



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN  
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES  
Vienna

# **Eine ökonomische Analyse der Werbeabgabe**

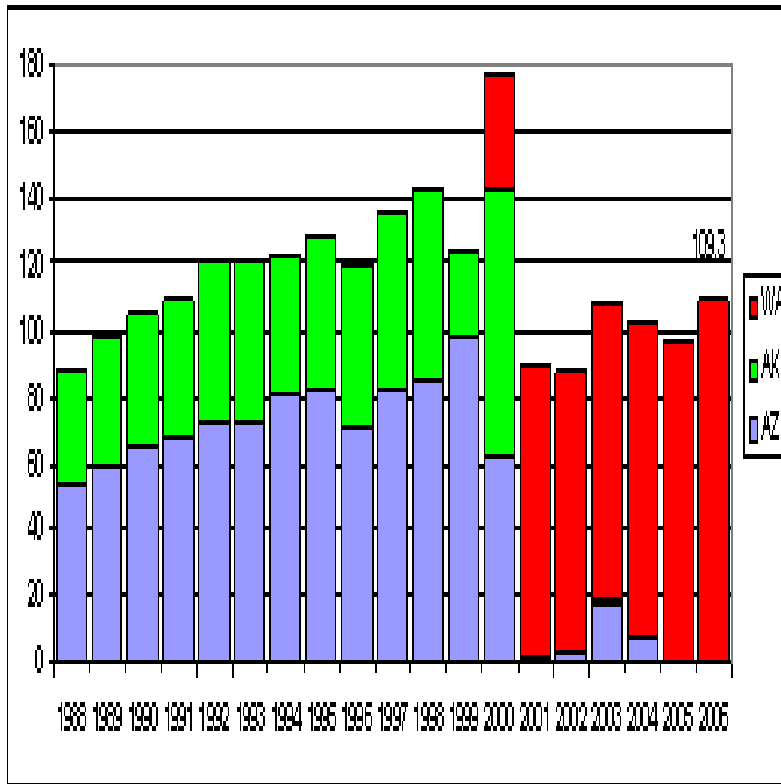
Institut für Höhere Studien  
Pressegespräch am 10. Juli 2007  
Dr. Ulrich Schuh



## Motivation und Studiengegenstand

- Die Werbeabgabe stellt eine im internationalen Vergleich ungewöhnliche Abgabe mit geringem Aufkommen dar
- Objektive Analyse der Argumente für Beibehaltung der Abgabe und Abschätzung der volkswirtschaftlichen Effekte einer möglichen Abschaffung

# Die Werbeabgabe



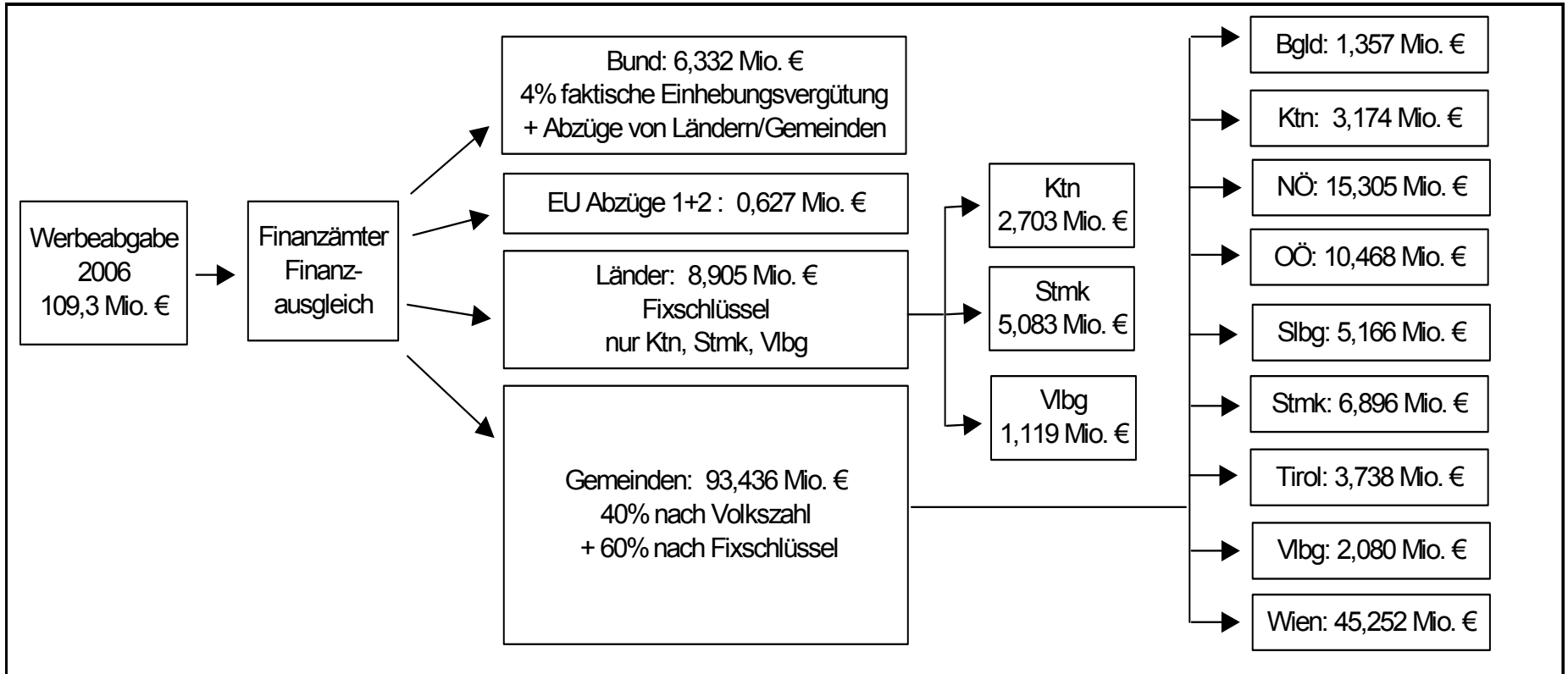
Werbeabgabe wurde 1927  
“provisorisch” eingeführt

Verstärkter Steuerwettbewerb  
führte zu Reform

Seit dem Jahr 2000 gibt es eine  
bundeseinheitliche  
Werbeabgabe

Abgabe fließt primär Gemeinden  
und Ländern zu

Einnahmen im Jahr 2006: 109,3  
Mio. Euro





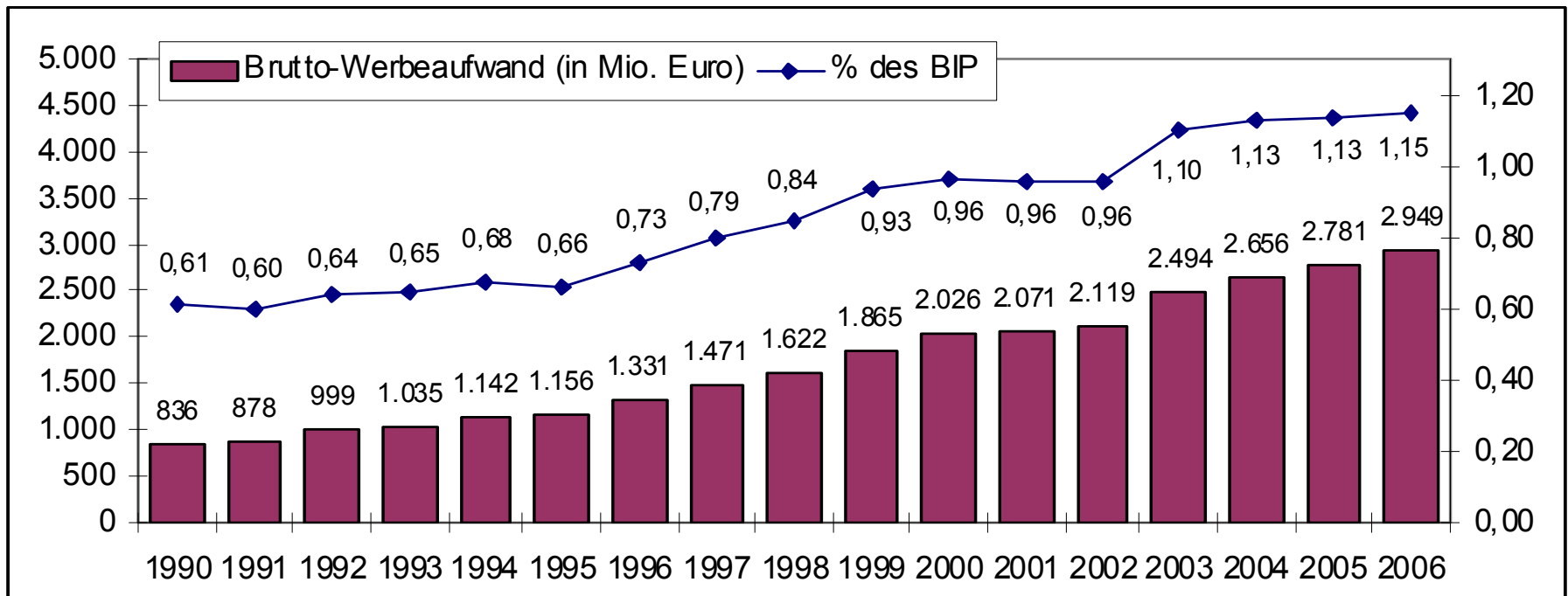
## Bedeutung der Einnahmen

<b>Länder 2005</b>	Bgld	Ktn	NÖ	OÖ	Sbg	Stmk	Tirol	Vlg	Wien
Budget (in Mio. €)	236,4	522,9	1375,3	1229,9	497,9	1081,2	676,7	343,1	
aus Werbeabgabe		2,5				4,7		1,0	
<b>Anteil am Budget (%)</b>		<b>0,5</b>				<b>0,4</b>		<b>0,3</b>	

<b>Gemeinden 2005</b>	Bgld	Ktn	NÖ	OÖ	Sbg	Stmk	Tirol	Vlg	Wien
Budget (in Mio. €)	219,2	563,8	1416,1	1434,8	611,5	1125,6	755,7	404,6	4026,9
aus Werbeabgabe	1,2	2,9	14,0	9,6	4,7	6,3	3,4	1,9	41,4
<b>Anteil am Budget (%)</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>



# Entwicklung des Werbewertes





# Werbeabgaben international

## Werbeabgaben in Europa

Werbeabgabe der Gemeinden	Aufteilung der Werbeabgabe einnahmen/-Arten zw. den Gebietskörperschaften*	Staatliche Abgabe auf Werbung in speziellen Medien
IT, NL, ES, TR	AT, GR	SE, FR, PT

## International:

- Ukraine, Moldawien, Kasachstan, Kirgisien
- Panama, Belize, Guatemala, Uruguay
- Philippinen
- Senegal, Gabun, Ägypten, Elfenbeinküste, Burkina Faso, Kap Verde, Guinea, Niger, Nigeria



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN  
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES  
Vienna

# Finanzwissenschaftliche Beurteilung

Bedeutung als Einnahmenquelle

Wohlfahrtsverluste einer Abgabe

Möglicher Lenkungseffekt

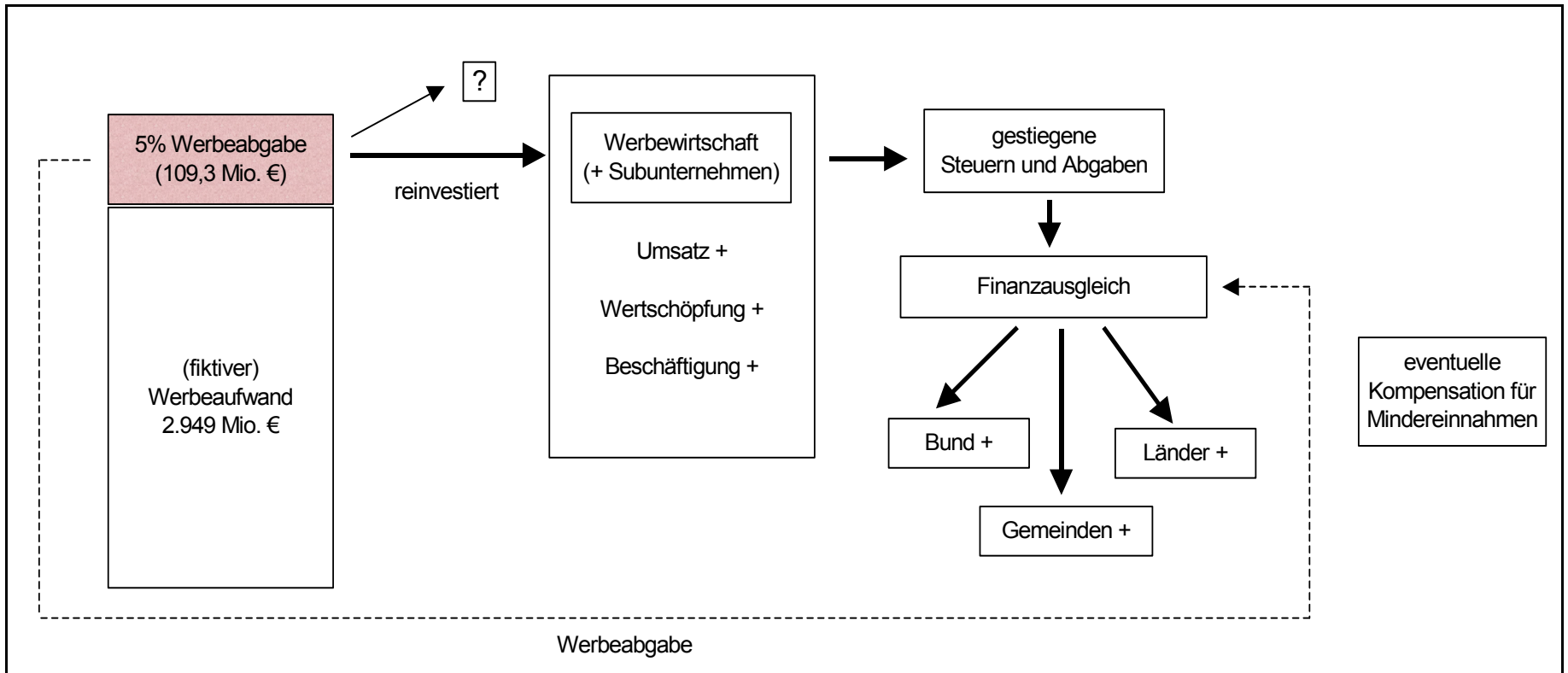
Einhebungskosten

Einkommenschwankungen über den Konjunkturzyklus

Steuerhoheit von Gebietskörperschaften / Alternativen



# Volkswirtschaftliche Effekte





## Modellberechnungen

Wertschöpfung erhöht sich im Ausmaß des Aufkommens der  
Werbeabgabe

650 Arbeitsplätze werden geschaffen

Dies entspricht einer entsprechenden Investition in ein  
Infrastrukturprojekt gleicher Größenordnung

Die erhöhte Wertschöpfung führt zu erhöhten Einnahmen der  
Gebietskörperschaften



## Steuerliche Rückflüsse

in Mio. Euro

Sozialversicherung	6,15
FLAF	0,85
Katastrophenfonds	0,11
Krankenanstalten	0,12
EU	0,05
Bund	21,69
Länder	4,53
Gemeinden	3,67
<b>Gesamt</b>	<b>37,17</b>



## Abschließende Bemerkungen

Als Einnahmenquelle ist die Werbeabgabe zu vernachlässigen

Sie erfüllt nicht die Rolle als „Lenkungsabgabe“

Bei Abschaffung der Werbeabgabe wird das Bruttoinlandsprodukt um 110 Mio. Euro erhöht, 650 neue Arbeitsplätze werden dadurch geschaffen

Es entstehen geschätzte Rückflüsse in der Höhe von 37 Mio. Euro

Neben einer Finanzierungslücke ist der „Umverteilungseffekt“ innerhalb der Gebietskörperschaften zu berücksichtigen



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN  
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES  
Vienna

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !**