

Steuern und Influencer:innen

Was Unternehmen in der Zusammenarbeit mit Influencer:innen beachten sollten



Immer mehr Unternehmen nutzen Influencer:innen, um ihre Konsumgüter und Dienstleistungen zu vermarkten. Besonders die jüngere Zielgruppe im Alter von 19 bis 29 Jahren wird über die bekannten Social-Media-Netzwerke erreicht. Doch wenn Unternehmen Influencer:innen beauftragen und diese damit Einkünfte erzielen, gelten verschiedene steuerliche Pflichten.

Die Herausforderung

Möchten Unternehmen mit gezielten Maßnahmen ihre Produkte bewerben, bietet Influencer:innen Marketing vielfältige und innovative Möglichkeiten, um mit einzigartigem Content eine authentische Werbebotschaft zu verbreiten. Bei der Zusammenarbeit mit geeigneten Influencer:innen sollten die Rahmenbedingungen geprüft sowie die relevanten rechtlichen und steuerlichen Fragen beantwortet werden.

Sobald die Einnahmen der Influencer:innen eine bestimmte Grenze überschreiten, entstehen steuerliche Aufzeichnungs- und Erklärungspflichten – für die Influencer:innen aber auch für die Unternehmen. Bei der Einkommensermittlung sind die Einnahmen den mit der Tätigkeit verbundenen Ausgaben gegenüberzustellen. Besonders zu beachten ist, dass nicht nur monetäre Vergütungen, sondern auch zugesandte Gratisprodukte oder erhaltene Leistungen (etwa in Form von Einladungen zu Events oder Reisen) als Sachzuwendungen steuerlich zu berücksichtigen sind. Denn im Unterschied zu Geschenken wird eine Gegenleistung erbracht. Alternativ kann auch das zuwendende Unternehmen die Übernahme der Versteuerung erklären. Der steuerlich maßgebende Wert der Sachzuwendung ergibt sich abhängig vom konkreten Einzelfall aus dem „üblichen Endpreis am Abgabeort“. Dies könnte vereinfacht mit dem Marktpreis übersetzt werden.

Neben den einkommensteuerlichen Implikationen sind auch die Gewerbesteuer und die Umsatzsteuer zu berücksichtigen.

Für den Betriebsausgaben- und den Vorsteuerabzug der Unternehmen, die Influencer:innen Zuwendungen geben, ist entscheidend, ob die Zuwendung als Werbemaßnahme oder Geschenk anzusehen ist. Um der Finanzbehörde darlegen zu können, dass ein Leistungsaustausch besteht und damit die Aufwendungen absetzbar sind, muss die von den Influencer:innen erbrachte Marketingaktivität dokumentiert werden, da alles Einfluss auf die steuerliche Behandlung haben kann.

Es ist empfehlenswert gegebenenfalls schon im Vorfeld eine Abstimmung mit der Finanzverwaltung anzustreben.



Wenn das Unternehmen mit Influencer:innen zusammenarbeitet, die im Ausland ansässig sind, können sich in diesen Fällen ebenfalls Quellensteuerpflichten ergeben. Die Unternehmen haften hierbei für die korrekte und fristgerechte Abführung der Quellensteuer.

Sowohl Influencer:innen als auch Unternehmen sollten sich daher frühzeitig mit den steuerlichen Folgen von Aktivitäten auf Social-Media-Plattformen auseinandersetzen. Denn andernfalls drohen neben Steuernachzahlungen hohe Zinszahlungen sowie Geld- oder im Extremfall gar Freiheitsstrafen.

Unsere Leistungen – Ihr Nutzen

Die Zusammenarbeit mit Influencer:innen kann sehr unterschiedlich gestaltet sein. Um eine zutreffende steuerliche Einordnung vornehmen zu können, ist eine detaillierte Kenntnis der Vertragsbeziehung und der tatsächlichen Ausgestaltung entscheidend. Um etwaige Risiken zu reduzieren und spätere Kosten zu vermeiden, ist es wichtig, dass die

Steuerabteilung oder die Steuerberater:innen bereits in der Konzeptionsphase konsultiert werden. Dabei werden die Rahmenbedingungen geprüft und aufkommende steuerrechtliche Fragestellungen berücksichtigt.

Bestens für Sie aufgestellt

In unseren Teams arbeiten erfahrene Spezialist:innen aus den Bereichen Steuern und Recht* gemeinsam an den Themen unserer Mandanten, damit wir Sie bei allen steuerlichen Fragen rund um Social Media unterstützen können. Dabei greifen unsere Teams bei Bedarf auch auf das weltweite Know-how unseres KPMG-Netzwerkes zurück. Sprechen Sie uns an.

*Rechtsdienstleistungen sind für bestimmte Prüfungsmandanten nicht zulässig oder können aus anderen berufsrechtlichen Gründen ausgeschlossen sein.

Einige oder alle der hier beschriebenen Leistungen sind möglicherweise für KPMG-Prüfungsmandanten und deren verbundene Unternehmen unzulässig.

Kontakt

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klingelhöferstraße 18
10785 Berlin



Dr. Anne Schäfer

Partnerin,
Corporate Tax Services
T +49 30 2068 4608
anneschaefer@kpmg.com



Stefan Kochs

Partner,
International Transaction Tax
T +49 211 475 7319
skochs@kpmg.com

KPMG Law
Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Klingelhöferstraße 18
10785 Berlin



Dr. Anna-Kristine Wipper

Partnerin, Law
Leiterin Technologierecht
T +49 30 530199 731
awipper@kpmg-law.com

www.kpmg.de

www.kpmg.de/socialmedia



Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2023 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Der Name KPMG und das Logo sind Marken, die die unabhängigen Mitgliedsfirmen der globalen KPMG-Organisation unter Lizenz verwenden.