

AStW

50 JAHRE **IWW**
1974 – 2024 **INSTITUT**

mit **PODCAST**



**AKTUELLES AUS
DEM STEUER- UND
WIRTSCHAFTSRECHT**

SONDERAUSGABE

Online Geld verdienen

**Das Steuer-1 × 1 für die
Beratung von Influencern**

AUTOREN |

- Dipl.-Finw. Bernhard Köstler, Neubiberg

SCHRIFTLEITUNG |

- Dipl.-Kffr. Christiane Nöcker, Nordkirchen

AKTUELLES AUS DEM STEUER- UND WIRTSCHAFTSRECHT (ISSN 1860-6423)

Herausgeber und Verlag | IWW Institut für Wissen in der Wirtschaft GmbH, Niederlassung: Aspastraße 24, 59394 Nordkirchen, Geschäftsführer: Bernhard Münster, Günter Schürger, Telefon: 02596 922-0, Fax: 02596 922-80, E-Mail: info@iww.de, Internet: iww.de, Sitz: Max-Planck-Straße 7/9, 97082 Würzburg

Redaktion | RA Dipl.-Finw. Horst Rönning (Chefredakteur); Dipl.-Kffr., Nachhaltigkeitsmanagerin (FHM) Christiane Nöcker (stellv. Chefredakteurin) (verantwortlich)

Bezugsbedingungen | Der Informationsdienst erscheint monatlich inklusive Hörbuch als Mp3-Download oder in der App. Er kostet pro Monat 28,10 EUR einschließlich Versand und Umsatzsteuer. Das Abonnement ist jederzeit zum Monatsende kündbar.

Hinweise | Alle Rechte am Inhalt liegen beim IWW Institut. Nachdruck und jede Form der Wiedergabe auch in anderen Medien sind selbst auszugsweise nur nach schriftlicher Zustimmung des IWW Instituts erlaubt. Der Inhalt des Informationsdienstes ist nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Die Komplexität des Themas und der ständige Wandel der Rechtsmaterie machen es notwendig, Haftung und Gewähr auszuschließen. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d). Dies beinhaltet keine Wertung.

Zitierweise | Beispiele: „Müller, ASiW 11, 20“ oder „ASiW 11, 20“

Bildquelle | Titelseite: © SHOTPRIME STUDIO – stock.adobe.com

Druck | H. Rademann GmbH Print + Business Partner, 59348 Lüdinghausen

Zentrale Anlaufstelle für Fragen zur Produktsicherheit | Bernhard Münster, Tel. 02596 922-13, E-Mail: produktsicherheit@iww.de

GOGREEN

Wir versenden klimafreundlich
mit der Deutschen Post

Online Geld verdienen

Steuer-1×1 für die Beratung von Influencern

von Dipl.-Finw. Bernhard Köstler, Neubiberg

Das Thema „Besteuerung von Influencern“ nimmt aus Sicht der Finanzverwaltung im Rahmen von Betriebs- und Fahndungsprüfungen einen immer höheren Stellenwert ein. Daraus folgt natürlich auch ein besonderer Beratungsbedarf. In der Praxis sprechen wir immer nur über die Influencer. Längst verdienen aber auch Prominente aus dem Showbusiness, Sängerinnen und Sänger und Spitzensportler mit Social Media. Deshalb lautet der Titel dieser AStW-Sonderausgabe zwar „Steuer-1×1 für die Beratung von Influencern“. Doch die Steuerregeln und Steuertipps können 1:1 auch für andere Mandanten umgesetzt werden, die online Geld verdienen.

Beachten Sie | Die ertragsteuerlichen und umsatzsteuerlichen Grundsätze zur Besteuerung laufender Einkünfte sind aktuell weniger im Fokus der Finanzverwaltung. Interessanter wird es, wenn ein Influencer aus Deutschland wegzieht. Hier kommt es zur Betriebsaufgabeversteuerung und damit möglicherweise zur Aufdeckung der stillen Reserven für ein kommerzialisierbares Namensrecht. Diese Thematik und die Einlage des kommerzialisierbaren Namensrechts dürften die Streitthemen der kommenden Jahre werden. Gut also, sich damit zu beschäftigen, um seine Mandanten möglichst effektiv steuerlich zu beraten.

Besteuerung der laufenden Einkünfte

Influencer erzielen ertragsteuerlich je nach Online-Plattform, auf der sie tätig sind, insbesondere folgende Betriebseinnahmen:

- **Werbeseinnahmen**, wenn die Nutzer vor dem Online-Content des Influencers Werbung geschaltet bekommen. Die Einnahmen erzielt der Influencer hier direkt vom Plattformbetreiber.

- **Werbeeinnahmen bzw. Provisionen**, wenn der Influencer direkt Waren und Dienstleistungen in seinem Online-Content einbezieht. Die Einnahmen erzielt der Influencer hier mit den Anbietern von Waren und Dienstleistungen.
- **Merchandise**: Geld verdienen Influencer je nach Bekanntheitsgrad auch damit, dass Sie bestimmte Waren wie Kleidungsstücke oder selbst designte Waren mit ihrem Logo direkt an ihre Follower verkaufen.
- **Freiwillige Zahlungen**: Oftmals erhalten Influencer auch freiwillige Zahlungen von ihren Followern, bieten dafür jedoch meist einen besonderen Content, wie einen früheren Zugriff auf die Inhalte des Influencers oder die namentliche Erwähnung des Unterstützers. Viele Influencer nutzen hier anfangs meist den Service des Anbieters Patreon oder die Website [tipeee.com](https://www.tipeee.com).
- **Geschenke/Sachbezüge/Dienstleistungen**: Nicht selten erhalten Influencer kostenlose Dienstleistungen (Urlaub, Kosmetikbehandlung) oder Waren unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Auch hier liegen zunächst zu erfassende Betriebseinnahmen vor. Denn Einnahmen können in Geld oder Geldeswert bestehen.

Das ist nur ein kleiner Auszug der Möglichkeiten, als Influencer Geld zu verdienen. Je nach Plattform, auf der sich der Influencer tummelt, gibt es verschiedene Einnahmenquellen. Wichtig zu wissen: Sobald ein Influencer nachhaltig als Social-Media-Akteur mit Gewinnerzielungsabsicht tätig wird, erzielt er ohne Wenn und Aber gewerbliche Einkünfte und muss die durch seine Online-Aktivitäten erhaltenen Einnahmen im Rahmen der Gewinnermittlung erfassen.

Woher bekommen Betriebs- oder Umsatzsteuerprüfer ihre Informationen?

In der Praxis stellt sich natürlich unweigerlich die Frage, wie Betriebs- oder Umsatzsteuerprüfer des Finanzamts Informationen zu den Einnahmen eines Influencers erhalten. Die Möglichkeiten, Informationen zu erhalten – auch als Steuerberater, sind tatsächlich vielfältig.

Spezielle Gewerbekennziffer für Influencer

Damit überhaupt klar ist, ob ein Steuerzahler selbstständig als Influencer tätig ist, wird vom Sachbearbeiter im Finanzamt bei Übermittlung des Gründerfragebogens eine spezielle Gewerbekennziffer im Computer hinterlegt, sollte sich herausstellen, dass die erbrachten Leistungen der Tätigkeit eines Influencers entsprechen. Damit kann das Finanzamt möglichst frühzeitig entscheiden, die Steuererklärungen eines Influencers bereits in den ersten Jahren im Rahmen einer Betriebs- oder Umsatzsteuerprüfung näher unter die Lupe zu nehmen.

Auskunftersuchen/Drittauskunftersuchen

Findet bei einem Influencer eine Betriebs- oder Umsatzsteuerprüfung statt und bestehen Bedenken, ob der Influencer wirklich alle Einnahmen deklariert hat, wird das Finanzamt ein Sammelauskunftsverfahren durchführen oder ein Drittauskunftersuchen beantragen.

Sammelauskünfte wurden bereits bei verschiedenen Plattformbetreibern durchgeführt und als nicht verfassungswidrig eingestuft. Hier erhält das anfragende Finanzamt vom Plattformbetreiber bspw. die Daten aller in Deutschland ansässigen Influencer und verteilt diese Daten anschließend an die Finanzämter, die für den jeweiligen Influencer örtlich zuständig sind. Durch einen Abgleich dieser Daten vom Plattformbetreiber mit den Daten der jeweiligen Steuererklärung ist schnell klar, ob und bei welchem Influencer sich eine kritische Überprüfung der Social-Media-Einnahmen anbietet.

Nutzung von gängigen Online-Portalen

Kommt es zu einer Betriebs- oder Umsatzsteuerprüfung wird sich der Prüfer des Finanzamts zunächst vom Influencer bzw. von dessen Steuerberater mitteilen lassen, welche Einnahmen von welchem Plattformbetreiber bezogen wurden. Anschließend wird der Prüfer gegenchecken, ob die Angaben des Influencers vollständig sind. Auf welchen Plattformen der Influencer tätig geworden ist, kann durch Nutzung folgender gängiger Online-Portale auf Plausibilität überprüft werden:

- Der Prüfer des Finanzamts wird den Influencer zunächst darum bitten, seinen Nutzernamen offenzulegen.

- Der Prüfer wird diesen Nutzernamen auf der Website <https://linktr.ee/> eingeben. Hat der Influencer hier alle seine Social-Media-Plattformen verlinkt, auf denen er tätig ist, ist das ein erster Anhaltspunkt, über welche Plattformbetreiber Einnahmen erzielt hätten werden können.
- Hat der Influencer seine Social-Media-Plattformen nicht über https://linktr.ee verlinkt, kann der Nutzernamen des Influencers im Portal www.usersearch.org eingegeben werden. Dadurch wird ersichtlich, in welchen Online-Kanälen der Influencer tätig war.

Beachten Sie | Es kann in der Praxis natürlich vorkommen, dass der Nutzernamen eines Influencers von Betrügern auf bestimmten Online-Plattformen genutzt wird und der Influencer deshalb für ein bestimmtes Online-Portal keine Einnahmen erklärt hat. Ist das der Fall, ist der Prüfer des Finanzamts nicht dazu befugt, Zuschätzungen zum Umsatz und Gewinn vorzunehmen oder die Strafsachen- und Bußgeldstelle des Finanzamts einzuschalten.

PRAXISTIPP

Die Nutzung von archive.org können auch Steuerberater nutzen, um zu überprüfen, ob ihnen ihr Mandant, alle Infos zu seiner Social-Media-Tätigkeit offengelegt hat. Mandanten, die nicht möchten, dass ihr Online-Portal regelmäßig gescannt und praktisch für alle Nutzer im Internet sichtbar ist, können beim Portalbetreiber von archive.org beantragen, dass das nicht (mehr) passieren soll.

Nutzung einer speziellen Informationsquelle

Eine besondere Möglichkeit, Informationen über Online-Aktivitäten eines Influencers zu erhalten, stellt das Online-Portal www.archive.org dar. Gibt der Prüfer des Finanzamts hier die Internetadresse des Influencers in die sogenannte „waybackmachine“ ein, erscheint ein Kalender. In diesem Kalender sind zu verschiedenen Zeitpunkten Kreise um bestimmte Datumsangaben zu finden. An diesen Tagen hat www.archive.org ungefragt das Online-Portal gescannt. Der Prüfer des Finanzamts kann hier also einen Blick in die Vergangenheit werfen und sehen, welche Dienstleistungen oder Waren der Influencer angeboten hat und welche Referenzen er online angeben hat. Diese Daten können dann mit den in der Gewinnermittlung erklärten Einnahmen abgeglichen werden.

Auswertung von E-Mails

Für ein- und ausgehende Geschäftsbriefe, dazu gehören auch E-Mails, besteht eine steuerliche Aufbewahrungsfrist. Im Rahmen einer Betriebsprüfung kann der Prüfer des Finanzamts deshalb die digitale Vorlage der betrieblichen E-Mails anfordern und diese auswerten. Mit diesen Informatio-

nen erhält der Prüfer innerhalb kürzester Zeit Infos über die Geschäftsaktivitäten des Influencers.

Unentgeltlich erhaltene Waren und Dienstleistungen

Erhält ein Influencer von einem Unternehmen zu bewerbende Waren oder Dienstleistungen unentgeltlich zur Verfügung gestellt, handelt es sich hier nicht um Geschenke, sondern um ein Entgelt für die Tätigkeit des Bewerbers. Bei den Dienstleistungen oder Produkten, die der Influencer behalten darf, handelt es sich um Einnahmen in Geldeswert, die als Betriebseinnahme (§ 4 EStG) mit dem gemeinen Wert anzusetzen sind (FinMin Schleswig-Holstein 2.7.24, VI 3010 - S 2240 - 190).

■ Betriebsausgabenabzug nicht vergessen

Der zugewendete Vermögenswert bleibt nach Aussage des FinMin Schleswig-Holstein ohne Gewinnauswirkung, wenn die durch ihn ersparten Aufwendungen durch den Betrieb veranlasst sind. Es liegt hierbei ein betrieblicher Aufwand in Form eines betrieblichen Wertverzehrs vor, sodass sich der Wert der Zuwendung mit den ersparten Betriebsaufwendungen ausgleicht.

Es kann nur passieren, dass die Neutralität auf den Gewinn erst über verschiedene Jahre erfolgt, wenn Gegenstände beispielsweise abzuschreiben sind. Die Einnahmen sind auf einen Schlag zu versteuern und die Betriebsausgaben wirken sich im Rahmen der Abschreibung über mehrere Jahre verteilt bei den Betriebsausgaben aus.

Dieselben Steuerspielregeln gelten, wenn Waren zur Verfügung gestellt werden, die anschließend den Followern des Influencers im Rahmen eines Preisausschreibens überlassen werden.

Rückgabe der Ware nach Bewerbung

Nur wenn der Influencer die zugesandte Ware nach der Bewerbung zurückgeben muss, kann auf die Erfassung von Betriebseinnahmen bei der Einkommensteuer verzichtet werden. Hier sollten jedoch Nachweise gesammelt werden. Denn bei einer Betriebsprüfung des Finanzamts wird gezielt danach gesucht werden, wenn für Gegenstände geworben, aber keine Einnahmen aufgezeichnet wurden.

PRAXISTIPP

Es sind dennoch bei unentgeltlich erhaltenen Dienstleistungen und Waren zunächst Betriebseinnahmen und anschließend Betriebsausgaben getrennt voneinander aufzuzeichnen, selbst wenn die Saldierung zu einer Neutralisierung führen würde. Schließlich möchte der Prüfer wissen, ob die Waren tatsächlich für betriebliche Zwecke verbraucht wurden oder ob vielleicht doch eine Entnahme in den Privatbereich getätigt wurde.

■ Beispiele: Als Nachweise geeignete Unterlagen

- Vereinbarung mit dem Unternehmen, dass das Produkt nicht vom Influencer behalten werden darf.
- Postbeleg über den Postverlauf bei Rücksendung der Ware in einem Paket.
- Schriftliche Quittung bei persönlicher Abholung oder Rückgabe des Produkts, für das vom Influencer Werbung gemacht wurde.

Entnahme von Waren

Erhält ein Influencer Waren von einem Unternehmen, die er nach dem Bewerben für seinen Privatbereich entnimmt oder für andere betriebsfremde Zwecke (Schenkung an andere Personen) verwendet, liegt ertragsteuerlich eine Entnahme vor. Eine solche Entnahme ist mit dem Teilwert im Zeitpunkt der Entnahme als Betriebseinnahme zu erfassen.

Dasselbe gilt übrigens, wenn ein Influencer unentgeltlich erhaltene Waren nach dem Bewerben an eine gemeinnützige Organisation gespendet hat. Auch hier muss ertragsteuerlich zwingend eine Entnahme erfasst werden. Bei einer Spende an eine gemeinnützige Organisation kann die Entnahme ausnahmsweise abweichend vom Teilwert nur mit dem Buchwert erfasst werden (§ 6 Abs. 1 Nr. 4 Satz 4 EStG).

Wissenswertes zum Betriebsausgabenabzug

Probleme gibt es bei der Besteuerung von Influencern im Zusammenhang mit ihrer Gewinnermittlung häufig beim Betriebsausgabenabzug. Denn nicht alle Ausgaben im Zusammenhang mit der Tätigkeit als Influencer dürfen als Betriebsausgaben abgezogen werden. Betriebsausgaben setzen voraus, dass ein betrieblicher Zusammenhang besteht. Eine betriebliche Veranlassung ist danach immer zu bejahen, wenn die Aufwendungen objektiv mit dem Betrieb zusammenhängen und subjektiv dem Betrieb zu dienen bestimmt sind.

■ Beispiele für typische unproblematische Betriebsausgaben

- Kosten für die Ausstattung eines Büros
- Kosten für häusliches Arbeitszimmer
- Kosten für Firmenwagen
- Reisekosten

- Miet- und Leasingkosten
- Lizenzgebühren
- Tagespauschale für die Arbeit im Homeoffice
- Betriebsausgabenabzug für betrieblichen Wertverzehr für unentgeltlich zur Verfügung gestellte Waren oder Dienstleistungen (siehe „Unentgeltliche erhaltene Waren und Dienstleistungen“)
- Sonstige Kosten (z. B. Kosten für Messebesuch, Kamera, PC)
- Abschreibung eines kommerzialisierbaren Namensrechts (siehe „Kommerzialisierbarer Teil des Namensrechts“)

Doch bei verschiedenen Betriebsausgaben wie für Lebensmittel, Kleidung, Kosmetik oder Reisen verweigern Prüfer des Finanzamts regelmäßig den Betriebsausgabenabzug. Zur Begründung verweisen die Prüfer meist auf § 12 Nr. 1 EStG. Kann also nicht ausgeschlossen werden, dass bestimmte Kosten eher mit der privaten Lebensführung zusammenhängen, kommt es zum Abzugsverbot. Eine Aufteilung der Kosten in einen privaten und einen beruflichen Anteil scheitert oftmals am Fehlen eines sachgerechten Aufteilungsmaßstabs.

Kosten für Kleidung, Kosmetik & Co.

Dass sowohl die Finanzämter als auch die Richter der Finanzgerichte bei der Frage, ob ein betrieblicher Zusammenhang bei Ausgaben vorliegt, besonders streng sind, verdeutlicht ein Urteil des FG Niedersachsen (13.11.23, 3 K 11195/21).

In diesem Streitfall beantragte eine Mode-Influencerin/Mode-Bloggerin den 40%igen Betriebsausgabenabzug für gekaufte Kleidung, Accessoires, Kosmetik und sonstige Produkte. Dem folgten weder der Prüfer des FA noch die Richter des FG mit dem Hinweis auf § 12 Nr. 1 Satz 1 und 2 EStG und die fehlende eindeutige und einwandfreie Trennungsmöglichkeit dieser Aufwendungen zwischen betrieblicher und privater Sphäre.

PRAXISTIPP

Um wenigstens einen Teil dieser strittigen Ausgaben als Betriebsausgaben abziehen zu dürfen, empfiehlt es sich, akribisch aufzuzeichnen, warum ein Gegenstand gekauft wurde, wie er für welche betrieblichen Zwecke genutzt wurde (Werbebeiträge als Nachweis aufbewahren und im Zweifel dem Finanzamt vorlegen) und ob der Gegenstand danach verkauft, weggeworfen oder für andere nichtbetriebliche Zwecke genutzt wurde. Je detaillierter die Aufzeichnungen sind, desto eher wird sich eine Kompromisslösung finden lassen (Aufteilung der strittigen Kosten in einen privaten und betrieblichen Anteil).

PRAXISTIPP

Hierzu empfiehlt es sich, Aufzeichnungen darüber zu führen, ob die Gegenstände nach der Bewerbung an das Unternehmen, das die Gegenstände unentgeltlich zur Verfügung gestellt hat, zurückgegeben werden mussten oder ob sie im Betrieb verblieben sind. Ohne Aufzeichnungen droht eine Zuschätzung zum Gewinn und Umsatz (FG Niedersachsen 13.11.23, 3 K 11195/21).

Betriebsausgabenabzug für unentgeltlich erhaltene Waren und Dienstleistungen

Wie bereits ausgeführt, müssen für unentgeltlich zu Werbezwecken erhaltene Gegenstände und Dienstleistungen Betriebseinnahmen erfasst werden. Im Gegenzug darf bei betrieblicher Verwendung dieser Gegenstände und Dienstleistungen ein Betriebsausgabenabzug in gleicher Höhe berücksichtigt werden.

Hintergrund: Es liegt hierbei ein betrieblicher Aufwand in Form eines betrieblichen Wertverzehr vor, sodass sich der Wert der Zuwendung mit den ersparten Betriebsaufwendungen ausgleicht.

Sofortabzug als Betriebsausgabe

Zur Gewinnneutralität aus unentgeltlich erhaltenen Dienstleistungen und Waren kommt es, wenn der betriebliche Wertverzehr im gleichen Jahr eingetreten ist wie die Erfassung der Betriebseinnahmen.

■ Beispiele

1. **Sofortabzug bei Dienstleistungen:** Eine Reise-Influencerin darf kostenlos in einem Hotel übernachten, wenn sie dafür jeden Tag mindestens vier Werbepostings für das Hotel auf ihren Social-Media-Kanälen anbringt. Wert dieses Hotelaufenthalts: 4.000 EUR. **Folge:** Die Influencerin muss 4.000 EUR als Betriebseinnahmen erfassen und darf diese Kosten 1:1 als Betriebsausgaben absetzen. Gewinnauswirkung 0 EUR.
2. **Sofortabzug als geringwertiges Wirtschaftsgut (GWG):** Ein Buch-Influencer bekommt von einem Verlag in einem Jahr Bücher im Wert von jeweils 100 EUR unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Wert der zur Verfügung gestellten Bücher pro Jahr: 3.000 EUR. **Folge:** Im Wert der Bücher, hier 3.000 EUR, muss eine Betriebseinnahme versteuert werden. Im gleichen Jahr dürfen 3.000 EUR als Betriebsausgaben abgezogen werden, weil die Voraussetzungen für den Sofortabzug als geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG) erfüllt sind (= Nettokosten nicht mehr als 800 EUR je Buch).
3. **Betriebsausgabenabzug im Rahmen der Abschreibung:** Eine Musik-Influencerin bekommt im Januar von einem Unternehmen ein Musikinstrument im Wert von 3.000 EUR unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Die amtliche Nutzungsdauer wird mit drei Jahren unterstellt. **Folge:** Es sind zunächst 3.000 EUR als Betriebseinnahmen anzusetzen und im selben Jahr Betriebsausgaben im Rahmen der Abschreibung i. H. v. 600 EUR. Hier neutralisieren sich Betriebseinnahmen und Betriebsausgaben also nicht sofort in dem Jahr, in dem die Betriebseinnahme erfasst wird, sondern erst nach Ablauf der fünfjährigen Abschreibungsdauer.

Fehlende Gewinnerzielungsabsicht

In den ersten Jahren investieren (vermeintliche) Influencer mehr Geld als sie mit ihrer Social-Media-Tätigkeit einnehmen können. Hier kann es passieren, dass bei Verlusten in den ersten Jahren die Steuerbescheide des Influencers nach § 165 AO vorläufig vom Finanzamt erlassen werden. Hintergrund ist, dass bei Dauerverlusten innerhalb der ersten fünf bis acht Jahre und einer negativen Prognose zu den Einkünften von einer fehlenden Gewinnerzielungsabsicht (sog. Liebhaberei) ausgegangen wird. Tritt dieser Worst Case-Fall ein, kann das Finanzamt die Verluste der Jahre, in denen die Steuerbescheide vorläufig waren, rückwirkend streichen.

Um den Wegfall der Verluste und damit die Verlustverrechnung zwischen positiven Einkünften und den Verlusten aus der Tätigkeit als Influencer zu vermeiden, sollten Aufzeichnungen geführt werden, welche Maßnahmen der (vermeintliche) Influencer unternommen hat, damit sich die Einnahmensituation künftig verbessert. Denn lässt ein Influencer trotz Dauerverlusten alles beim Alten und versucht nicht neue Wege zu gehen, droht der rückwirkende Wegfall der Verluste.

Ändert sich trotz nachweislicher Maßnahmen (Bewerbung bei Neukunden, Neuausrichtung des Online-Contents) nichts an der Verlustsituation, sollte der Influencer besser das Handtuch aus eigenen Stücken werfen und seinen gewerblichen Betrieb aufgeben. Geschieht das innerhalb von fünf Jahren, dürfte das Finanzamt keine Handhabe dafür haben, die Verluste der ersten Jahre wegen Liebhaberei rückwirkend zu versagen.

Kommerzialisierbarer Teil des Namensrechts

Das der kommerzialisierbare Teil des Namensrechts ertragsteuerlich ein immaterielles Wirtschaftsgut darstellt, hat der BFH bereits vor mehreren Jahren festgestellt (12.6.19, X R 20/17). Das führt in der Praxis natürlich zu Begehrlichkeiten aufseiten des Influencers als auch aufseiten der Finanzverwaltung. Gemeint sind folgende Szenarien:

PRAXISTIPP

Kleiner Exkurs: Selbst wenn das Finanzamt feststellen sollte, dass die Tätigkeit eines Influencers wegen Dauerverlusten und der fehlenden Gewinnerzielungsabsicht ertragsteuerlich unbeachtlich ist, muss der Influencer alle Umsatzsteuerpflichten dennoch beachten. Bei der Umsatzsteuer reicht es, wenn eine nachhaltige Einnahmenezielungsabsicht (nicht Einkünftezielungsabsicht) vorliegt.

- **Einlage:** Ein Influencer erzielt erstmals Einnahmen. Als Betriebsausgaben möchte er auch die Abschreibung für den Teil seines kommerzialisierbaren Namensrechts abziehen. Dazu möchte er diesen Teil des Namensrechts ins Betriebsvermögen einlegen. Dass das funktioniert, ist ebenfalls dem Urteil des BFH vom 12.6.19 (X R 20/17) zu entnehmen.
- **Betriebsaufgabe:** Eine Influencerin hatte ihren Wohnsitz bisher in Deutschland und erklärte gewerbliche Einkünfte aus ihrer Social-Media-Aktivität. Die Influencerin verlässt Deutschland und wandert nach Dubai aus. Das Finanzamt sieht hierin eine Betriebsaufgabe nach § 16 Abs. 3a EStG und besteuert hierbei unter anderem die stillen Reserven, die sich im immateriellen Wirtschaftsgut (hier: Kommerzialisierbarer Teil des Namensrechts) befinden.

Beachten Sie | Diese beiden Begehrlichkeiten dürften in den kommenden Jahren bei der Besteuerung von Influencern bestimmend sein. Hierzu dürfte es verschiedener Gerichtsverfahren bedürfen, um Rechtssicherheit zu schaffen. Wichtig ist es hier, den Influencer ausreichend zu informieren und zu sensibilisieren und sich als Steuerberater so bestmöglich haftungsfrei zu stellen.

Kommerzialisierbarer Teil des Namensrechts: Einlage ins Betriebsvermögen

Zwar hat der BFH klargestellt, dass der kommerzialisierbare Teil des Namensrechts ein immaterielles Wirtschaftsgut darstellt und dass dieses Wirtschaftsgut einlagefähig ist.

Das FG Baden-Württemberg (13.10.23, 5 K 2508/22) hat zur Einlage jedoch klargestellt, dass ein bloßes Influencer-Profil mit seinen Followern noch kein selbstständiges Wirtschaftsgut im steuerlichen Sinn darstellt. In dem Urteilsfall war eine Influencerin in den Jahren 2014 bis 2017 auf Instagram aktiv und konnte in dieser Zeit 254.550 Follower gewinnen. Im Jahr 2018 meldete sie einen Gewerbebetrieb an, schloss Lizenzverträge ab und erzielte 2018 erstmals Einkünfte aus ihrer Tätigkeit als Influencerin.

Der Steuerberater ermittelte für den kommerzialisierbaren Teil des Namensrechts einen Wert von rund 1,5 Mio. EUR, beantragte die Einlage des Namensrechts in das 2018 gegründete Einzelunternehmen und machte eine Abschreibung steuerlich geltend.

Das FG Baden-Württemberg lehnte die Einlage ab und stellte klar, dass im Privatvermögen noch kein Wirtschaftsgut entstanden sei. Das Wirtschaftsgut „Namensrecht“ könne frühestens mit dem Abschluss entsprechender (Lizenz-)Verträge entstehen. Und da das Wirtschaftsgut Namensrecht somit frühestens im Jahr 2018 mit Aufnahme der gewerblichen Tätigkeit als Influencerin entstanden sei, greife das Aktivierungsverbot für originär geschaffene immaterielle Wirtschaftsgüter nach § 5 Abs. 2 EStG.

Nach dem Urteil des FG Baden-Württemberg scheint es also unmöglich zu sein, ein immaterielles Wirtschaftsgut Namensrecht aufgrund der gewonnenen Follower in ein Einzelunternehmen einzulegen. Denn erst und sobald Lizenzverträge oder vergleichbare Verträge abgeschlossen werden, aus denen erstmals Einnahmen erzielt werden, wird die gewerbliche Tätigkeit aufgenommen. In vergleichbaren Fällen empfiehlt sich hier erneut der Klageweg, um ein aussagekräftiges Urteil in einem Verfahren beim BFH zu erhalten.

Steuerliche Folgen, sollte Einlage möglich sein

Sofern der kommerzialisierbare Teil des Namensrechts aufgrund einer Einlage zu aktivieren ist, gelten nach Auffassung des FinMin Schleswig-Holstein (ESt-Kurzinfo Nr. 2024/9, 2.7.24) steuerlich folgende Besonderheiten:

- **Bewertung:** Bei der Bewertung des Einlagewerts können als Kriterien die Reichweite des Influencers (Anzahl der Follower) und auch die Zusammensetzung des Gewinns (Zahlung für Affiliate-Links, Dienstleistungen, eigene Produkte, geschaltete Werbung oder auch direkte Zahlungen für die Verwendung des Namens) herangezogen werden.
- **Abschreibung:** Für das eingelegte immaterielle Wirtschaftsgut „Namensrecht“ muss eine Nutzungsdauer festgelegt werden. Ausgehend von einer effektiven Schutzdauer von 20 Jahren und von einer Abschreibungsdauer für Firmenwerte über 15 Jahre, erscheint ein Ansatz von 10 Jahren für die Nutzungsdauer eines kommerzialisierbaren Teils des Namensrechts als plausible Ausgangsgröße.

Die Einlage des Namensrechts in einen Betrieb kommt wohl vor allem in Fällen in Betracht, in denen ein Influencer vom Ausland ins Inland zieht, im Ausland bereits Einnahmen als Influencer erzielt hat und nach dem Zuzug nach Deutschland weiterhin als Influencer tätig wird.


FAZIT

FAZIT | Auch in diesem Fall werden die deutschen Finanzämter die strenge FG-Rechtsprechung des FG Baden-Württemberg anwenden und nur dann der Einlage zustimmen, wenn bereits im Ausland aus der Tätigkeit als Influencer nachweislich Einnahmen erzielt wurden. Völlig unklar ist hier, ob es als Nachweis für die Erzielung von Einnahmen mit seinem Bekanntheitsgrad (gemessen an der Anzahl der Follower) ausreicht, wenn Unternehmer dem Influencer zu Werbezwecken Produkte unentgeltlich überlassen. Das dürfte ein weiterer Fall für ein Gericht werden.

Beachten Sie | Die vom FinMin Schleswig-Holstein favorisierte zehnjährige Abschreibungsdauer ist jedoch nicht in Stein gemeißelt. Wer gute Gründe vorbringen kann, dass das immaterielle Wirtschaftsgut „Namensrecht“ eine kürzere Nutzungsdauer aufweist (z. B. betagter Beauty-Influencer, der keine zehn Jahre mehr als Influencer arbeiten wird), sollte das entsprechend vorbringen und auf eine geringere Nutzungsdauer pochen.

Betriebsaufgabe bei Wegzug ins Ausland

Immer mehr Influencer kehren Deutschland den Rücken und wandern aus steuerlichen Gründen nach Dubai aus. Auch hierzu hat sich das FinMin Schleswig-Holstein in seiner Kurzinfo geäußert. Danach gilt steuerlich beim Wegzug ins Ausland Folgendes:

- Bei Wegzug handelt es sich nach § 16 Abs. 3a EStG um eine Betriebsaufgabe.
- Im Rahmen der Betriebsaufgabe ist das immaterielle Wirtschaftsgut „Namensrecht“ zu bewerten und im Rahmen der Betriebsaufgabe zu versteuern.
- Das gilt selbst dann, wenn es sich um ein originär geschaffenes immaterielles Wirtschaftsgut handelt, für das bislang ein Aktivierungsverbot nach § 5 Abs. 2 EStG galt.

- Die Bewertung dieses immateriellen Wirtschaftsguts in der Aufgabelanz erfolgt zum gemeinen Wert (§ 16 Abs. 3 Satz 7 EStG).

Beachten Sie | Auch hier empfiehlt es sich, aus Gründen der Rechtssicherheit ein Verfahren beim BFH anzustreben. Im Fokus dürften folgende Themen stehen: Können die stillen Reserven im originär geschaffenen immateriellen Wirtschaftsgut „kommerzialisierbarer Teil des Namensrechts“ tatsächlich besteuert werden? Wie ist der Wert dieser stillen Reserven zu ermitteln? Ist das Namensrecht auch noch etwas wert, wenn ein Influencer eine Tätigkeit als Influencer tatsächlich aufgibt (schließlich ist das Namensrecht ja ein höchstpersönliches nicht veräußerbares Recht)?

Bewertung des immateriellen Wirtschaftsguts „Namensrecht“

Kommt es zu einer Einlage eines immateriellen Wirtschaftsguts „Namensrecht“ oder spielt das Namensrecht bei der fingierten Betriebsaufgabe nach § 16 Abs. 3a EStG eine Rolle, stellt sich die Frage nach der Bewertung. In vielen Finanzämtern setzt man hier auf betriebswirtschaftliche Bewertungsverfahren (z. B. nach IDW S 5).

Ermittelt das Finanzamt im Wegzug einen vermeintlich zu hohen Wert für das immaterielle Wirtschaftsgut Namensrecht, kann die Bewertung auch im Rahmen des vereinfachten Ertragswertverfahrens vorgenommen werden. Nach § 199 Abs. 2 BewG kann das vereinfachte Ertragswertverfahren nach § 200 BewG angewendet werden, wenn dieses nicht zu offensichtlich unzutreffenden Ergebnissen führt.

Steuerliche Folgen bei Wohnsitzverlegung nach Dubai

Immer häufiger verlegen Influencer ihren Wohnsitz von Deutschland nach Dubai. Ausschlaggebend dafür sind die offensichtlichen Steuervorteile in Dubai. Es fallen derzeit auf Einnahmen nur 5 % Umsatzsteuer an. Ertragsteuer ist keine zu bezahlen.

Welche steuerlichen Besonderheiten beim Wegzug nach Dubai zu beachten sind, soll das folgende Praxisbeispiel verdeutlichen:

■ Typisches Beispiel aus der Praxis

Ein Fitness-Influencer mit Wohnsitz in München beabsichtigt wegen der Steuervorteile seinen Wohnsitz nach Dubai zu verlegen. In Deutschland hat der Influencer keine Büroräume. Er wird von zu Hause aus oder von unterwegs mit seinem Laptop tätig. In Deutschland erklärt er folgende Einnahmen in seiner Gewinnermittlung:

Art der Einnahmen	Einnahmenhöhe
1 Werbeeinnahmen aufgrund von Werbepostings durch Plattformbetreiber	50.000 EUR
2 Vertrieb von Merchandising-Produkten auf eigener Website	27.000 EUR
3 Werbemaßnahmen im In- und Ausland (Inland 75.000 EUR; Ausland 25.000 EUR)	100.000 EUR
= Einnahmen gesamt	177.000 EUR

Besteuerung der Einkünfte als Influencer bei Wohnsitz im Ausland

Solange der Fitness-Influencer seinen Wohnsitz noch in Deutschland hat, unterliegen diese Einkünfte allesamt der unbeschränkten Einkommen- und Gewerbesteuerpflicht nach § 15 EStG in Verbindung mit § 2 Abs. 1 GewStG.

Besteuerung der Einkünfte als Influencer bei Wohnsitz in Dubai

Würde der Fitness-Influencer seinen Wohnsitz tatsächlich nach Dubai verlegen, stellt sich bei gleichbleibender Einnahmensituation steuerlich die Frage, ob in Deutschland womöglich noch eine beschränkte Steuerpflicht zu bejahen ist. Wichtig zu beachten bei dieser Frage: Zwischen Deutschland und Dubai gibt es aktuell noch kein Doppelbesteuerungsabkommen.

■ Wohnsitz in Dubai

Art der Einnahmen	Beschränkte Stpfl.	Begründung
1 Werbeeinnahmen aufgrund von Werbepostings durch Plattformbetreiber	Nein	Influencer hat in Deutschland keine Betriebsstätte nach § 12 AO und somit keine gewerblichen Einkünfte nach § 49 Abs. 1 Nr. 2a EStG.
2 Vertrieb von Merchandising-Produkten auf eigener Webseite	Nein	Influencer hat in Deutschland keine Betriebsstätte nach § 12 AO und somit keine gewerblichen Einkünfte nach § 49 Abs. 1 Nr. 2a EStG.

3	Werbemaßnahmen im Inland	Ja	§ 49 Abs. 1 Nr. 2d EStG, da Darbietungen im Inland (keine Gewerbesteuerpflicht, da keine Betriebsstätte in Deutschland).
4	Werbemaßnahmen im Ausland	Nein	Keine Darbietungen nach § 49 Abs. 1 Nr. 2d EStG im Inland.

FAZIT | Der Fitness-Influencer müsste durch seinen Wegzug nach Dubai zumindest für die Werbemaßnahmen, bei denen er in Deutschland vor Ort ist, im Rahmen der beschränkten Steuerpflicht Einnahmen von 75.000 EUR erklären.



FAZIT

Umsatzsteuer-1×1 für Influencer

Nicht nur Betriebsprüfer des Finanzamts nehmen die Einnahmen von Influencern verstärkt ins Visier. Auch Umsatzsteuer-Sonderprüfer der Finanzämter melden sich immer häufiger zu Umsatzsteuerprüfungen an, um nach dem Rechten zu sehen. Hier ein Schnellüberblick und die Besonderheiten zum Thema „Influencer und Umsatzsteuer“.

Entgelte für Werbeleistungen

Erzielt ein Influencer Entgelte dafür, dass ein Plattformbetreiber vor dem Content des Influencers Werbung schaltet, liegen sogenannte B2B-Umsätze vor. Dasselbe gilt, wenn direkt für ein Unternehmen ein Produkt auf einer Plattform beworben wird, und dafür ein Entgelt vereinbart wird.

Der Ort dieser Leistung bestimmt sich nach § 3a Abs. 2 UStG nach dem Ort, an dem der Leistungsempfänger seinen Sitz hat. Hat das Unternehmen, für das Werbemaßnahmen erbracht werden, seinen Sitz im Ausland, ist dieser Umsatz in Deutschland nicht umsatzsteuerbar. Die Umsatzsteuer richtet sich nach dem Land, in dem der Leistungsempfänger seinen Sitz hat. Solche nicht umsatzsteuerbaren Umsätze sind in der Zusammenfassenden Meldung zu berücksichtigen (§ 18b Satz 1 Nr. 2 UStG; § 18a Abs. 2 UStG).

PRAXISTIPP

Diese Steuerspielregeln zur Umsatzsteuer greifen übrigens auch beim sogenannten Affiliate-Marketing. Hier erhält der Influencer Provisionen für bestimmte Werbeleistungen.

Sachzuwendungen an Influencer

Erhält ein Influencer unentgeltlich Waren von Unternehmen, für die er in seinen Online-Auftritten werben soll, dann liegen nicht nur ertragsteuerlich Betriebseinnahmen vor, sondern auch umsatzsteuerpflichtige Umsätze. Das gilt zumindest dann, wenn der Influencer die Waren nach dem Bewerben behalten darf. Hier liegt ein tauschähnlicher Umsatz im Rahmen eines Leistungsaustausches vor (§ 3 Abs. 12 Satz 2 UStG). Umsatzsteuerlich gelten hier folgende Grundsätze:

- Der Wert eines jeden Umsatzes wird als Entgelt für den anderen Umsatz angesehen (§ 10 Abs. 2 Satz 2 UStG, Abschnitt 10.5 Abs. 1 Satz 1 UStAE).
- Der Wert des anderen Umsatzes entspricht dem subjektiven Wert der erhaltenen Gegenleistung (Abschnitt 10.5 Abs. 1 Satz 2 UStAE).
- Der subjektive Wert bestimmt sich nach Aufwendungen des Leistungsempfängers.
- Der gemeine Wert ist hier nicht maßgeblich.
- Liegen konkrete Aufwendungen nicht vor, ist das Entgelt zu schätzen (Abschnitt 10.5 Abs. 1 Satz 6 UStAE).

Sollte der unentgeltlich überlassene Gegenstand nicht vom Influencer behalten werden dürfen, sondern muss er an das Unternehmen nach der Bewerbung zurückgesandt werden, sollte die schriftliche Vereinbarung dazu sowie ein Nachweis über die Rücksendung aufbewahrt werden, um im Zweifel dem Finanzamt vorgelegt werden zu können. Denn in diesem Fall fällt keine Umsatzsteuer an.

■ Leser-Service

Haben Sie spezielle Fragen oder Probleme bei der Betreuung eines Influencers oder eines Steuerzahlers mit Einnahmen aus Social-Media-Aktivitäten, dann schildern Sie diese unserer Redaktion. Unsere Steuerexperten werden in unserer Berichterstattung für ASTW Lösungsansätze für Sie und alle anderen Leser suchen und vorstellen.

REDAKTION | Sie haben Fragen oder Anregungen zur Berichterstattung?

Schreiben Sie an

IWW Institut, Redaktion „AStW“

Aspastr. 24, 59394 Nordkirchen

Fax: 02596 922-80, E-Mail: astw@iww.de

Als Fachverlag ist uns individuelle Rechtsberatung nicht gestattet.

ABONNENTENBETREUUNG | Fragen zum Abonnement beantwortet Ihnen der

IWW Institut Kundenservice, Max-Planck-Straße 7/9, 97082 Würzburg

Telefon: 0931 4170-472, Fax: 0931 4170-463, E-Mail: kontakt@iww.de

Bankverbindung: DataM-Services GmbH, Postbank Nürnberg

IBAN: DE80 7601 0085 0007 1398 57, BIC: PBNKDEFFXXX

IHR PLUS IM NETZ | Online – Mobile – Social Media

Online: Unter astw.iww.de finden Sie

- Downloads (Checklisten/Arbeitshilfen, Musterverträge/Musterschreiben u.v.m.)
- Archiv (alle Beiträge seit 2005)
- Rechtsquellen (Urteile, Gesetze, Verwaltungsanweisungen u.v.m.)

Vergrößern Sie Ihren Wissensvorsprung: Registrieren Sie sich auf iww.de/registrieren, schalten Sie Ihr Abonnement frei und lesen Sie aktuelle Fachbeiträge früher. Rufen Sie an, wenn Sie Fragen haben: 0931 4170-472

Mobile: Lesen Sie „AStW“ in der myIWW-App für Smartphone / Tablet-PC.

- Appstore (iOS)
- Google play (Android) → Suche: myIWW oder scannen Sie den QR-Code



Social Media: Folgen Sie „AStW“ auch auf facebook.com/astw.iww

NEWSLETTER | Abonnieren Sie auch die kostenlosen IWW-Newsletter für Steuerberater auf iww.de/newsletter:

- AStW-Newsletter
- IWW kompakt für Steuerberater
- BFH-Leitsatz-Entscheidungen
- BFH-Anhängige Verfahren
- BGH-Leitsatz-Entscheidungen

SEMINARE | Nutzen Sie das IWW-Seminarangebot für Ihre Fortbildung: seminare.iww.de

