



© EFA 19/Jannik Rakusa

In Alpbach wird über viele aktuelle Themen diskutiert – unter anderem auch über die Frage der Digitalsteuer.

## „Heikles Thema“

Google Österreich-Chefin Christine Antlanger-Winter zeigt bei der Digitalsteuer Gesprächsbereitschaft.

ALPBACH/WIEN. Google-Österreich-Chefin Christine Antlanger-Winter hat beim Forum Alpbach ihre Gesprächsbereitschaft in der Digitalsteuer-Causa signalisiert. „Wenn die Politik auf uns zukommt, sind wir offen für Gespräche“, sagte Antlanger-Winter bei einer Podiumsdiskussion im Rahmen der Wirtschaftsgespräche am Mittwoch.

„Google zahlt in allen Ländern die gesetzlich vorgegebenen Steuern“, betonte sie.

Die Steuerthematik sei ein „heikles Thema“ und müsse weltweit behandelt werden. „Es gibt einen Dialog in der OECD, dort ist ein sehr guter Ankerpunkt“, so die Google-Österreich-Chefin.

Digitalkonzernen wie Google oder Facebook müssen auf ihre erheblichen Gewinne in der Eu-

ropäischen Union wenig Steuern zahlen. Die EU-Staaten konnten sich im Frühjahr nicht auf eine gemeinsame Digitalsteuer auf Online-Werbung einigen. Dänemark, Schweden, Estland und Irland blockierten einen entsprechenden Vorschlag von Deutschland und Frankreich. Die EU versucht nun, eine Lösung im Rahmen der Industriestaaten-Organisation OECD zu erreichen.

Das von der abgesetzten ÖVP-FPÖ-Regierung vorangetriebene Digitalsteuerpaket soll kurz vor der Wahl im September mit den Stimmen der Volkspartei und der Freiheitlichen beschlossen werden. Der US-Botschafter in Österreich, Trevor D. Traina, hat das Vorgehen Österreichs bei der Digitalsteuer kritisiert. „Der Standpunkt der USA ist, dass das Problem durch die OECD gelöst werden sollte – und zwar eine Lösung, die *überall* in der EU gilt und nicht von den Mitgliedsstaaten individuell bestimmt wird“, sagte Traina im April.

### Politik ist auch aktiv

ÖVP-Chef und Ex-Kanzler Sebastian Kurz hatte im Juli bei seinem Besuch im Silicon Valley versucht, Firmenvertreter von Facebook und Google von der geplanten Digitalsteuer zu überzeugen. „Es stößt nicht auf Gegenliebe und wird nicht positiv gesehen“, sagte Kurz damals. Der Handelsverband erwartet, dass Facebook, Google und Co. die Werbeabgabe in Höhe von 5 Prozent 1:1 an die Auftraggeber weiterverrechnen werden, also dass letztlich *heimische* Unternehmen diese Steuer zahlen müssen. Auch Frankreich will eine Steuer für Internetriesen einführen. (APA)

## mama said no für Stiegl

Spot: Stiegl-Brauwelt will Zielgruppe erweitern.

SALZBURG. Die Stiegl-Brauwelt ist die Markenerlebniswelt von Stiegl und begrüßt jährlich 250.000 Besucher, und da auch die Stiegl-Brauwelt ihren Besucherradius österreichweit erweitern möchte, wurde nun von der Agentur mama said no ein Imagefilm mit Charme, Humor und auch Spannung umgesetzt.

Realisiert wurde die von der Agentur entwickelte Film-Idee

„Ein unFASSbares Abenteuer“, bestehend aus einem Teaser, der eine eigenständige Vorgeschichte zum Hauptfilm erzählt und neue Besucher anlocken soll.

„Als wir die Brauwelt selbst das erste Mal erlebt haben, war uns sofort klar, dass sie unglaublich viele Facetten mit unzähligen Möglichkeiten für ihre Besucher bietet“, so dazu István Simon, GF mama said no. (red)



© mama said no

Die Agentur mama said no kreierte den Imagefilm zur Stiegl-Erlebniswelt.