

# wts newsletter

WTS Klient.  
Die Brücke.

## # 6.2014



## highlights

**Achtung Werbungsbranche! Das Werbesteuergesetz wurde verabschiedet – Eine neue Sondersteuer in der ungarischen Palette** – Am 17. Juni 2014 wurde im ungarischen Amtsblatt das Gesetz XXII von 2014 über die Werbesteuer bekanntgegeben, das am 31. Tag nach der Verkündung, also am 18. Juli 2014, in Kraft treten wird. Wichtig ist, dass die betroffenen Mediendienstleister und Presseorgane im Sinne des neuen Gesetzes bereits in diesem Sommer Aufgaben zu erfüllen haben: Wenn sie in 2014 steuerpflichtig sind, müssen sie schon bis zum 20. August 2014 eine Steuererklärung über die Höhe der Vorauszahlung erstellen und beim Finanzamt einreichen. Die Vorauszahlung muss in zwei gleichen Raten – bis zum 20. August 2014 beziehungsweise zum 20. November 2014 – geleistet werden.

## Achtung Werbungsbranche! Das Werbesteuergesetz wurde verabschiedet – Eine neue Sondersteuer in der ungarischen Palette

*Am 17. Juni 2014 wurde im ungarischen Amtsblatt das Gesetz XXII von 2014 über die Werbesteuer bekanntgegeben, das am 31. Tag nach der Verkündung, also am 18. Juli 2014, in Kraft treten wird. Wichtig ist, dass die betroffenen Mediendienstleister und Presseorgane im Sinne des neuen Gesetzes bereits in diesem Sommer Aufgaben zu erfüllen haben: Wenn sie in 2014 steuerpflichtig sind, müssen sie schon bis zum 20. August 2014 eine Steuererklärung über die Höhe der Vorauszahlung erstellen und beim Finanzamt einreichen. Die Vorauszahlung muss in zwei gleichen Raten – bis zum 20. August 2014 beziehungsweise zum 20. November 2014 – geleistet werden.*

Für die steuerpflichtigen Nettoumsätze unter 0,5 Milliarden HUF beträgt der Steuersatz 0 %, für den darüber liegenden Teil bis zu 5 Milliarden HUF 1%; danach erhöht er sich alle weiteren 5 Milliarden HUF um jeweils 10 %, bis er für den Teil über 20 Milliarden HUF bereits 40 % erreicht.

Die Steuerpflicht wird durch die Veröffentlichung der Werbung ausgelöst. (Als Veröffentlichung gilt jede Bekanntgabe der Werbung, sei es vor einem größeren Publikum oder vor einem individuellen Adressaten.)

Der Termin für die Steuererklärung und die Steuerzahlung ist der letzte Tag des fünften Monats nach dem jeweiligen Steuerjahr. Bei einem allgemeinen, mit dem Kalenderjahr übereinstimmenden Geschäftsjahr muss also die Werbesteuererklärung für 2014 bis zum 31. Mai 2015 eingereicht werden. Die Steuerpflicht in 2014 bezieht sich nur auf das Rumpfsjahr ab dem 18. Juli 2014, dem Tag des Inkrafttretens des Werbesteuergesetzes, für das die Werbeeinnahmen bis zum 31. Dezember 2014 proportional berechnet werden.

Steuerpflichtige, die ein vom Kalenderjahr abweichendes Geschäftsjahr haben und deren Bilanzstichtag spätestens der 16. Juli 2014 ist, können von der Steuerpflicht in 2014 befreit sein, da gemäß dem Werbesteuergesetz „*der ein vom Kalenderjahr abweichendes Geschäftsjahr wählende Steuerzahler die Steuer- und Steuervorauszahlungspflicht nach den am ersten Tag des Geschäftsjahres gültigen Regelungen feststellt, erklärt und erfüllt*“. Ein Steuerpflichtiger, dessen Geschäftsjahr z.B. den Zeitraum zwischen dem 1. April und dem 31. März umfasst, bei dem also der erste Tag des Geschäftsjahres 2014 (der 1. April 2014) auf evidente Weise in den Zeitraum vor dem Inkrafttreten des Gesetzes fällt, muss zum ersten Mal eine Steuererklärung über seine Steuerverbindlichkeit für das Jahr 2015 bis zum 31. August 2016 einreichen.

Die Steuerpflichtigen, bei denen der erste Tag des Geschäftsjahres auf den 18. Juli 2014 oder einen späteren Tag fällt, sind zwar gezwungen, ihre Steuerpflicht für 2014 zu erfüllen, aber der Termin für das Einreichen der Steuererklärung zieht sich für sie immerhin wesentlich hinaus. Ein Steuerpflichtiger, dessen Geschäftsjahr 2014 vom 1. Dezember 2014 bis zum 30. November 2015 reicht, muss die Werbesteuererklärung für das Jahr 2014 bis zum 30. April 2016 einreichen.

Da die Bemessungsgrundlage an die Umsatzerlöse gebunden ist, müssen Gesellschaften auch im Fall eines Verlusts die neue Sondersteuer bezahlen, deren Betrag, wie man sieht, abhängig von den Umsatzerlösen von bedeutender Höhe sein kann. Ein kleines Trostpflaster ist, dass aufgrund einer Quasi-Moratoriumsregelung die Bemessungsgrundlage des in 2014 beginnenden Kalenderjahres um 50 % des in früheren Jahren abgegrenzten Verlusts vermindert werden kann.

## Wer ist steuerpflichtig?

Neben Fernsehgesellschaften muss die Steuer auch von Zeitungsverlagen, Nutzern von Outdoor-Werbeflächen und Internetportalen entrichtet werden, wenn sie die oben angeführten Umsätze erreichen. Die Situation der letzteren ist speziell, da für sie auch die Bedingung gilt, dass die betreffende Firma Werbung zum überwiegenden Teil in ungarischer Sprache in das weltweite Netz stellt. Bei multinationalen Firmen, die Werbung in mehreren Ländern veröffentlichen, können die genaue Bedeutung und Messung der *"zum überwiegenden Teil in ungarischer Sprache"* veröffentlichten Werbung sowie die Überprüfbarkeit und die Erzwingung der Steuerverpflichtung ausgesprochen schwierig zu interpretieren sein. Ohne genauere Definitionen werden sich hier zahlreiche praktische Fragen aufwerfen.

Ein anderes großes Fragezeichen betrifft den Umstand, ob die Steuerpflicht vermieden werden kann, wenn der Mediendienstleister nicht in Ungarn niedergelassen ist. Vorerst soll betont werden, dass die Niederlassung anhand des ungarischen Mediengesetzes zu überprüfen ist, in dem dieser Begriff äußerst weit definiert wird, und dass die Tatsache, dass ein Mediendienstleister nicht als in Ungarn niedergelassen gilt, an sich noch nicht die Steuerpflicht ausschließt, da auch ein ausländischer Mediendienstleister Subjekt der Werbesteuer sein kann, wenn er zumindest in der Hälfte der Programmzeit Medieninhalt in ungarischer Sprache veröffentlicht.

## Prüfstein EU-Recht und die Frage der Doppelbesteuerung

Aufgrund der Erfahrungen mit den früheren Sondersteuern können wir erwarten, dass sich auch bei der Werbesteuer die Frage stellt, ob sie dem Grundsatz der Wettbewerbsneutralität entspricht. Wahrscheinlich wird auch die EU daran interessiert sein, die detaillierten Regelungen sowie deren EU-Konformität kennenzulernen. Eine naheliegende Parallele scheint sich im Schicksal der Sondersteuer für den Einzelhandel zu zeigen, die über Elemente verfügt, die auch für die Werbesteuer kennzeichnend sind (Bindung an die Umsatzerlöse, starke Progression, Zugrundelegung der Konzernumsätze), und bei der der Gerichtshof der Europäischen Union in der Rechtssache Hervis C-385/12 für einzelne Bestimmungen bereits einen Verstoß gegen das Unionsrecht festgestellt hat.

Bezüglich der internationalen Projektion der Werbesteuer ist es auch schon vom rechtstheoretischen Aspekt her begründet zu prüfen, ob Bestimmungen der internationalen bilateralen Steuerabkommen die betreffenden Firmen davor schützen, bestimmte Werbeerträge in mehreren Ländern versteuern zu müssen. Aufgrund der Bestimmungen des OECD-Musterabkommens zeigt sich zwar, dass die DBAs nicht dem Zweck dienen, außerordentliche Steuern auszuschließen, sie beziehen sich aber eher auf Steuern vom Typ Einkommenssteuern. Im Fall der Werbesteuer ist aber nicht das Einkommen (Einnahmen-Ausgaben), sondern der Nettoumsatz des Steuerjahres die Bemessungsgrundlage.

Die Aussagen im Newsletter entsprechen zum Zeitpunkt des Erscheinens den rechtlichen Vorschriften.  
Die Verfasser sind bemüht, Ihnen lesenswerte und gleichzeitig fachkundige Informationen zu präsentieren.  
Aufgrund der allgemeinen Natur dieser Informationen und im Hinblick auf mögliche Änderungen in der Gesetzeslage empfehlen wir Ihnen, uns im Interesse der individuellen Interpretation der Ausführungen zu kontaktieren.

Dienstleistungen der WTS Klient Gruppe:

- » Steuerberatung
- » Rechtsberatung
- » Buchhaltung
- » Lohnverrechnung
- » Sonstige Beratung

WTS Klient Gruppe • Tamás Gyányi, Partner  
1143 Budapest • Stefánia út 101-103. • Ungarn  
Telefon: +36 1 887 3700 • Fax: +36 1 887 3799  
tamas.gyanyi@klient.hu • www.klient.hu

wts