

A new Movement

Medien- und Marketingbranche machen gemeinsam gegen die Werbeabgabe mobil – nicht dabei ist der ORF.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. Eine neue Bewegung soll es sein, die am Donnerstag, dem 23. November, im APA-Pressezentrum vorgestellt wurde.

Ein Zusammenschluss vom Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ), interactive advertising bureau Austria (iab Austria), International Advertising Association (IAA), Marketing Club Österreich (MCÖ), Mobile Marketing Association (MMA), Österreichische Marketing Gesellschaft (ÖMG), Verband Österreichischer Privatsender (VÖP), Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Wirtschaftskammer Wien, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation (WKW) gemeinsam mit der Initiative Steuerfairness.info, der sich zum Thema Werbeabgabe zusammengetan hat.



Gemeinsam Kommunikations- und Medienverbände fordern gemeinsam Steuergerechtigkeit.

Entlasten, nicht belasten

Ende Oktober hatte der Verfassungsgerichtshof 23 Beschwerden von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen bzw. Radiostationen abgelehnt und einer Werbeabgabe, die auch im Internet gelte, nicht zugestimmt.

Der VÖZ zeigte sich empört, der iab beispielsweise begrüßte das Urteil. Doch schon damals gab iab-Präsident André Eckert im medianet-Interview zu verstehen: „Eine gute Regelung müsste Werbung, die zur nationalen Wertschöpfung beiträgt, steuerlich entlasten und nicht belasten!“

Die neue Bewegung, wie sie von VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger genannt wurde, fordert die Abschaffung der Werbeabgabe und die Forcierung eines effektiven und fairen Steuersystems im Wettbewerb mit den „Digital Giants“ – also Google, Facebook usw..

Die Werbeabgabe stelle einen immer größer werdenden

Wettbewerbsnachteil für österreichische Medienanbieter dar und schwäche deren Position im Markt – heute würden schon rund 50% der Digital-Werbeausgaben an ausländische Plattformbetreiber und Medienanbieter fließen – der österreichische Medienstandort gerät immer mehr unter Druck.

Wo ist der ORF?

Nun tut man sich also zusammen – wer fehlt, ist der ORF. Zwar hatte Generaldirektor Alexander Wrabetz in der Vergangenheit schon von einem nationalen Schulterschluss gesprochen, doch laut Grünberger hätte es der ORF vorgezogen, aufgrund anderer strategischer Überlegungen nicht in der Runde dabei zu sein. Allerdings würde der ORF die Bemühungen begrüßen, erklärte Grünberger.

Auf Nachfrage der APA erklärte der ORF, man habe an der Pressekonferenz nicht teilge-

nommen, da der Termin „unabgestimmt und kurzfristig“ angesetzt worden sei.

Im ORF geht man nicht davon aus, dass eine Abschaffung der Werbesteuer möglich ist. „Deshalb ist der ORF für die Erweiterung der Werbesteuer auf den Onlinebereich, die aber unbedingt auch die nicht-österreichischen Anbieter wie Google und Facebook erfassen muss“, hieß es am Donnerstag zur APA.

Angebot eines Think Tanks

Gemeinsam möchten DMVÖ, iab, IAA, MCÖ, MMA, ÖMG, VÖP, VÖZ und WKW der neuen Bundesregierung mit Know-how aus allen Bereichen des Medien- und Kommunikationsgeschäfts im Rahmen eines Think Tanks für Steuer-Wettbewerbsfairness anbieten.

„Um einen gerechten Wettbewerb zu schaffen und den Medienstandort Österreich nachhaltig zu sichern, rufen wir

die neue Bundesregierung auf, die Werbeabgabe abzuschaffen und gleichzeitig Konzepte wie die ‚digitale Betriebsstätte‘ oder die umsatzbezogene ‚Equalization Tax‘ auf europäischer Ebene voranzutreiben“, formuliert Christine Antlanger-Winter (IAA).

Beim ORF ist man der Auffassung, das Aus für die Werbeabgabe sei eine „weder juristisch noch politisch realisierbare Forderung“.

Zum Europäischen Gerichtshof

Es scheint, als würde das Thema noch lange nicht von der Bildfläche verschwinden.

Grünberger hatte nun auch angekündigt, vor den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte zu ziehen – die Entscheidung des VfGH, die Verleger- und Radiobeschwerden gegen die Werbeabgabe abzulehnen, sei eines „Rechtsstaats nicht würdig“ – denn jeder hätte das Recht auf einen Richter.