

03 | Influencer-Marketing: Spielregeln, Stolpersteine und Chancen

Juli 2025

Influencer-Marketing:
Eine etablierte Strategie, bei der Unternehmen steuerliche und rechtliche Herausforderungen beachten müssen, um Risiken zu minimieren.



Steuerliche und rechtliche Aspekte, die Unternehmen kennen sollten

Influencer-Marketing ist längst kein Geheimtipp mehr, sondern hat sich zu einem festen Bestandteil der digitalen Werbewelt entwickelt. Plattformen wie Instagram und TikTok sind die neuen Bühnen, auf denen Influencer ihre Follower mit authentischen Botschaften erreichen. Doch mit der wachsenden Bedeutung dieser Marketingstrategie kommen auch spannende steuerliche und rechtliche Fragen auf, die Unternehmen nicht ignorieren sollten.

Steuerliche Herausforderungen

Im Sommer 2020 hat das Bundesministerium der Finanzen (BMF) ein Informationsblatt für Influencer veröffentlicht, dass die Frage „Muss ich Steuern zahlen?“ behandelt. Doch für Unternehmen, die mit Influencern zusammenarbeiten, gibt es nach wie vor keine klare öffentliche Stellungnahme. Dabei sind die steuerlichen Themenfelder vielfältig und können durchaus knifflig sein:

Ertragsteuern – Geschenke, die nicht nur Freude bereiten

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wie die kostenlosen Produkte, die Sie Influencern zur Verfü-

gung stellen, steuerlich behandelt werden? Diese Geschenke könnten für Influencer als einkommensteuerpflichtige Sachbezüge gelten. Für Unternehmen stellt sich die Frage, ob diese Kosten als Betriebsausgaben abziehbar sind. Eine pauschale Versteuerung von 30 Prozent ist möglich, aber ist das die optimale Lösung?

Umsatzsteuer-Präzision ist gefragt

Ein weiteres interessantes Thema ist die Frage, ob Werbegeschenke oder Werbeleistungen, wie beispielsweise ein Werbevideo oder Reel, als unentgeltliche Wertabgabe oder als entgeltliche Lieferung beziehungsweise Leistung im Rahmen eines gegenseitigen Leistungsaustauschs gegen Entgelt betrachtet werden. Diese Unterscheidung hat erhebliche Auswirkungen auf die Umsatzsteuer. Eine genaue Kenntnis der Vertragsbeziehungen ist entscheidend, um mögliche Steuerrisiken zu minimieren.

Quellensteuer: Ein internationales Abenteuer

Bei der Zusammenarbeit mit ausländischen Influencern kann auch die Quellensteuerpflicht nach § 50a EStG ins Spiel kommen – ein nicht zu unterschätzendes Risiko.

Künstlersozialkasse: Eine offene Frage

Ob Influencer unter die Beitragspflicht des Künstlersozialversicherungsgesetzes fallen, ist derzeit noch nicht endgültig geklärt. Unternehmen müssen individuell bewerten, ob Vergütungen für künstlerische Leistungen oder für die Nutzung von Namensrechten und Reichweite erbracht werden.

Rechtliche Fragen: Verträge oder nicht?

Auch die rechtlichen Rahmenbedingungen im Influencer-Marketing sind nicht zu unterschätzen. Sollten Verträge mit Influencer:innen abgeschlossen werden oder reicht der Versand von Warenproben ohne Vertrag in Textform? Und wer behält den Überblick über die daraus resultierenden Werbeaktivitäten?

Die Kennzeichnungspflicht von Influencer-Beiträgen sorgt seit Jahren für Diskussionen vor deutschen Gerichten. Welche Regelungen gelten, hängt von der Art der Veröffentlichung und der Plattform ab. Die Medienanstalten bieten einen Leitfaden zur Werbekennzeichnung an, der eine grobe Orientierung bietet.

Ausblick für die Praxis: Bereit für den nächsten Schritt?

Mit der richtigen Strategie können Unternehmen und Influencer:innen die Vorteile des Influencer-Marketings nutzen, ohne in rechtliche und steuerliche Fallen zu tappen. Sind Sie bereit, diese Chancen zu ergreifen und die Spielregeln zu meistern? Gerne unterstützen wir Sie hierbei!

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

Kontakt

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Christina Maria Rester

Senior Managerin
Corporate Tax Services
T +49 89 9282-1385
crester@kpmg.com



Dr. Anne Schäfer

Partnerin
Tax
T +49 30 2068-4608
anneschaefer@kpmg.com

Weitere Autorin dieses Artikels:

Lisa Gawellek

[Steuerliche Fragen bei Zusammenarbeit mit Influencern – KPMG in Deutschland](#)

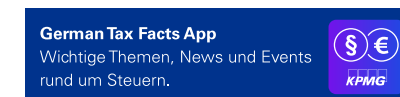
Empfehlung:

Podcast "Steuern und Influencer"

Folge 1: [Worauf Unternehmen beim Influencer-Marketing steuerlich achten sollen](#)

Folge 2: [Kooperation mit Influencer:innen: Diese umsatzsteuerlichen Details sind wichtig](#)

Folge 3: [So beeinflusst die Quellensteuer Influencer-Kampagnen von Unternehmen](#)



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.

© 2025 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.