

02 | Digitales Marketing und Steuerrecht: Neue Erkenntnisse

Juni 2025



**Digitale Werbung und gewerbesteuerliche
Hinzurechnung:
Ein Blick auf die aktuelle Rechtsprechung**



Die steuerlichen Herausforderungen und Chancen im Bereich der digitalen Werbung

In der dynamischen Welt der digitalen Werbung, in der kreative Ideen und datenbasierte Strategien aufeinandertreffen, wird es für Unternehmen auch aus steuerlicher Sicht spannend. Lange Zeit war unklar, ob die Kosten für digitale Werbeflächen gewerbesteuerlich hinzugerechnet werden müssen. Der Bundesfinanzhof (BFH) hat mit seinem Urteil vom 16. September 2024 Licht ins Dunkel gebracht.

Im Fokus steht die Frage, ob die Nutzung digitaler Werbeflächen als Mietzahlungen für bewegliche Wirtschaftsgüter bewertet werden muss und somit dem Gewerbeertrag hinzugerechnet werden muss. Entscheidend ist, ob der Vertrag Merkmale eines Miet- oder Pachtverhältnisses aufweist oder eher als Werkvertrag eingestuft werden kann, was eine gewerbesteuerliche Hinzurechnung ausschließen würde. Die Finanzverwaltung hat sich dieser Auffassung angeschlossen.

Entwirrung im Steuerdschungel: Was das BFH-Urteil für Sie bedeutet

Im konkreten Fall war eine Dienstleistungs-GmbH als Sponsor für Sportvereine tätig und nutzte Mobil- und Plakatwerbung von externen Unternehmen im öffentlichen Raum. Das Finanzamt bewertete diese Werbeaufwendungen als Mietzahlungen für bewegliche Wirtschaftsgüter und rechnete sie dem Gewerbeertrag hinzu. Der BFH widersprach dieser pauschalen Bewertung und betonte, dass die vertragliche Gestaltung im Einzelfall entscheidend ist. Nur wenn ein Vertrag wesentliche Merkmale eines Miet- oder Pachtverhältnisses aufweist, darf eine Hinzurechnung erfolgen. Ein zentrales Kriterium ist, ob die genutzten Werbeflächen abhängig von der betrieblichen Nutzung dem fiktiven Anlagevermögen zuzurechnen wären.

Besonders bei digitaler Werbung ist die werbliche Leistung, die mit der Fläche verbunden ist, von Bedeutung. Wenn ein Anbieter neben der Anbringung der Werbemittel auch eine bestimmte Werbeleistung verspricht, kann der Vertrag als Werkvertrag eingestuft werden, was eine gewerbesteuerliche Hinzurechnung ausschließen kann.

Praxisrelevanz des BFH-Urteils: Gamechanger für die Praxis

Das BFH-Urteil bringt einen Schritt mehr Gewissheit, besonders im Bereich der digitalen Werbung. Auch wenn das Urteil für Steuerpflichtige erfreulich ist, verdeutlicht es die Komplexität der gewerbesteuerrechtlichen Hinzurechnung und die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung von fiktivem Anlagevermögen.

Faktoren wie Häufigkeit, Dauer, Kontinuität, Gesamtumfang der Anmietung sowie Geschäftszweck, Unternehmensart und betriebliche Verhältnisse müssen in einem solchen Fall genau anhand der Vertragsgestaltung steuerlich gewürdigt werden – am besten schon bei Vertragsgestaltung.

Steuerlicher Wegweiser

Das oben genannte Urteil bestätigt, was bisher schon in Sachen Sponsoringverträge und gemischte Verträge entschieden wurde. Basierend auf der aktuellen Rechtsprechung spricht für eine gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Werbeausgaben, dass der Vertrag im Kern ein Miet- oder Pachtvertrag sein oder zumindest solche Hauptbestandteile aufweisen muss. Außerdem müssen die Werbeflächen oder -träger als fiktives Anlagevermögen des Unternehmens gelten. Wir empfehlen, die Verträge im Vorfeld einer genauen steuerlichen Prüfung zu unterziehen, um Interpretationsspielräume zu vermeiden.

Als Ihre direkten Ansprechpartner bei KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft stehen wir jederzeit für Fragen zur Verfügung.

Kontakt

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

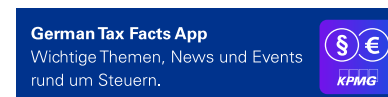


Christina Maria Rester

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

Weitere Autorin dieses Artikels:

Lisa Gawellek



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.

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