

Influencer-Besteuerung

Heine / Trinks

2. Auflage 2025
ISBN 978-3-406-82992-5
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen. beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Heine/Trinks
Influencer-Besteuerung


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Influencer-Besteuerung

Die steuerliche Beratung von
Creator- und Influencer-Mandaten

Dipl.-Finanzw. (FH) Michael Heine, LL.M.

Hochschule Meißen (FH) und Fortbildungszentrum, Meißen

Matthias Trinks

Rechtsanwalt, Eisenhüttenstadt

2025
beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



Zitiervorschlag: Heine/Trinks Influencer-Besteuerung Rn. 1


beck.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

ISBN 978 3 406 82992 5

© 2025 Verlag C. H. Beck GmbH & Co. KG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
info@beck.de

Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH
Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza

Satz: Uhl + Massopust GmbH, Aalen
Umschlag: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie



chbeck.de/nachhaltig
produktsicherheit.beck.de

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.
Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes
zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

Vorwort zur 2. Auflage

Was vor einigen Jahren für viele als Hobby begann, ist heute eine milliarden-schwere Branche, die ihre ganz eigene Dynamik und Herausforderungen mit sich bringt – nicht zuletzt in steuerlicher Hinsicht. Die digitale Welt hat die Art und Weise, wie wir kommunizieren, arbeiten und konsumieren grundlegend verändert. An vorderster Front dieser Transformation stehen dabei auch Influencer und Content Creator, wenn sie mit ihren Followern ihre Persönlichkeit und ihren Lebensstil online teilen. Und trotz ihrer digitalen Ausrichtung sind auch die digitalen Vorreiter an die Regeln der analogen Welt gebunden – gerade, wenn es um ihre steuerlichen Verpflichtungen geht.

Seit der letzten Auflage haben sich gleichsam Finanzverwaltung wie Steuerrechtsprechung zunehmend mit steuerlichen Influencer- und Creator-Themen beschäftigt. In § 3a des Umsatzsteuergesetzes findet sich inzwischen gar eine eigene steuergesetzliche Regelung eigens für das Streaming. Da verwundert es wenig, dass in der Praxis immer mehr steuerliche Beratungsfälle entstehen. Hier setzt das vorliegende Werk an, indem es eine Hilfestellung für alle wesentlichen Beratungsschwerpunkte für Influencer und Creator bieten möchte. Aktuelle rechtliche Entwicklungen wurden umfassend bis Januar 2025 berücksichtigt.

Kritik, Anregungen und Hinweise sind willkommen unter steuerrecht@beck.de.

Im Februar 2025

Verlag und Verfasser

Vorwort zur 1. Auflage

Creator und Influencer entfalten eine immer größere wirtschaftliche Bedeutung. Schätzungen zufolge erzielen in Deutschland inzwischen weiter über 3 Millionen Menschen Einnahmen aus dem Erstellen von Inhalten für Social-Media-Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube.

Da liegt es nahe, dass der Fiskus auf diese generierten wirtschaftlichen Mehrwerte zugreifen will. Für die betroffenen Unternehmer ergibt sich dabei gleich eine ganze Reihe von steuerlichen Problemen: Durch das bewusste Stehen in der Öffentlichkeit sind sie als Steuersubjekt besonders leicht identifizierbar. Infolge der engen Verzahnung von Erwerbs- und Privatsphäre tauchen überdies besondere steuerliche Abgrenzungsfragen auf. Und schließlich ergeben sich gegenüber tradierten Berufen gänzlich neue Problemstellungen, auf welche die Steuerpraxis bislang nicht immer eine Antwort hat.

Das vorliegende Werk unternimmt daher den Versuch eines umfassenden Problemaufrisses zur Frage, welche steuerlichen Besonderheiten (bei der Beratung) für Creator und Influencer zu beachten sind.

November 2022

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Verlag und Verfasser

Die Autoren



Michael Heine

Diplom-Finanzwirt (FH) Michael Heine, LL.M. ist seit 2019 hauptamtlicher Dozent für Ertragsteuerrecht an der Hochschule Meißen (FH) und Fortbildungszentrum. Zuvor in verschiedenen Bereichen der Sächsischen Finanzverwaltung tätig. Veröffentlicht regelmäßig zu aktuellen Fragen der Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Gewinnermittlung.



Matthias Trinks

Rechtsanwalt Matthias Trinks ist seit 2018 Partner der Steuerrechtskanzlei txt AG. Studium der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften in Frankfurt (Oder) und Mannheim. Regelmäßige Veröffentlichungen, ua Mitarbeit an Kommentaren zum Umsatz- und Gewerbesteuergesetz. Berät Creator und Influencer in Steuerfragen und berichtet selbst über aktuelle und praktische Steuerthemen auf dem YouTube-Kanal ‚Kanzlei txt‘.



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	V
Vorwort zur 1. Auflage	VI
Autoren	VII
Abkürzungs- und Literaturverzeichnis	XIII

A. Einführung **1**

I. Bedeutung der Creator und Influencer	1
II. Wirtschaftliche Bedeutung	1
III. Steuerliche Bedeutung	2

B. Arten von Influencern **3**

I. Beauty- und Fashion-Influencer	3
II. Corporate Influencer	4
III. DIY-Influencer	4
IV. Finanz-Influencer	4
V. Fitness-Influencer	5
VI. Food-Influencer	5
VII. Gaming-Influencer	6
VIII. Garten-Influencer	6
IX. Kidfluencer/Family-Influencer	6
X. Medizin-Influencer	7
XI. Petfluencer	7
XII. Sinnfluencer	7
XIII. Technik-Influencer	8
XIV. Travel-Influencer	8
XV. Virtuelle Influencer	8
XVI. Weitere Arten von Influencern	9

C. Ertragsteuern **10**

I. Einkommensteuer	10
1. Betriebseröffnung	10
2. Einkunftsart	11
a) Einkünfte aus Gewerbebetrieb	11
aa) Selbständigkeit	11
bb) Nachhaltigkeit	12
cc) Gewinnerzielungsabsicht	12
dd) Beteiligung am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr ...	15
b) Einkünfte aus freiberuflicher Tätigkeit	15
aa) Wissenschaftliche Tätigkeit	16

bb) Künstlerische Tätigkeit	16
cc) Schriftstellerische Tätigkeit	19
dd) Unterrichtende Tätigkeit	20
ee) Katalogberufe	22
ff) Leitende und eigenverantwortliche Tätigkeit	23
c) Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit	24
aa) E-Sport	24
bb) Corporate Influencer	24
d) Einkünfte aus Kapitalvermögen	25
e) Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung	26
f) Einkünfte aus privaten Veräußerungsgeschäften	26
aa) Sammelkarten	26
bb) Handel mit Social-Media-Accounts	29
g) Mehrere Tätigkeiten	30
aa) Gewerbliche und freiberufliche Tätigkeit	30
bb) Hauptbetrieb und Influencer-Betrieb	31
cc) Mehrere Influencer-Betriebe	33
h) Zurechnung der Einkünfte	33
i) Gewinnermittlungsart	34
j) Aufzeichnungspflichten	35
3. Einnahmen	37
a) Allgemeines	37
b) Sachzuwendungen	40
4. Betriebsausgaben	44
a) Originäre Kosten der Lebensführung	44
aa) Ernährung	44
bb) Kleidung	46
cc) Gesundheit	47
dd) Haustiere	49
b) Technische Ausrüstung	51
c) Sonstige Arbeitsmittel	55
d) Raumkosten	57
aa) Büro und Studio	57
bb) Häusliches Arbeitszimmer	59
cc) Tagespauschale	62
e) Fremdleistungen	65
f) Personalkosten	67
aa) Arbeitslohn	67
bb) Mitarbeiterverpflegung	67
g) Gebühren, Versicherungen und Beiträge	68
h) Fortbildungskosten	68
i) Reise- und Mobilitätskosten	69
j) Bußgelder, Strafen, Schadenersatz	73
k) Namens- und Markenrechte	74
l) Social-Media-Accounts	76
5. Spendenabzug	77
a) Allgemeines	77
b) Sachspenden	78
6. Beendigung der Tätigkeit	79

- a) Veräußerung eines Teilbetriebs 79
- b) Betriebsveräußerung im Ganzen 79
- c) Betriebsunterbrechung 80
- d) Betriebsaufgabe 81
- 7. Internationale Aspekte 82
 - a) Unbeschränkte Steuerpflicht 82
 - aa) Besteuerungsrecht 82
 - bb) Wegzugsbesteuerung 86
 - b) Beschränkte Steuerpflicht 88
- 8. Influencer-GmbH 91
- 9. Exkurs: Aufwendungen für Influencer-Marketing im beauftragenden Unternehmen 92
- II. Gewerbesteuer 95

D. Umsatzsteuer 97

- I. Unternehmensbeginn 97
- II. Kleinunternehmer 99
 - 1. Rechtslage bis einschließlich 2024 99
 - 2. Rechtslage ab 2025 102
- III. Leistungseinkauf 104
 - 1. Vorsteuerabzug 104
 - 2. Aufzeichnungspflichten 105
 - a) Rechnungseingang 105
 - aa) Streitthema: Leistungsbeschreibung 107
 - bb) Übrige Rechnungsmerkmale 109
 - cc) Sonderproblem: Amazon-Einkauf 110
 - b) Archivierung 111
- IV. Leistungserbringung 112
 - 1. Grundregelungen 112
 - 2. Produktproben und Tauschgrundsätze 112
 - 3. Sonderfall: „Donations“ 114
 - 4. Anzuwendender Steuersatz 118
 - 5. Grenzüberschreitende Umsätze 119
 - a) Leistungserbringung B2B an Social-Media-Plattformen und sonstige Auslandskunden 119
 - b) Leistungserbringung B2C 120
 - 6. Rechnungslegung 122
 - a) Inlandsumsätze 122
 - b) Auslandsumsätze 123
 - c) Gutschriften 124
 - d) E-Rechnung 125
 - 7. Deklaration 125
 - a) Voranmeldungen 125
 - b) Dauerfristverlängerung 126
 - c) Jahreserklärungen 127
 - d) Zusammenfassende Meldung 127
- V. Unternehmensbeendigung 128

1. Unternehmensveräußerung	128
2. Unternehmensaufgabe	128
3. Unternehmensunterbrechung	129
E. Glossar	131
F. Anhang	201
Musterrechnung	201
Musterrechnung Kleinunternehmer	202
Musterrechnung YouTube	203
Muster-ZM (YouTube)	204
Sachregister	207



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG