



Steuern und Strafrecht bei Influencern

Was man jetzt wissen sollte

Kurzüberblick für Unternehmen und Agenturen

Influencer-Marketing und Content Creation boomen – doch mit Reichweite kommt Verantwortung. Die Finanzbehörden nehmen Social-Media-Einnahmen, die oft bislang – zudem über Jahre hinweg – unbesteuert blieben, zunehmend ins Visier. Besonders betroffen: Professionelle Content Creator und deren Auftraggeber:innen. Wer Kooperationen eingeht, sollte steuerlich und rechtlich vorbereitet sein. Dies gilt für Unternehmen, aber auch für den Content Creator in eigener Sache sowie dessen „Support“ für z. B. Videoschnitt/Ton etc. Die Einschnitte und Auswirkungen durch die ersten Eingriffe der Steuerfahndung können gravierend sein. Auch Blacklisting droht.

Strafrecht

Steuerhinterziehung ist kein Kavaliersdelikt – auch bei Likes und Followern.

- Ermittlungen laufen bundesweit – über 200 Verfahren allein in NRW.
- Auch Sachleistungen (Reisen, Produkte etc.) gelten als steuerpflichtige Einnahmen.
- Briefkastenadressen im Ausland schützen nicht vor deutscher Steuerpflicht.
- Selbstanzeige jetzt oftmals noch möglich.
- Strafmaß: Geldstrafe oder Freiheitsstrafe (bis zu 10 Jahre).
- Blacklisting in der „Szene“ zu erwarten.



Ansprechpartner:

Sebastian Lattmann

E-Mail: sebastian.lattmann@pwc.com

Lohnsteuer und Co.

Steuerliche Pflichten für auftraggebende Unternehmen und Influencer

Influencer erhalten für Kooperationen oft Geld oder Sachleistungen. Beides kann steuerpflichtig sein – und Folgen sind insoweit nicht nur für Influencer denkbar! Auch Unternehmen sollten mögliche Pflichten kennen, z. B.:

Für Influencer:

Einnahmen (Geld oder Sachleistungen) können als gewerbliche Einkünfte steuerpflichtig sein.

Für auftraggebende Unternehmen:

- Unter Umständen können Influencer als Arbeitnehmer anzusehen sein und Arbeitslohn beziehen – ggf. lohnsteuer- und sozialversicherungsrechtlichen Pflichten auch für auftraggebende Unternehmen.
- Zugewendete bzw. geschenkte Produkte sind oft als Sachzuwendungen steuerpflichtig. – Insoweit ist zu prüfen, ob für Auftraggebende eine Pauschalversteuerung der Zuwendungen an Influencer möglich ist bzw. ob sie notwendig und zutreffend wäre.



Ansprechpartner:

Gero B. Dollmeier

E-Mail: gero.bjoern.dollmeier@pwc.com

Umsatzsteuer

„Gratis“ ist nicht steuerfrei.

- Influencer gelten als (Klein-)Unternehmer (§ 2 UStG).
- Kleinunternehmerregelung greift nur bei Umsatz im laufenden Jahr bis maximal EUR 100.000 und im Vorjahr von weniger als EUR 25.000 Umsatz.
- Produkt gegen (Marketing-)“Post“ (ohne Entgeltzahlung) = Leistungsaustausch; umsatzsteuerliche Konsequenzen abhängig vom Ort der Leistung – (a) steuerbar und steuerpflichtig im Inland, (b) im Inland nicht steuerbar (ggf. umsatzsteuerliche Pflichten im Ausland).
- Klare vertragliche Vereinbarung – inkl. Wert der (gegenseitigen) Leistung(en).
- Fehlerhafte Rechnungen = Risiko für beide Seiten.



Ansprechpartnerin:

Nicole Stumm

E-Mail: nicole.stumm@pwc.com

Quellensteuer

Internationale Kooperationen brauchen steuerliche Klarheit.

- Zahlungen an ausländische Influencer können Quellensteuer auslösen (§ 50a EStG).
- Unternehmen haften für korrekte Abführung.
- Auch Bildrechte und Namensnutzung können steuerpflichtig sein.
- Verträge müssen steuerlich rechtssicher und klar gestaltet sein.



Ansprechpartner:

Marcel Misere

E-Mail: marcel.misere@pwc.com

Sozialversicherung und Künstlersozialkasse (KSK)

Kunst, Kommunikation – und Abgabepflicht.

- Influencer gelten oft als künstlerisch oder publizistisch tätig.
- Unternehmen müssen 5 % KSK-Abgabe auf Honorare zahlen.
- Kann auch bei ausländischen Creators relevant sein.
- Abgabepflicht unabhängig von der Versicherung des Influencers.
- Das Risiko einer Scheinselbstständigkeit ist gegeben.
- Bei einer Betriebsprüfung können Abgaben bis zu fünf Jahre rückwirkend nachgefordert werden.



Ansprechpartner:

Nikolaus Kastenbauer

E-Mail: nikolaus.kastenbauer@pwc.com

Wir helfen Ihnen gerne, ganz gleich, in welcher Situation Sie sich befinden.