



Antrag

der Abgeordneten **Gerd Mannes, Franz Bergmüller, Ferdinand Mang, Uli Henkel, Martin Böhm, Josef Seidl, Katrin Ebner-Steiner** und **Fraktion (AfD)**

Freiheit in Netz und Medien IX: Digitalwirtschaft fairer besteuern

Der Landtag wolle beschließen:

Die Staatsregierung wird dazu aufgefordert, sich auf allen Ebenen für die Einführung einer Digitalsteuer, basierend auf dem „Marktlandprinzip“ in Höhe von 3 Prozent auf Verkäufe, die durch Online-Werbung, den Verkauf von Benutzerdaten und die Bereitstellung von Online-Marktplätzen erzielt werden, einzusetzen.

Begründung:

Bayern verfügt über den größten Anteil der Online-Käufer in Deutschland. Im Jahr 2019 betätigten über ein Fünftel der Befragten mindestens einen Online-Kauf pro Monat.¹

Der Online-Handel und die digitalen Plattform-Unternehmen sind die größten Gewinner der Corona-Einschränkungen. Der Umsatz beim Online-Shopping belief sich im Jahr 2020 auf 26,2 Mrd. Euro in Deutschland, was einer Steigerung von 27 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht.² Im Jahr 2020 stieg die Bruttozahl der transportierten Pakete gegenüber 2019 um rund 15 Prozent. Amazon macht dabei die Hälfte des Online-Umsatzes in Deutschland aus.³

Durch die wachsende Bedeutung von digitalen Plattformen entsteht Marktmacht, die im Endeffekt sogar dazu führen kann, einer Plattform den Rang einer kritischen Infrastruktur zuzuerkennen.⁴

Im digitalen Plattform-Modell wird das Nachfragevolumen, d. h. die Größe der Verbraucher-/Benutzermärkte, für den Prozess der Schaffung von Mehrwert und der Erzielung von Gewinnen immer wichtiger. Dies zieht aber auch Nachteile mit sich: Digitale Plattformen können durch die Bedienung des bayerischen und europäischen Marktes ohne physische Präsenz und durch die Registrierung in Steueroasen sowie durch den De-minimis-Handel zu erheblichen Steuerverlusten bei den Steuer- und Zolleinnahmen in Bayern und Deutschland führen.⁵

Auch aus diesem Grund erwägt die Europäische Kommission nach wie vor die Einführung einer digitalen Steuer von 3 Prozent, basierend auf dem „Marktlandprinzip“, auf

¹ VuMA Touchpoints (2020). URL: <https://www.vuma.de/vuma-praxis/die-studie/>

² Rusche C. (2020). Lockdown könnte den Handel 22 Milliarden kosten. IW Köln URL: <https://www.iwkoeln.de/presse/iw-nachrichten/beitrag/christian-rusche-lockdown-koennte-den-handel-22-milliarden-kosten.html>

³ ifo Institut (2020). E-Commerce. URL: <https://www.ifo.de/branchenatlas/e-commerce>

⁴ Rusche C. (2021). Zwei Szenarien zur Entwicklung des Online-Handels. IW Köln URL: <https://www.iwkoeln.de/presse/in-den-medien/beitrag/christian-rusche-zwei-szenarien-zur-entwicklung-des-online-handels.html>

⁵ Kofner Y. (2020). Digital transformation: Implications for trade policy and economic integration. IIASA. URL: <http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/16723/>

Verkäufe, die durch Online-Werbung, den Verkauf von Benutzerdaten und die Bereitstellung von Online-Marktplätzen erzielt werden. Eine Studie des ifo Instituts im Auftrag der Industrie- und Handelskammer (IHK) Oberbayern und München kam zu der Schlussfolgerung, dass solch eine Steuer ähnlich wie eine Gewinnsteuer wirken wird, keine systematischen Auswirkungen auf Endpreise und Dienstleistungen haben wird und neue Steuereinnahmen in Höhe von 3 bis 4 Mrd. Euro⁶ einbringen kann.⁷

⁶ Auf die gesamte EU bezogen.

⁷ ifo Institut (2018) Die Besteuerung der Digitalwirtschaft: Zu den ökonomischen und fiskalischen Auswirkungen der EU-Digitalsteuer. URL: <https://www.ifo.de/DocDL/Studie-Digitalsteuer-2018.pdf>