbe Schicksal. Fraglich ist dabei, ob eine Unterscheidung getroffen werden muss (und kann) zwischen den Mitgliedern, die ihre Accounts aktiv nutzen und mit Daten befüllen, und denjenigen, die eher passiv bleiben und nur Inhalte konsumieren. Und was ist mit Mitgliedern, die die Plattform gar nicht (mehr) nutzen, jedoch eingewilligt haben, dass auf ihren Endgeräten Cookies und andere Tracking-Werkzeuge von der Plattform installiert werden, damit diese Daten des Mitglieds sammeln kann? Wenn allein die Einwilligung ausreicht, stellt sich die Frage, ob auch Webseiten, die aktuell zwar weiterhin kostenlos konsumiert werden können, bei denen sich die Nutzer jedoch aktiv entscheiden müssen, ob sie Werbung erhalten und über Tracking-Maßnahmen persönliche Informationen preisgeben wollen, tauschähnliche Umsätze generieren. Alternativ bieten solche Webseiten ihren Nutzern oftmals ein kostenpflichtiges Abo an. Andere Unternehmen setzen z. B. auf Spenden der Nutzer. Alle diese Online-Angebote beruhen also entweder auf einer monetären Bezahlung (die meist zweifelsfrei umsatzsteuerpflichtig ist) oder fordern die Nutzer mehr oder minder deutlich auf, persönliche Daten zur Verfügung zu stellen. Ein Großteil dieser Entwicklungen mag Folge eines zunehmend strengeren Daten- und Verbraucherschutzes sein. Dadurch wird aber auch klarer erkennbar, dass persönliche Daten überlassen werden, und es wird wohl früher oder später zu einer Debatte darüber kommen, ob hier ein Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuerrechts vorliegt.

4 Zu klärende Fragen

Ob „kostenlose“ Online-Angebote der Umsatzsteuer unterliegen, muss im Einzelfall geprüft werden. In diesem Zusammenhang stellen sich unterschiedliche Fragen:

- Erbringen Nutzer tatsächlich selbst Dienstleistungen? Wenn ja, sind diese als eigenständig zu betrachten oder handelt es sich nur um unterstützende Leistungen, um das Online-Angebot optimal nutzen zu können?
- Stehen sich die Leistungen des Unternehmens und der Nutzer in einem direkten Zusammenhang gegenüber? Basiert der Leistungsaustausch auf einem Rechtsverhältnis?
- Liegt weiterhin eine B2C-Dienstleistung des Unternehmens vor? Oder werden die privaten Nutzer selbst zu umsatzsteuerlichen Unternehmern und begründen damit ein B2B-Austauschverhältnis? Und inwiefern erbringen Personen, die aus anderen Gründen bereits Unternehmer sind, ggf. Leistungen im Rahmen ihres Unternehmens?
- Wie hoch ist die Bemessungsgrundlage für den ggf. anzunehmenden Leistungsaustausch? Welche Komponenten müssen in die Bemessungsgrundlage einfließen? Spielt die Qualität der gewonnenen Daten eine Rolle oder vielleicht sogar ihre tatsächliche Verwertung für interne oder externe Zwecke des Online-Dienstleisters? Können alternativ angebotene Abo-Modelle als Referenz für die Ermittlung der Bemessungsgrundlage herangezogen werden?

5 Empfehlung für die Praxis

Die Besteuerung von Facebook (Meta) ist nur ein aktuelles Beispiel dafür, dass Online-Angebote immer mehr in das Blickfeld von Finanzbehörden geraten. Auch die Besteuerung von anderen Online-Plattformen und von Influencern gewinnt in letzter Zeit an Aufmerksamkeit. Unternehmen mit Online-Angeboten sollten deshalb die Entwicklungen beobachten und prüfen, ob ihre Geschäftsmodelle der Umsatzsteuer unterliegen, auch wenn die digitalen Inhalte den Nutzern „kostenlos“ zur Verfügung gestellt werden. Und auch beim Aufsetzen neuer Geschäftsmodelle sollten die umsatzsteuerlichen Aspekte nicht außer Acht gelassen werden. Durch entsprechende Gestaltung der Online-Angebote kann späteren Zweifeln an der