

Werbeabgabe

Stand April 2019

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?	3
6. Was unterliegt der Werbeabgabe?	4
7. Was ist eine Werbeleistung?	4
8. Was fällt unter „die Veröffentlichung in Druckwerken“?	5
9. Wann ist die Werbung im Inland erbracht?	5
10. Was bedeutet "Entgelt"?	5
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?	6
14. Welche Aufwendungen fallen im Plakatbereich unter die im Netto-Entgelt unmittelbar verrechneten Personal- und Sachaufwendungen?	6
15. Was ist bei Gegengeschäften (Tausch) als Bemessungsgrundlage heranzuziehen?	6
16. Wer ist Abgabenschuldner?	7
17. Wie regelt das Werbeabgaben-Gesetz ausländische Werbeabgaben-Schuldner?	7
18. Wer haftet für die Werbeabgabe?	7
19. Müssen Werbeagenturen im Zusammenhang mit der Werbeabgabe Aufzeichnungen führen?	7
20. Was muss aufgezeichnet werden?	7
21. Wann entsteht der Abgabenanspruch?	7
22. Wie erfolgt die Erhebung der Werbeabgabe?	8
23. Wann muss die Abgabe entrichtet werden?	8
24. Wo ist die Abgabe abzuführen?	8
25. Sind Bagatellgrenzen vorgesehen?	8
26. Unterliegt die Schaltung eines inländischen Inserates in einem ausländischen Medium der Werbeabgabe?	8
27. Unterliegt die Schaltung eines ausländischen Inserates in einem inländischen Medium dem Werbeabgabegesetz?	9
28. Wie sind grenzüberschreitende Werbeleistungen für Hörfunk und Fernsehen zu behandeln?	9
29. Unterliegen Werbebeilagen in ausländischen Zeitungen der Werbeabgabe?	9
30. Unterliegen Werbebeilagen in österreichischen Zeitungen der Werbeabgabe?	9
31. Unterliegt persönlich adressierte Werbung der Werbeabgabe?	9
32. Fällt der Tatbestand der Eigenwerbung unter die Werbeabgabe?	9
33. Unterliegt das Product Placement der Werbeabgabe?	10
34. Unterliegt das Anbringen von Werbebotschaften auf Fahrzeugen der Werbeabgabe?	10
35. Unterliegen Messestandflächen der Werbeabgabe?	10
36. Unterliegen Spielerdressen bei Sportveranstaltungen, die Werbebotschaften enthalten, der Werbeabgabe?	10

37. Fällt die Werbung politischer Parteien unter die Werbeabgabe?.....	10
38. Unterliegen spezielle Österreich-Beilagen bzw. Österreich Mutationen in ausländischen Printmedien der Werbeabgabe?.....	10
39. Unterliegen redaktionelle Beiträge der Werbeabgabe?.....	10
40. Unterliegen Stellenanzeigen der Werbeabgabe?	11
41. Sind Wortanzeigen werbeabgabepflichtig?	11
42. Unterliegen Todesanzeigen, die von Unternehmen für verstorbene Mitarbeiter geschaltet werden, der Werbeabgabe?	11
43. Unterliegen Veröffentlichungen auf Grund einer gesetzlichen oder gerichtlichen Verpflichtung der Werbeabgabe?	11
44. Unterliegen Österreich-Werbefenster im TV oder Radio der Werbeabgabe?	11
45. Muss ich für Werbung im Internet Werbeabgabe bezahlen?	11
46. Sind Sponsoring-Aktivitäten werbeabgabepflichtig?	12
47. Was ist der Unterschied zwischen einer Spende und Sponsoring?	12
48. Ist das Werben für Glücksspiele werbeabgabepflichtig?	12
49. Ist Product Placement werbeabgabepflichtig?	12
50. Unterliegt Bandenwerbung der Werbeabgabe?	12
51. Wann spricht man von „Eigenwerbung, die der Werbeinteressent ohne Einschaltung Dritter für sich selbst macht“?	12
52. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre Werbeabgabe bezahlen?	13
53. Muss ich für Inserate in einer Infobroschüre einer NPO Werbeabgabe bezahlen?.....	13
54. Muss ich Werbeabgabe bezahlen wenn ich auf meinem PKW Werbung anbringe?	13
55. Sind Apps werbeabgabepflichtig?	13
56. Sind Vereine werbeabgabepflichtig?	13
57. Wie kann man zu viel bezahlte Werbeabgabe rückfordern?.....	15

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 (z.B. Trikotwerbung, Werbetafeln) und steuerfreien Leistungen umfasst ist (z.B. Kontingent an Freikarten, Lautsprecherdurchsagen, Autogrammstunden etc.)
- Durch den [Wartungserlass 2015 \(Rz 757ff\)](#) wird klargestellt, dass diese Steuerbefreiung auch für **ausgegliederte Profibetriebe oder in eine Kapitalgesellschaft ausgegliederte Profibetriebe** gilt.

12. Gibt es weitere Ausnahmen für gemeinnützige Organisationen?

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

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 Plakatsbereich 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 Außenwerbeunternehmens
- 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 Abgabenschuldner?

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 Außenwerbeunternehmen.

17. Wie regelt das Werbeabgaben-Gesetz ausländische Werbeabgaben-Schuldner?

Abgabenschuldner ist gemäß § 3 Abs. 1 WerbeabgabeG derjenige, der Anspruch auf ein Entgelt für die Durchführung einer Werbeleistung hat. Erbringt ein ausländischer Werbeleister eine Werbedienstleistung im Inland, ist er selbst Abgabenschuldner.

Der ausländische Werbeleister bezahlt die Werbeabgabe also nicht für den österreichischen Kunden bzw. Auftraggeber, sondern er ist selbst Abgabenschuldner gegenüber den österreichischen Finanzbehörden.

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 Außenwerbeunternehmen vermieten, müssen die Werbeabgabe nicht abführen.

18. Wer haftet für die Werbeabgabe?

Grundsätzlich haftet der Veröffentlicher. Das ist in der Regel das Medienunternehmen als Steuerschuldner für die Entrichtung der Werbeabgabe. Ist der Auftragnehmer ein Unternehmer, der weder Sitz, Geschäftsleitung noch eine Betriebsstätte im Inland hat, so haftet gem. § 3 WAG der inländische Auftraggeber (z.B. Werbeagentur, sonstiger Intermediär) für die Abfuhr der Abgabe. Ist auch kein inländischer Auftraggeber vorhanden, so haftet derjenige, in dessen Interesse der Auftrag durchgeführt wird, für die Abfuhr der Abgabe.

19. 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.

20. Was muss aufgezeichnet werden?

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

21. 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.

22. 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.

23. 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.

24. Wo ist die Abgabe abzuführen?

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

25. 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.

26. 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.

27. 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.

28. Wie sind grenzüberschreitende Werbeleistungen für Hörfunk und Fernsehen zu behandeln?

Grenzüberschreitende Werbeleistungen unterliegen nur mit jenem Teil der Werbeabgabe, der in österreichischen Medien geschaltet wird. Dies gilt für im Inland übernommene und weitaus überwiegend für das Ausland bestimmte Werbeleistungen.

Ein im Inland übernommener Auftrag für eine weitaus überwiegend für das Ausland bestimmte Werbeleistung (über 75 %) unterliegt nicht der Werbeabgabe, und zwar auch dann nicht, wenn sich im Inland tatsächlich eine Werbewirkung einstellt.

29. Unterliegen Werbebeilagen in ausländischen Zeitungen der Werbeabgabe?

Nein. Die Verbreitung im Ausland ist nicht steuerbar.

30. Unterliegen Werbebeilagen in österreichischen Zeitungen der Werbeabgabe?

Ja. Werbebeilagen sind grundsätzlich abgabenpflichtig 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.

31. Unterliegt persönlich adressierte Werbung der Werbeabgabe?

Nein, persönlich adressierte Werbung unterliegt nicht der Werbeabgabe d.h. es muss der vollständige 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 der Eigenwerbung 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 die Firmenaufschrift am eigenen Firmenfahrzeug ist nicht abgabepflichtig. Ebenso ist der „Hausprospekt“ eines Betriebes oder der Katalog eines Reiseveranstalters als Eigenwerbung nicht abgabepflichtig. Lädt ein Unternehmen seine Kunden mittels eines Flyers z.B. zu einer Weinverkostung ein, ist auch dies nicht abgabepflichtig. Die Produktionskosten sind nicht abgabepflichtig. Gibt es keine Inserate für die Geld bezogen wurde, besteht ebenfalls keine Abgabepflicht. Verteilt das Unternehmen die „Weinverkostung“ über einen Werbemittelverteiler, wären die Verteilkosten abgabepflichtig. Steuerpflichtig wäre aber der Werbemittelverteiler.

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 Schätzungsweg 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 Punkt 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?

Ja, Spielerdressen sind grundsätzlich werbeabgabepflichtig. Eine Ausnahme von der Abgabepflicht gibt es bei internationalen Sportgroßveranstaltungen (Schi-Weltcup, Fußball Champions-League), wenn sie von gemeinnützigen Sportvereinen (z.B. ÖSV, ÖFB) oder deren ausgegliederten Profibetrieben ([siehe Wartungserlass 2015](#)) durchgeführt werden, sowie wenn Sie in einem Paket von Leistungen verrechnet werden (*RZ 758: Bei unmittelbaren Sponsorleistungen an einen gemeinnützigen Sportverein oder an den ausgegliederten Profibetrieb eines gemeinnützigen Vereines ist von keiner steuerpflichtigen Werbeleistung auszugehen, wenn ein Paket von Leistungen umfasst ist, in dem neben an sich steuerpflichtigen Leistungen (Werbetafeln, Dressenaufschrift uÄ) auch nicht steuerpflichtige Leistungen enthalten sind, zB Autogrammstunden, Werbedurchsagen, Freikarten, Auftritte und Ähnliches.*

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?

Nein, Wortanzeigen im Fließtext unterliegen generell nicht der Werbeabgabe. Dies gilt auch für Stellenanzeigen.

41. Sind Wortanzeigen werbeabgabepflichtig?

Nein. Im Durchführungserlass zur Werbeabgabe findet sich folgende Passage:
Nicht als Werbung im Sinne des Gesetzes sind Wortanzeigen im Fließtext zu verstehen. Hingegen sind Raumanzeigen, die nach der Fläche verrechnet werden, 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).

Wortanzeigen gelten nicht als Werbung im engeren Sinn und sind deshalb durch den Durchführungserlass generell, unabhängig von Ihrem Inhalt, von der **Abgabepflicht ausgenommen** (also auch bei gewerblichen Inhalt). Es wird bei der Ausnahme nicht nach Rubriken unterschieden, die Befreiung gilt für Stellen-Wortanzeigen ebenso wie für Immobilien- und KFZ-Wortanzeigen und Wortanzeigen intimen Inhalts.

42. 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.

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

Nein.

44. 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.

45. 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

46. Sind Sponsoring-Aktivitäten werbeabgabepflichtig?

Ja, wenn die Leistungen unmittelbar der Veröffentlichung von Werbebotschaften dienen, sind diese abgabepflichtig. Beispiele für steuerpflichtige Sponsoring-Aktivitäten:

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

Keine Werbeabgabepflicht besteht z.B. bei Sachsponsorship oder Dienstleistungssponsorship.

47. Was ist der Unterschied zwischen einer Spende und Sponsorship?

Spenden unterliegen nicht der Werbeabgabe.

Spenden sind freiwillige Zuwendungen. Aufgrund gesetzlicher Anordnung sind Spenden an die in § 4a EStG 1988 genannten Einrichtungen betraglich limitiert als Betriebsausgaben (wenn aus dem Betriebsvermögen geleistet) oder als Sonderausgaben (wenn aus dem Privatvermögen geleistet) abzugsfähig.

48. 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

49. 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.

50. Unterliegt Bandenwerbung der Werbeabgabe?

Ja. Bandenwerbung unterliegt grundsätzlich der Werbeabgabe. Eine Ausnahmebestimmung sieht das Gesetz nur für gemeinnützige Sportvereine im Rahmen von internationalen Sportgroßveranstaltungen vor (z.B. Schi-WM, Fußball Champions League, etc.). Begründet wird die Ausnahme damit, dass der überwiegende Teil der Fernsehzuseher im Ausland ist.

51. 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.

52. 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.

53. 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.

54. 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.

55. Sind Apps werbeabgabepflichtig?

Nein. Der Werbeabgabe unterliegen Werbeleistungen, soweit sie im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Als Werbeleistung gilt:

1. Die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in **Druckwerken** im Sinne des Mediengesetzes.
2. Die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in **Hörfunk und Fernsehen**.
3. Die Duldung der **Benützung von Flächen und Räumen** zur Verbreitung von Werbebotschaften

Die Anführung der Werbeleistungen in § 1 Abs 2 WerbeAbgG stellt eine taxative (d.h. abschließende) Aufzählung der Werbeleistungen dar. Im Umkehrschluss lässt sich daher ableiten, dass eine mangelnde Subsumtion der Online-Werbung unter die in § 1 Abs 2 WerbeAbgG genannten Werbeleistungen zwangsläufig zur Werbesteuerfreiheit des Internet führen muss. Werbung im Internet und seine Dienste lassen sich weder dem Printbereich, Hörfunk oder Fernsehen noch der Außenwerbung zuordnen. Werbeleistungen im Internet sind von der Werbeabgabepflicht ausgenommen.

56. Sind Vereine werbeabgabepflichtig?

Ja. Die durch das Werbeabgabegesetz 2000, BGBl. I Nr. 29/2000 neu eingeführte bundeseinheitliche Werbeabgabe gilt auch für Vereine. [Vereinsrichtlinie 2001 - Punkt 6.3. Werbeabgabe](#)

Die Ausnahme

Internationale Sportveranstaltungen

Ist der Veranstalter (und Werbeleister) ein gemeinnütziger Verein, ist die vom Veranstalter veranlasste oder geduldete Werbung bei internationalen Sportgroßereignissen nicht werbeabgabepflichtig, weil davon auszugehen ist, dass die Werbeadressaten überwiegend im Ausland sind.

Beispiel

Formel 1, Ski-Weltmeisterschaft, internationales Tennisturnier, Fußball-Champions-League

Nicht steuerpflichtige Leistungen

Nicht steuerpflichtige Leistungen sind:

- Namensnennung während einer Veranstaltung (Lautsprecherdurchsagen)
- "Geschenkkorb" gegen Namensnennung
- Internet-Präsenz
- Autogrammstunden
- Fototermine
- freier Eintritt
- Freikartenkontingent
- Ankick bei einem Fußballspiel

Typisch steuerpflichtige Leistungen wie Dressen- oder Bandenwerbung sind nicht steuerpflichtig, wenn sie in Form einer Paketlösung erbracht werden. Wenn daher neben steuerpflichtigen Leistungen auch nicht steuerpflichtige Leistungen in einer Sponsoring-Vereinbarung (= Paket) erbracht werden, ist keine Werbeabgabepflicht gegeben.

Aktualisierter Wartungserlass 2014

Durch den neuen Erlass (Rz 757) wird klargestellt, dass die gleiche Regelung bei Veranstaltungen durch ausgegliederte Profibetriebe oder durch in eine Kapitalgesellschaft ausgegliederte Profibetriebe gilt. Ist der Veranstalter ein ausgegliederter Profibetrieb, ist die veranlasste Werbung bei internationalen Sportgroßereignissen ebenfalls nicht werbeabgabepflichtig, da die Werbeadressaten überwiegend im Ausland sind (z.B. Formel 1, Ski-WM, Int. Tennisturnier).

Unmittelbare Sponsorleistungen an in Kapitalgesellschaften ausgegliederte Profibetriebe gemeinnützige Sportvereine sind durch den neuen Erlass nur dann von der Werbeabgabe befreit, wenn sich sämtliche Anteile an der ausgegliederten Kapitalgesellschaft ausschließlich sowohl im zivilrechtlichen als auch wirtschaftlichen Eigentum des gemeinnützigen Sportvereins selbst oder einer Tochtergesellschaft des gemeinnützigen Sportvereins befinden.

Beispiel:

Ein gemeinnütziger Fußballverein hat den Profibetrieb in eine Einzelgesellschaft „GAK Profibetrieb Herren GmbH“ ausgegliedert, deren Anteile ausschließlich von einer 100 %-igen Tochtergesellschaft „GAK Verwaltungs AG“ des Vereines gehalten werden. Daneben hält die „GAK Verwaltungs AG“ Beteiligungen an der „GAK Merchandising GmbH“, an der „GAK Gastronomie GmbH“ sowie an der „GAK Profibetrieb Damen GmbH“, an denen auch andere Minderheitsgesellschafter beteiligt sind. Werbeleistungen der „GAK Profibetrieb Herren GmbH“ unterliegen nicht der Werbeabgabe. Die „GAK Merchandising GmbH“, die „GAK Gastronomie GmbH“ sowie die „GAK Profibetrieb Damen GmbH“ können diese Ausnahme von der Werbeabgabe hingegen nicht in Anspruch nehmen.

Geltungsbeginn

Der Erlass ist grundsätzlich ab dem Kalenderjahr 2016 anzuwenden. Um den Verlust der Gemeinnützigkeit des Gesamtvereines mit 1.1.2017 zu vermeiden, sind die entsprechenden Maßnahmen rechtzeitig bis zu diesem Zeitpunkt vorzunehmen.

Wird oder wurde die Ausgliederung in einen Profibetrieb schon zu einem früheren Zeitpunkt durchgeführt, können die Regelungen betreffend die steuerlichen Auswirkungen (Werbeabgabe,

KöSt, USt) bereits ab dem Zeitpunkt der Ausgliederung des Profibetriebs angewendet werden. Die Befreiung von der Werbeabgabe gilt dann „ab sofort“.

57. Wie kann man zu viel bezahlte Werbeabgabe rückfordern?

Für die Rückforderung zu viel bezahlter Werbeabgabe gibt es kein eigenes Formular. Der zu viel bezahlte Betrag ist in Abzug zu bringen und am Abgabeformular selbst ist darüber ein Vermerk zu machen.

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!