

Influencer Tax Talk

Influencing im Steuerfokus – Panel 2

**„Influencer-Marketing richtig einsetzen –
rechtssicher und steuerkonform abrechnen“**



Die komplexe Welt der Influencer- Geschäftsvorfälle

Wie Influencer Wert schaffen
und monetarisieren

Vielfältigkeit der Einnahmequellen

- Geschäftsmodelle von **außergewöhnlicher Heterogenität**
- **Breites Spektrum** von klassischer Werbekooperation über Affiliate-Marketing bis hin zu digitalen Produktverkäufen
- Jede Einnahmeart erfordert eine **differenzierte steuerliche Betrachtung und individuelle Dokumentationspflichten**



Charakteristische Geschäftsbeziehungen

- Branded Content und Produktplatzierungen
- Aboeinnahmen auf Plattformen
- Affiliate-Provisionen und Performance-Marketing
- Eigenvermarktung digitaler Produkte
- Lizenzierung von Content-Rechten



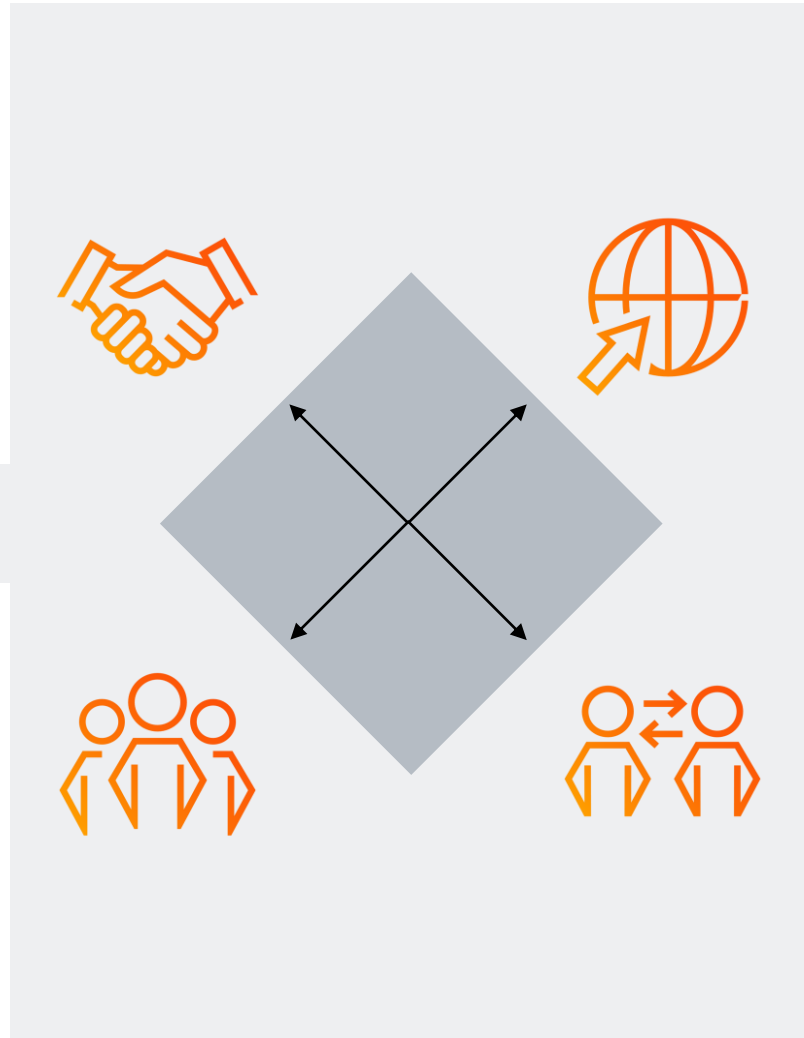
Wirtschaftliche Leistungsbeziehungen im Influencer-Marketing

Influencer ↔ Unternehmen

Direkte Vertragsbeziehungen mit Marken zur Content-Erstellung und Produktplatzierung. Steuerliche Einordnung als selbständige oder gewerbliche Tätigkeit.

Agentur-Vermittlung

Dreiecksbeziehungen über Management-Agenturen. Abgrenzungsfragen zwischen Vermittlungs- und Dienstleistungsvertrag mit Auswirkungen auf Betriebsausgabenabzug.



Plattform als Intermediär

Monetarisierung über Plattformen (YouTube, Instagram, TikTok, ...). Besonderheit: Auszahlung durch ausländische Plattformen erfordert erhöhte Dokumentationsorgfalt.

Follower ↔ Influencer

Direkte Zuwendungen der Community durch Donations (Twitch, PayPal) oder Sachwerte über Amazon-Wishlists. Steuerliche Einordnung als Betriebseinnahme nach § 8 EStG, auch bei vermeintlich 'privaten' Geschenken.

Ordnungsgemäße Buchführung (GoBD)

Grundsätze

Klarheit und Übersichtlichkeit

Buchführung muss verständlich und nachvollziehbar sein.

- § 238 Abs. 1 S. 2 HGB

Ordnung und Nachprüfbarkeit

Buchungen müssen in sachlicher und zeitlicher Ordnung erfolgen.

- § 238 Abs. 1 S. 2 HGB

Richtigkeit und Wahrheit

Keine falschen oder fingierten Buchungen.

- § 239 Abs. 2 HGB

Zeitgerechtigkeit

Geschäftsvorfälle müssen zeitnah gebucht werden.

- § 239 Abs. 2 HGB

Unveränderbarkeit

Nachträgliche Änderungen müssen dokumentiert und nachvollziehbar sein.

- § 239 Abs. 3 HGB

Vollständigkeit

Alle Geschäftsvorfälle müssen vollständig erfasst werden.

- § 239 Abs. 2 HGB

Periodenabgrenzung

Aufwendungen und Erträge sind dem richtigen Geschäftsjahr zuzuordnen.

- § 252 Abs. 1 Nr. 5 HGB

Verrechnungsverbot

Keine Saldierung von Aktiva/Passiva oder Aufwendungen/Erträgen.

- § 246 Abs. 2 S. 1 HGB





Vollständigkeit: Geld-, Sach- und Tauschgeschäfte

Geldleistungen

Klassische Honorarzahlungen für Werbekooperationen. Dokumentation durch Rechnungen, Überweisungsbelege und Vertragsunterlagen.

1

Sachbezüge

Unentgeltliche Produktzusendungen oder kostenlose Dienstleistungen (z.B. Hotelaufenthalte, Reisen) stellen Betriebseinnahmen dar.

2

Tauschgeschäfte

Barter-Deals zwischen Influencern oder gegenseitige Leistungserbringung ohne Geldzahlung. Beide Vertragsparteien müssen den Wert der erhaltenen Leistung versteuern.

3

Aufzeichnung und Dokumentation von Geschäftsvorfällen



Benennung von Gläubigern und Zahlungsempfängern

Abzugsverbot nach § 160 AO

Wortlaut des § 160 AO



„Schulden und andere Lasten, **Betriebsausgaben**, Werbungskosten und andere Ausgaben sind steuerlich regelmäßig **nicht zu berücksichtigen**, wenn der Steuerpflichtige dem Verlangen der Finanzbehörde nicht nachkommt, die Gläubiger oder die **Empfänger genau zu benennen**. Das Recht der Finanzbehörde, den Sachverhalt zu ermitteln, bleibt unberührt.“

Bedeutung für Unternehmen

- Sorgfältige **Dokumentation** aller Angaben, die zur genauen Benennung der Gläubiger oder Empfänger erforderlich sind.
- Rechtsfolge bei Nicht-Erfüllung: **Abzugsverbot** für Betriebsausgaben.



Monitoring durch die Finanzverwaltung

Wie die Finanzverwaltung Influencer prüft

Quelle: <https://www.finanzverwaltung.nrw.de/uebersicht-rubrik-aktuelles-und-presse/pressemitteilungen/verdacht-auf-steuerbetrug-groessem-stil>

Nutzung öffentlicher und frei zugänglicher Daten

- Auswertung von Social-Media Profilen, Posts, Stories und Reisedokumentationen.
- Abgleich von öffentlichem Content mit erklärten Betriebseinnahmen und Betriebsausgaben.

Digitale Datenanalyse & Risikoselektion

- Einsatz von Analyse-Tools zur Identifikation auffälliger Muster (z. B. hohe Reichweite ohne Steuernummer, Lifestyle-Content ohne erklärte Einkünfte).
- Auswahl risikobehafteter Fälle für vertiefte Prüfungen.



Auswertung strukturierter Datenpakete von Plattformen

- Analyse von Daten, die von Social-Media Plattformen bereitgestellt werden (z. B. Monetarisierung, Zahlungsströme).
- Zuordnung der Datensätze zu konkreten Personen und Regionen.

Spezialisierte Prüfer & Taskforces

- Einsatz von Expertenteams mit Branchen- und Digital-Know-how.
- Fokus auf typische Influencer-Themen: gemischte Veranlassung, Sachzuwendungen, Auslandssachverhalte.

Datenanalyse im Rahmen von Außenprüfungen

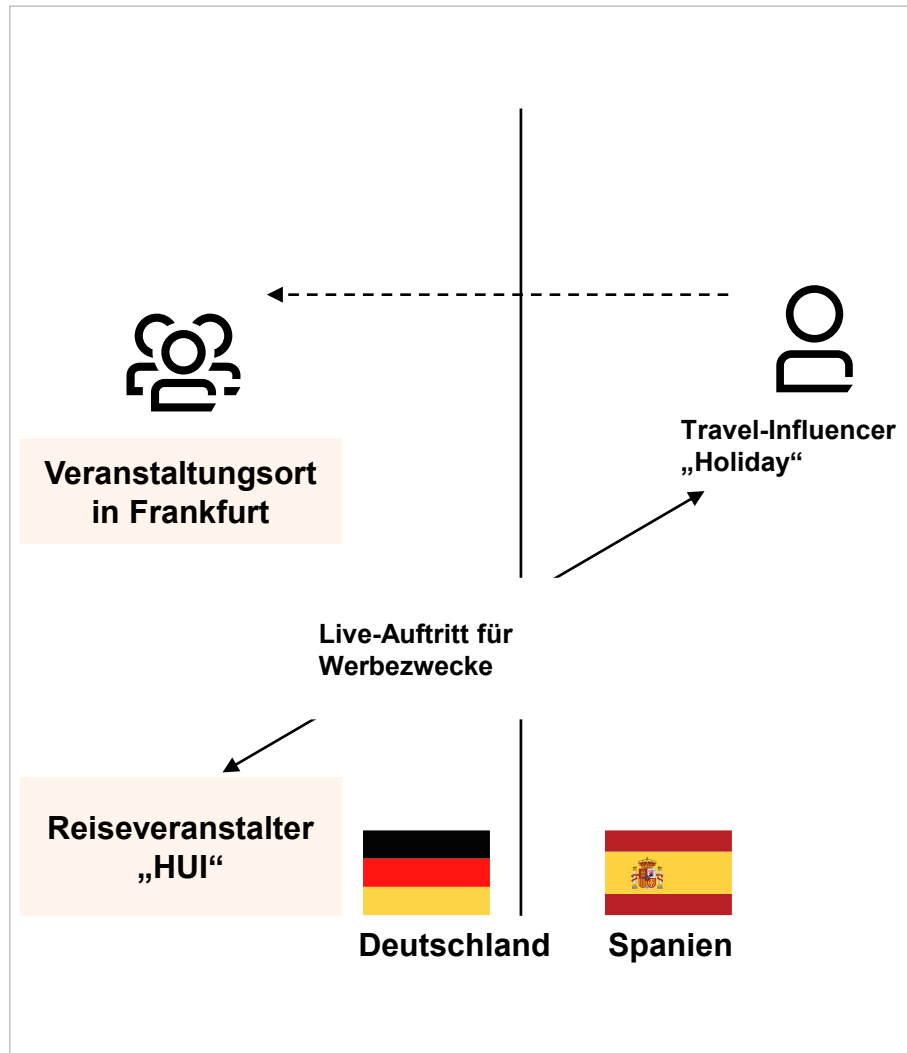


Digitale Sachverhalte

- Die Geschäftstätigkeit von Influencern generiert umfangreiche digitale Datensätze, die für steuerliche Zwecke systematisch ausgewertet werden müssen.
- Mit Analysesoftware wie Power BI werden Daten zu Reichweite, Engagement, Werbekooperationen und Geodaten durch die Betriebsprüfung weitestgehend automatisiert analysiert und so die erklärten Einnahmen nachvollzogen.

Fallbeispiel „Quellensteuer“

Steuerabzug bei Vergütungen an beschränkt Steuerpflichtige nach § 50a EStG



Sachverhalt

- Reiseveranstalter „HUI“ beauftragt den bekannten spanischen Travel-Influencer „Holiday“ mit Wohnsitz und gewöhnlichem Aufenthalt in Spanien. Holiday erhält für seine Tätigkeit ein ordnungsgemäßes Entgelt.
- **Variante 1:** Holiday wird für eine Live-Veranstaltung in Frankfurt am Main gebucht. Dort soll er zu Werbezwecken auftreten.
- **Variante 2:** Holiday wird für einen Online-Live-Stream gebucht. Dieser soll zu Werbezwecken vermarktet werden. Der Online-Live-Stream wird in Spanien aufgezeichnet.
- **Abwandlung:** Der Online-Live-Stream wird in einem leerstehenden Theater in Deutschland aufgezeichnet.

Fragestellung

- Ist der Reiseveranstalter „HUI“ verpflichtet, einen Quellensteuereinbehalt nach § 50a EStG vorzunehmen?

Auslandssachverhalte und Mitwirkungspflichten

Internationale Plattformen

- Zahlungen von US-amerikanischen oder irischen Plattform-Gesellschaften erfordern besondere Aufmerksamkeit.



Erweiterte Dokumentation

- Erhöhte Mitwirkungspflichten nach § 90 Abs. 2 AO bei Auslandssachverhalten.



Umsatzsteuer

Herausforderungen in der Praxis bei Kooperationen zwischen Unternehmen und Influencer

Leistungsbeziehung

Die jeweils geschuldeten Leistungen zwischen den Vertragsparteien sollten klar definiert sein.

Rechnungsstellung

Rechnungen müssen alle notwendigen Angaben enthalten.

Abgrenzung von Geschäftsvorfällen

Geschäftsvorfälle müssen klar abgrenzt und entsprechend behandelt werden.

Reiseleistungen

Ggf. Margenbesteuerung anwendbar, sofern Reisevorleistungen dem Influencer unmittelbar zugutekommen

Leistungsempfänger

Es muss klar sein, an wen die Leistung tatsächlich erbracht wird.

Vorsteuerabzug

Vorsteuerabzug nur möglich bei Vorlage einer ordnungsgemäßen Rechnung.

Wertermittlung

Die Bemessungsgrundlage der ausgetauschten Leistungen muss nachvollziehbar ermittelt werden.

E-Invoicing

Unternehmen müssen verpflichtende Regulatorik zu E-Rechnungen beachten.



Umsatzsteuer

Tauschähnlicher Umsatz vs. Warenmuster vs. Unentgeltliche Wertabgabe

Tauschähnlicher Umsatz

- Tauschähnliche Umsätze sind Geschäfte, bei dem eine Leistung nicht mit Geld, sondern mit einer anderen Leistung bezahlt wird
- Beide Parteien erbringen je einen steuerbaren Umsatz

Unternehmen

Influencer

Warenmuster

- Warenmuster sind kostenlose Produktproben, um Eigenschaften eines Produktes zu testen
- Unterliegen nicht der Umsatzsteuer
- Klare Abgrenzung zum regulären Produkt nötig

Unentgeltliche Wertabgabe

- Unentgeltliche Abgabe eines Gegenstands gilt umsatzsteuerlich als Lieferung
- Voraussetzung: Bezug der Ware hat zum Vorsteuerabzug berechtigt
- Ausnahme: Geschenke von geringem Wert und Warenmuster
- Umsätze müssen aus deklaratorischen Gründen gesondert auswertbar sein



Umsatzsteuer

Zu beachten bei Vertragsabschluss und Rechnungstellung

Vertragserstellung

- Wer ist mein Vertragspartner und wo ist er anässig? (Unternehmen, natürliche Person, Agentur, etc.)?
- Welche Leistungen werden jeweils geschuldet?
- Von welchen Werten der jeweiligen Leistungen gehen die Parteien aus?
- Sollen die Waren beim Vertragspartner (Influencer) verbleiben?
- Vereinbarung der Abrechnung im umsatzsteuerlichen Gutschriftsverfahren?

1

Rechnungstellung

- Welche Leistungen (z.B. Sachzuwendungen, Werbeleistungen, Geldzahlungen) werden erbracht und müssen abgerechnet werden?
- Bei Abrechnung im Gutschriftsverfahren auf alle erforderlichen Angaben des jeweils Leistenden achten
- Rechnungsmerkmale des §14 UStG beachten

2

Influencer & Content Creator – was bedeutet das für meine Steuern?

Aus Sicht des beauftragenden Unternehmens

Lohnsteuer- & Sozialversicherungspflichten

- ACHTUNG: Influencer können unter Umständen als Arbeitnehmer einzustufen sein
- Folge: Lohnsteuer- und sozialversicherungsrechtliche Pflichten auch für das beauftragende Unternehmen

Sachzuwendungen / „Free Products“

- Zugewendete/geschenkte Produkte sind oft als Sachzuwendungen steuerpflichtig
- Prüfung erforderlich: Ist Pauschalversteuerung nach § 37b EStG möglich/notwendig?
- Dokumentation sicherstellen: Influencer, Produkt, Gegenwert, vereinbarte Leistung



Risiko der Scheinselbständigkeit prüfen! (Weisungsgebundenheit und betriebliche Eingliederung?)

Künstlersozialkasse – Extrakosten beim Influencer-Marketing?

Aus Sicht des beauftragenden Unternehmens

Grundprinzip Künstlersozialkasse

- Sozialsystem für selbstständige Künstler und Publizisten (Kranken-, Pflege-, Rentenversicherung)
- Influencer/Content Creator gelten oft als künstlerisch oder publizistisch tätig
- Unternehmen, die solche Leistungen beauftragen, zahlen Künstlersozialabgabe:
 - Typische Verwerter (§ 24 Abs. 1 KSVG): Verlage, Presseagenturen, Rundfunk, Fernsehen, Galerien, Kunsthandel, Werbe/PR-Agenturen
 - Eigenwerber (§ 24 Abs. 2 KSVG): Unternehmen, die für eigene Zwecke Werbung/Öffentlichkeitsarbeit betreiben und selbstständige Künstler beauftragen→ Hier aber Freigrenze: Honorarsumme nicht mehr als 1.000 EUR netto/Jahr (2026)
- Grundsätzlich abgabepflichtig bei Einzelunternehmern / Freiberuflern / Personengesellschaften
- In der Regel keine KSK-Abgabe, wenn der Influencer/Content Creator über eine Kapitalgesellschaft (z.B. GmbH/UG) abrechnet

Künstlersozialkasse – Extrakosten beim Influencer-Marketing? Aus Sicht des beauftragenden Unternehmens

Höhe der Abgabe

- Unternehmen müssen 4,9 % KSK-Abgabe (2026) auf Honorare zahlen
- Bemessungsgrundlage: Netto-Honorare, ggf. geldwerte Vorteile / Sachleistungen



Wann besteht Abgabepflicht?

- Abgabepflicht besteht UNABHÄNGIG davon, ob der Influencer selbst in der KSK versichert ist
- Kann auch bei ausländischen Influencern/Content Creatoren relevant sein, wenn Leistung in Deutschland verwertet wird
- Weitere Pflichten: Selbstständige Meldung aller gezahlten Entgelte bis 31. März des Folgejahres, nachprüfbare Dokumentation, Vorauszahlungs- und umfassende Auskunfts- und Vorlagepflichten



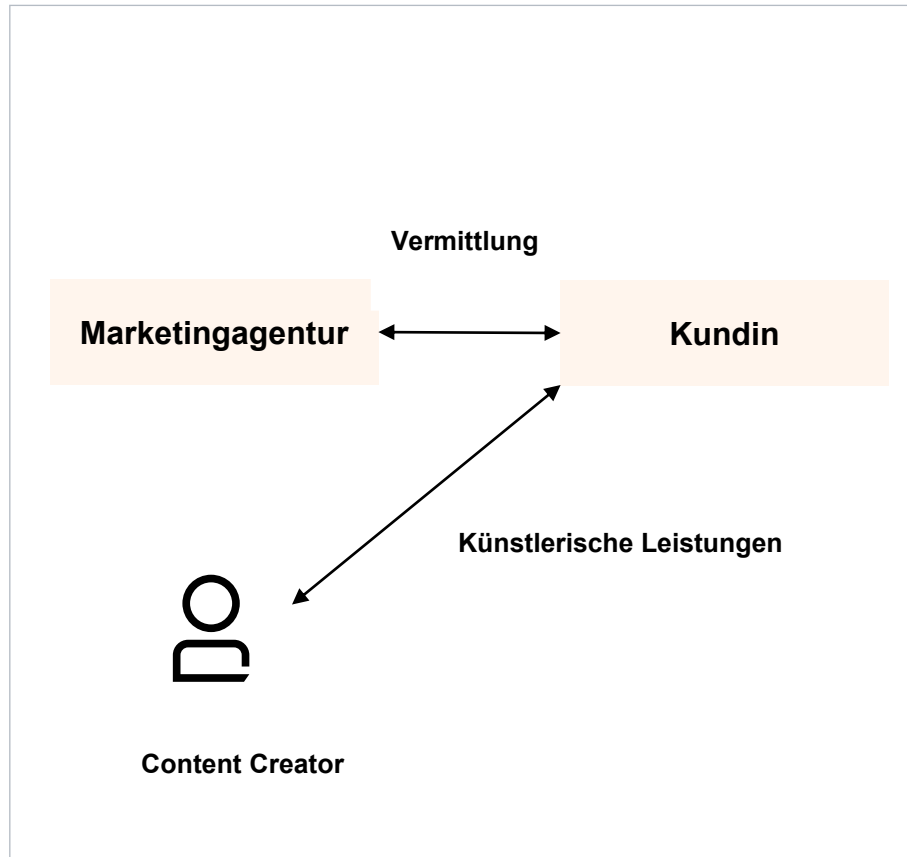
Risiken bei Nichtbeachtung

- Bei Betriebsprüfung: Nachforderung bis zu 5 Jahre rückwirkend möglich; zusätzlich ggf. Säumniszuschläge und Geldbußen
- Schätzung der Abgabehöhe bei verspäteter/unterlassener Meldung



Fallbeispiel 1

Frage der Abgabepflicht in Mehrpersonenverhältnissen



Sachverhalt

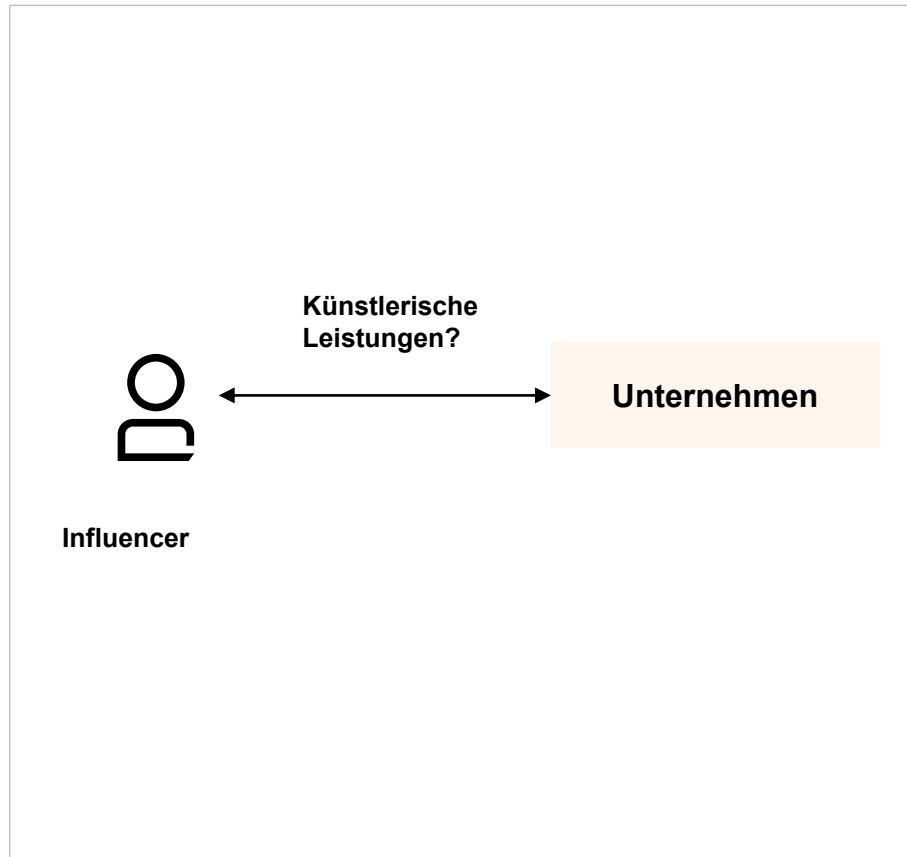
- Eine Marketingagentur vermittelt für eine Kundin einen Vertrag über die Erbringung künstlerischer Leistungen mit einem Content Creator, wird aber nicht selbst Vertragspartnerin.

Fragestellung

- Wie steht es hier um die Abgabepflicht? Marketingagentur oder Kundin?

Fallbeispiel 2

Der Influencer als selbständig tätige „Künstlerfigur“



Sachverhalt

- In einer Betriebsprüfung fordert die Sozialversicherung Künstlersozialabgabe auf die Zahlungen an einen Influencer.
- Das Unternehmen wehrt sich: ‚Der macht doch keine Kunst, der hält nur Produkte in die Kamera!‘
- Stellt die Prüferin daraufhin fest: ‚Stimmt, keine selbständige künstlerische Tätigkeit, also auch keine Künstlersozialabgabe‘.

Fragestellung

- Fall gelöst!? – oder vom Regen in die Traufe?

Ihre Steuerexperten

Vorstellungsrunde

Prof. Dr. Nikolaus Kastenbauer

- Tax Director | München



Gregor Danielmeyer

- Betriebsprüfung | NRW
- In nicht dienstlicher Eigenschaft



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.