

Annex 1: Schätzung des Steuermehraufkommens anhand eines Beispielsfalls

Auch wenn der erarbeitete Lösungsansatz rechtlich zulässig und umsetzbar ist, stellt sich die Frage, ob durch das vorgefundene Ergebnis ein maßgeblicher Steuerertrag innerhalb der europäischen Union generiert werden kann. Denn nur wenn eine signifikante Besteuerung der Digitalwirtschaft über die indirekte Besteuerung ermöglicht wird, kann hierdurch die im politischen Diskurs stehende Frage nach der „fairen und gerechten“ Besteuerung der Digitalwirtschaft beantwortet werden. Hierzu gilt es den aus dem vorgeschlagenen Lösungsansatz zu erwartenden Steuermehrertrag mit dem sich aus den Lösungsvorschlägen im Bereich der direkten Steuer anvisierten Steuermehrbetrag zu vergleichen. Als Ausgangslage für das aufgestellte Untersuchungsmodell dient die Plattform Facebook, welche im Ursprungsunternehmen den Nutzer die Plattform kostenlos zur Verfügung stellt und unter Auswertung der gesammelten Nutzerdaten personalisierte Werbung schaltet. Dabei ist das Geschäftsmodell aufgrund der Größe der Plattform höchst profitabel geworden. Mittlerweile gehören zu der Muttergesellschaft META Platforms Inc. (vormals Facebook Inc.) auch weitere Social-Media-Plattformen, wie Instagram und Whatsapp, die sämtlich vergleichbare Geschäftsmodelle betreiben und demnach ebenfalls unter den erarbeiteten Lösungsansatz fallen würden. Da META Platforms Inc. bzw. Facebook Inc. aufgrund der Inkorporation in den USA den dortigen Veröffentlichungspflichten unterliegt, kann das zu erwartende Steuermehraufkommen annäherungsweise aus diesen Veröffentlichungen berechnet werden. Als Grundlage für die praktische Bewertung wird der Geschäftsbericht von Facebook Inc. für das I. Quartal 2021 und der Geschäftsbericht für META Platforms Inc. für das III. Quartal 2022 verwendet.¹⁴⁶⁸ Zu berücksichtigen ist, dass die im Rahmen des Geschäftsberichts verwendete Ermittlungsmethoden in Bezug auf die aktiven Nutzer von derjenigen im Rahmen des herausgearbeiteten Lösungsvorschlages abweicht. Ungeachtet dieser Differenz können die Zahlen nichtsdestotrotz als Anhaltspunkt für eine vorsichtige Steuerschätzung erhalten. So zählte allein die Plattform Facebook nach eigenen

1468 Abrufbar unter <https://investor.fb.com/financials/?section=quarterlyearnings>, zuletzt abgerufen am: 13.12.2022.

Angaben im ersten Quartal 2021 insgesamt 423 Millionen aktive Nutzer in Europa,¹⁴⁶⁹ die einen durchschnittlichen Umsatz pro Nutzer von 15,49 \$¹⁴⁷⁰ entsprechend 12,84 €¹⁴⁷¹ erzielt haben. Im dritten Quartal 2022 zählte die Plattform Facebook nach eigenen Angaben insgesamt 408 Millionen aktive Nutzer in Europa,¹⁴⁷² die einen durchschnittlichen Umsatz pro Nutzer von 14,23 \$¹⁴⁷³ entsprechend 14,13 €¹⁴⁷⁴ erzielt haben.

A. Schätzung anhand des Quartalsbericht I/2021

Berechnet man nun den Gewinnquotienten im ersten Quartal 2021 aus digitalen Dienstleistungen, so ist zunächst der erzielte Umsatz von 26.171 Millionen um die nicht aus Werbeleistungen entstammenden Umsätze von 732 Millionen zu bereinigen.¹⁴⁷⁵ Mangels genauer Aufschlüsselung der Aufwandpositionen kann der Umsatzquotient aus Vereinfachungsgründen auf die Aufwendungen angewendet werden, sodass von den 14.793 Millionen 413 Millionen auf die nicht mit Werbeleistung im Zusammenhang stehenden Umsätze entfallen. Der Gewinnquotient aus digitalen Dienstleistungen beträgt daher ungefähr 0,57. Wendet man diesen auf den durchschnittlichen Ertrag pro Nutzer an, so lässt sich eine Wertsteigerung von 7,35 € ermitteln. Die Bemessungsgrundlage pro Nutzer beläuft sich daher auf 5,49 €. Berücksichtigt man, dass Deutschland innerhalb der EU einen Bevölkerungsanteil von 18,6 % stellt,¹⁴⁷⁶ Facebook die Nutzer jedoch nach Kontinentalzugehörigkeit gruppiert, sodass neben dem nicht der EU beigetretenen Staaten Kontinentaleuropas und Großbritannien auch Russland und die Türkei mit einzubeziehen sind,¹⁴⁷⁷ ist der Anteil der deutschen Nutzer an den aktiven Nutzer auf ca. 10-15 % zu schätzen.¹⁴⁷⁸ Dementsprechend ergibt sich eine Bemessungsgrundlage pro Quartal von ca. 232 bis 348 Mil-

1469 Facebook-Quartalsbericht I/2021 v. 28.04.2021, S. 29.

1470 Facebook-Quartalsbericht I/2021 v. 28.04.2021, S. 30.

1471 Gemittelter Umrechnungskurs für die Monate Januar bis März 2021 von 1,2067.

1472 META-Plattform-Quartalsbericht III/2022 v. 26.10.2022, S. 40.

1473 META-Plattform-Quartalsbericht III/2022 v. 26.10.2022, S. 41.

1474 Gemittelter Umrechnungskurs für die Monate Juli bis September 2022 von 1,007.

1475 Vgl. Facebook-Quartalsbericht I/2021 v. 28.04.2021, S. 14.

1476 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/348929/umfrage/anteile-der-mitgliedsstaaten-an-der-gesamtbevoelkerung-der-eu/>, zuletzt abgerufen am: 13.12.2022.

1477 Facebook-Quartalsbericht I/2021 v. 28.04.2021, S. 14 Fußnote 2.

1478 Auch wenn z.B. in Russland deutlich mehr als in Deutschland Menschen leben und in Russland die Social-Media-Nutzung laut Studien deutlich extensiver ist, so gehört Facebook dort nicht zu einen der Haupt-Social-Media-Plattformen, <https://>

lionen Euro. Mithin würde in Deutschland unter dem Lösungsvorschlag pro Quartal ein zusätzliches Umsatzsteueraufkommen in Höhe von 44 bis 66 Millionen Euro geniert werden können.

B. Schätzung anhand des Quartalsbericht III/2022

Für das dritte Quartal 2022 wurde ein Umsatz aus Werbeleistungen in Höhe von 27.237 Millionen und nicht aus Werbeleistungen entstammenden Umsätze in Höhe von 192 Millionen sowie nicht im Zusammenhang mit Social-Media-Plattformen stehende Umsätze in Höhe von 285 Millionen erzielt.¹⁴⁷⁹ Die hiermit im Zusammenhang stehenden Aufwendungen betragen 22.050,¹⁴⁸⁰ sodass 380 Millionen als nicht im Zusammenhang mit Werbeleistungen stehende angesehen werden könne.¹⁴⁸¹ Der Gewinnquotient beträgt im dritten Quartal 2022 daher ungefähr 0,79 sodass sich eine Wertsteigerung von 11,30 € ermittelt. Die Bemessungsgrundlage pro Nutzer beträgt daher 2,83 €. Unter der Prämisse eines Nutzeranteils in Deutschland von 10-15 % ergibt sich eine Bemessungsgrundlage für die deutsche Umsatzsteuer für das dritte Quartal 2022 von ca. 115 bis 173 Millionen Euro. Mithin würde in Deutschland unter dem Lösungsvorschlag im dritten Quartal 2022 ein zusätzliches Umsatzsteueraufkommen in Höhe von ca. 21 bis 32 Millionen Euro generiert werden können.

C. Vergleich mit dem Steueraufkommen unter Pillar I

Vergleicht man nun dieses Steuermehraufkommen allein für Deutschland mit dem zu erwartenden Mehraufkommen im Rahmen des Amount A aus

/www.pressrelations.com/blog/de/social-media-kanalee-in-russland, zuletzt abgerufen am: 13.12.2022.

1479 META-Plattformen-Quartalsbericht III/2022 v. 26.10.2022, S. 14.

1480 META-Plattformen-Quartalsbericht III/2022 v. 26.10.2022, S. 8.

1481 Hierbei handelt es sich lediglich um einen Schätzwert, da insbesondere die Forschungs- und Entwicklungskosten für den Bereich der Reality Apps deutlich über denjenigen für den Bereich der Social-Media-Plattformen liegt, sodass im Ergebnis ein deutlich höherer Anteil auszuschneiden wäre. Dieses würde im Endeffekt den Gewinnquotienten weiter erhöhen, sodass für die vorliegende, vorsichtige und nur überschlägige, Schätzung des Beteuerungsaufkommen von diesem vereinfachten Ansatz ausgegangen werden kann.

dem Pillar I Blueprint von ca. 36,5 Millionen Euro jährlich,¹⁴⁸² so lässt sich feststellen, dass die Mehrsteuern bereits eines Quartals des vorgeschlagenen Lösungsmodells die zu erwartenden jährlichen Mehrsteuern überschreiten. Gleichzeitig wird auf eine komplizierte Ermittlung und internationale Neuverteilung der Besteuerungsrechte und eine Umsatzschwellenbasierte Begründung eines steuerlichen Nexus verzichtet. Verbunden mit der einfacheren internationalen Implementation ergibt sich daher auch unter dem Aspekt der Höhe des Steueraufkommens die Vorzugswürdigkeit des entwickelten Lösungsvorschlages im Bereich der indirekten Besteuerung gegenüber dem in der internationalen politischen Diskussion entwickelten Vorschlages zur „fairen und gerechten“ Besteuerung der Digitalwirtschaft.

1482 Vgl. zur Berechnung: *Bauer/Keuper* IStR, 2020, 685 (694).