

# Stellungnahme

November 2025

## Bitkom zu einer möglichen Digitalabgabe

### Zusammenfassung

Die Bundesregierung arbeitet derzeit durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) an Eckpunkten für eine mögliche Digitalabgabe, deren Erlöse zweckgebunden dem Medien- und Kreativsektor zugutekommen sollen. Bitkom begrüßt das Engagement der Bundesregierung, den Medienstandort Deutschland zu stärken und verlässliche Rahmenbedingungen für die Medienwirtschaft zu schaffen. Eine Digitalabgabe halten wir jedoch nicht für ein geeignetes Instrument zur Förderung der Medien- und Kreativwirtschaft, da sie den Digitalstandort Deutschland insgesamt schwächen und die weitere Digitalisierung bremsen würde. Als Branchenverband Bitkom lehnen wir daher eine Digitalabgabe ab.

### **Eine Digitalabgabe wäre nicht zielgerichtet, würde die Digitalisierung Deutschlands bremsen und birgt erhebliche außenwirtschaftliche Risiken**

Ganz gleich, ob Steuern, Abgaben, Gebühren oder Zölle auf Digitales – jeder Aufschlag führt unmittelbar oder mittelbar zu höheren Preisen und belastet Unternehmen wie Verbraucher. Gerade in der derzeit wirtschaftlich angespannten Lage gilt es, zusätzliche Belastungen für Anbieter und Konsumenten zu vermeiden. Zumal die Bundesregierung mit dem Ziel angetreten ist, die Steuern- und Abgabenlast für Unternehmen zu senken, und auf diese Weise die deutsche Wirtschaft zu stärken.

Eine Digitalabgabe – gleich in welcher Ausgestaltung – würde die Standortkosten weiter erhöhen, obwohl diese im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit eigentlich sinken müssten. Für Unternehmen sind darüber hinaus Rechtssicherheit und Verlässlichkeit

bei Steuern und Abgaben zentrale Voraussetzungen für Investitionen und damit entscheidend für die Attraktivität des Standorts Deutschland.

Zudem würde eine Digitalabgabe die dringend notwendige Digitalisierung von Wirtschaft und Verwaltung bremsen, da digitale Produkte und Dienstleistungen unvermeidlich teurer würden. Das würde nicht nur die Endverbraucher treffen, sondern auch kleine und mittelständische Unternehmen. Deutschland braucht jedoch mehr und schnellere Digitalisierung, um den Alltag der Menschen zu verbessern und technologische wie wirtschaftliche Potenziale zu entfalten.

In der aktuellen Diskussion um eine Digitalabgabe ist bislang unklar, welche Bemessungsgrundlage herangezogen werden soll. Bei näherer Betrachtung möglicher Modelle zeigt sich jedoch, dass eine solche Abgabe weder zielgerichtet ausgestaltet werden kann noch ohne negative Folgen für den Digitalstandort Deutschland bliebe.

Eine zusätzliche Abgabe auf Onlinewerbeleistungen, wie sie beispielsweise in Österreich existiert, würde eine Vielzahl und Breite nationaler, wie internationaler Unternehmen unmittelbar oder mittelbar betreffen. Onlinewerbung ist für die Erlösmodelle unterschiedlichster Geschäftsmodelle, von E-Commerce bis Social Media, von zentraler Bedeutung und sichert die Bereitstellung zahlreicher digitaler Dienste.

Zugleich stellt Onlinewerbung insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ein wesentliches Element ihrer Vermarktungsstrategie dar. Preisaufläge auf Onlinewerbung würden daher die Vertriebs- und Marketingmöglichkeiten vieler Unternehmen erheblich beeinträchtigen und deren Wettbewerbsfähigkeit schwächen.

Eine zusätzliche Abgabe auf einzelne Geschäftsbereiche, etwa auf E-Commerce Umsätze oder Cloud-Dienste, hätte erhebliche negative Auswirkungen auf die Bereitstellung digitaler Dienste. Zudem ist eine trennscharfe Abgrenzung digitaler Geschäftsmodelle von anderen Geschäftsmodellen kaum möglich, da digitale Prozesse, Kundendaten und Schnittstellen branchenübergreifend an Bedeutung gewinnen. Die OECD stellt in einem Bericht fest, dass es schwierig, wenn nicht unmöglich sei, die digitale Wirtschaft zu Steuerzwecken vom übrigen Wirtschaftsleben abzugrenzen, da die digitale Wirtschaft zunehmend mit der Gesamtwirtschaft verschmilzt.<sup>1</sup>

Die Digitalisierung durchdringt mittlerweile alle Bereiche der Wirtschaft. Eine steuerliche Sonderbehandlung digitaler Aktivitäten wäre daher weder rechtssicher noch zukunftsfähig und würde sich langfristig negativ auf die wirtschaftliche Dynamik und das Wachstumspotenzial auswirken.

Darüber hinaus birgt die Einführung einer Digitalabgabe erhebliche außenwirtschaftliche Risiken. Eine solche Maßnahme könnte die Vereinigten Staaten veranlassen, erneut einseitige Gegenmaßnahmen wie die kürzlich in Diskussion stehende Section 899 des US Internal Revenue Code (IRC) einzuführen, die sich gegen Staaten mit aus US-Sicht »unfairen ausländischen Steuern« richtete. Diese sah drastische steuerliche Sanktionen – etwa Quellensteuern von bis zu 50 Prozent auf Dividenden, Lizenzen oder Mieteinnahmen – gegenüber Unternehmen und Investoren

<sup>1</sup> »Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy« (2015), Teil des OECD/G20-Projekts »Base Erosion and Profit Shifting« (BEPS), insbesondere Aktion 1.

aus betroffenen Staaten vor. Ein Wiederaufleben vergleichbarer Maßnahmen würde nicht nur die transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen erheblich belasten, sondern auch bestehende Doppelbesteuerungsabkommen gefährden und das Vertrauen in die Stabilität des internationalen Steuerrahmens untergraben. Damit wäre eine Digitalabgabe nicht nur ökonomisch kontraproduktiv, sondern auch außen- und handelspolitisch riskant.

## Maßnahmen zur Stärkung der Medienwirtschaft

In politisch und gesellschaftlich herausfordernden Zeiten sind starke, unabhängige und verlässliche Medien unerlässlich. Neben der Versorgung mit Nachrichten und Information bietet auch die Unterhaltung einen wesentlichen Beitrag zur Medienvielfalt. Den privaten Mediendiensten und Plattformen kommt hierbei eine zentrale Rolle zu, ob als redaktionell auswählender Inhalteanbieter oder als vermittelnder Aggregator bzw. Intermediär. Der Bitkom begrüßt daher das Engagement der Bundesregierung, den Medienstandort Deutschland zu stärken und möchte Vorschläge unterbreiten, wie die Rahmenbedingungen für Investitionen am Medienstandort Deutschland verbessert werden können:

- **Medienvielfalt breit denken und den Medienstandort als Wirtschaftsfaktor stärken:** Zur Sicherung einer freien und vielfältigen Medienlandschaft zählen auch internationale und sprachpluralistische Angebote, zu deren Verbreitung ein offener und fairer Wettbewerb beitragen würden. Die Produktion von Filmen und Serien kann einen erheblichen Wirtschaftsbeitrag leisten. Die Schaffung moderner Anreizsysteme (Tax Incentives) stärkt in einem intensiven Wettbewerb den Produktionsstandort Deutschland.
- **Wirtschaftliche Basis von Medienanbietern schützen:** Die Refinanzierbarkeit privater Medien- und Medienplattformangebote ist von zentraler Bedeutung für die Sicherung von Medienvielfalt. Neue Eingriffe, wie Werbeeinschränkungen, Eingriffe in die Vertragsfreiheit und weitere Maßnahmen, die die Refinanzierbarkeit und Medienvielfalt beschränken, sind zu unterlassen. Bestehende Vorgaben sind konsequent auf ihre Erforderlichkeit und Angemessenheit zu überprüfen.
- **Wettbewerb als regulative Kraft stärken:** Auch in der Medienwirtschaft sollte auf die Kraft des Wettbewerbs gesetzt werden, sodass verschiedene Angebote nicht gleicher werden, sondern sich durch innovative und verbraucherfreundliche Ausgestaltung im Markt durchsetzen. Dies führt zu mehr Wahlfreiheit der Nutzenden. Selbst- und Ko-Regulierung bieten darüber hinaus die Grundlage zur Entwicklung praxisnaher Lösungsansätzen, z.B. im Jugendschutz.
- **Illegale und schädliche Inhalte gemeinsam bekämpfen:** Rechtswidrige Inhalte wie Hasskriminalität und systemische Risiken wie Desinformation und Deepfakes können nur gemeinsam von Wirtschaft, Politik, Gesellschaft effektiv bekämpft werden.

Ein offener und fairer Wettbewerb stärkt eine freie und vielfältige Medienlandschaft.

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie generieren in Deutschland gut 200 Milliarden Euro Umsatz mit digitalen Technologien und Lösungen und beschäftigen mehr als 2 Millionen Menschen. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig, kreieren Content, bieten Plattformen an oder sind in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 82 Prozent der im Bitkom engagierten Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 8 Prozent kommen aus dem restlichen Europa und 7 Prozent aus den USA. 3 Prozent stammen aus anderen Regionen der Welt. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem leistungsfähigen und souveränen Digitalstandort zu machen.

## Herausgeber

Bitkom e.V.

Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

## Ansprechpartner

Dr. Konstantin Peveling | Referent Medienpolitik & Plattformen

T +49 30 27576-321 | k.peveling@bitkom.org

Simon Thomas | Referent Legal Tech & Recht

T +49 30 27576-115 | s.thomas@bitkom.org

## Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Medienpolitik

AK Steuern

## Copyright

Bitkom 2025

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.