



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Austria's digital service tax: an economic analysis

verfasst von | submitted by

Alexander Thomas Hofer BSc (WU)

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Science (MSc)

Wien | Vienna, 2026

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 913

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Applied Economics

Betreut von | Supervisor:

Assoz. Prof. Mag. Dr. Paul Pichler Privatdoz.

Abstract

Die österreichische Digitalsteuer (DST) wurde im Jahr 2020 eingeführt und im Rahmen des Konsolidierungspakets 2025 zeitweise als potenzielles Erweiterungsinstrument diskutiert. Die Maßnahme stellt eine nationale Reaktion auf die als unzureichend empfundene Besteuerung großer multinationaler Digitalunternehmen dar und ist zugleich Ausdruck des Bemühens, die fiskalische Stabilität unter den Vorgaben der EU-Defizitregeln zu sichern. Diese Arbeit liefert eine ökonomische Analyse der österreichischen Digitalsteuer und untersucht sowohl ihre rechtliche Ausgestaltung als auch ihre tatsächliche ökonomische Inzidenz.

Rechtlich ist die Digitalsteuer bewusst als umsatzbasierte Abgabe auf digitale Werbeleistungen konzipiert, wodurch eine Qualifikation als Einkommensteuer vermieden und die Anwendung des Doppelbesteuerungsabkommens zwischen Österreich und den Vereinigten Staaten umgangen wird. Gleichzeitig führt diese Konstruktion zu erheblichen Spannungen mit bestehenden internationalen Steuernormen. Insbesondere stellt die Steuer das Erfordernis einer Betriebsstätte infrage und verdeutlicht die rechtliche Fragilität einseitiger Digitalsteuern in Abwesenheit multilateraler, von der OECD getragener Lösungen.

Aus ökonomischer Sicht wird ein partielles Gleichgewichtsmodell mit vereinfachenden Annahmen angewandt, darunter eine vollständige Überwälzung der Steuer sowohl auf vorgelagerter als auch nachgelagerter Stufe sowie kurzfristig unelastische Nachfrage nach digitaler Werbung. Auf Basis von Simulationsrechnungen unter Verwendung österreichischer DST-Einnahmendaten für den Zeitraum 2020–2024 zeigt sich, dass rund 67 Prozent der Steuerlast von den Endkonsumenten getragen werden, während etwa 33 Prozent auf inländische Werbetreibende entfallen. Die eigentlich adressierten multinationalen Plattformunternehmen entziehen sich hingegen weitgehend der ökonomischen Steuerinzidenz. Trotz dieses regressiven Ergebnisses sind die Einnahmen aus der Digitalsteuer kontinuierlich gestiegen, was auf ihre fiskalische Robustheit hindeutet.

Insgesamt erfüllt die Digitalsteuer eine doppelte Funktion: Einerseits wurde sie als politisches Instrument im Rahmen der österreichischen Konsolidierungsstrategie verstanden, andererseits dient sie als einseitiger Hebel in einem fragmentierten internationalen Steuersystem. Die Ergebnisse machen eine Diskrepanz zwischen formaler Steuerpflicht und tatsächlicher ökonomischer Belastung deutlich und werfen Fragen hinsichtlich steuerlicher Fairness und politischer Effektivität auf. Die Analyse unterstreicht die Notwendigkeit einer koordinierten multilateralen Lösung im Rahmen von OECD Pillar One, die eine gerechtere und rechtlich tragfähigere Besteuerung der digitalen Wirtschaft ermöglichen könnte.

Abstract

Austria's Digital Services Tax (DST) was introduced in 2020 and was considered for expansion within the framework of the 2025 fiscal consolidation package. The measure reflects a national response to the undertaxation of large multinational digital firms and a broader attempt to safeguard fiscal stability under EU deficit rules. This thesis provides an economic analysis of DST in the Austrian context, assessing both its statutory design and its real-world incidence.

Legally, the DST is carefully constructed as a revenue-based levy on digital advertising services, thereby avoiding classification as an income tax and bypassing the constraints imposed by Austria's double taxation treaty with the United States. However, the DST raises substantive tensions with existing international tax norms. In particular, it challenges the permanent establishment requirement and underscores the legal fragility of unilateral digital tax measures in the absence of multilateral, OECD-led agreements.

From an economic perspective, the thesis applies a partial equilibrium model with stylized assumptions: full upstream and downstream pass-through of the tax and short-run inelastic demand for digital advertising. Empirical simulation based on DST revenue data from 2020–2024 suggests that approximately 67 percent of the tax burden is borne by final consumers and 33 percent by domestic advertisers, while the targeted multinational platforms effectively escape the economic incidence of the tax. Despite this regressive outcome, DST revenues have grown steadily, suggesting robustness as a fiscal instrument.

In general, the DST plays a double role. Firstly, it was thought of as a political tool in Austria's consolidation strategy and secondly as a unilateral lever in a fragmented international tax environment. The findings point to a misalignment between formal tax liability and economic burden, raising questions of fairness and policy effectiveness. The results strengthen the case for a coordinated multilateral solution under the OECD Pillar One framework, which could provide a more equitable and legally durable approach to digital taxation.

Contents

1	Introduction	7
1.1	Background and Motivation	8
1.2	Research Problem and Relevance	9
1.2.1	Research questions	9
1.2.2	Hypothesis	10
2	Literature Review	11
2.1	Theoretical Background	11
2.1.1	Digital Taxation	11
2.1.2	Tax Incidence theory	12
2.1.3	Pass-through rate	14
2.2	Elasticity of the Tax Base	15
2.2.1	DST Implementations in Europe	16
3	Legal Context	19
3.1	Austria's Digital Services Tax	19
3.2	OECD Base Erosion and Profit Shifting Initiative (BEPS)	20
3.2.1	Pillar One of the OECD BEPS framework	20
3.2.2	Comparison of Pillar One and unilateral national DSTs	21
3.3	Austria's Double Taxation Treaty with the United States	21
3.3.1	Tension between the double taxation agreement and Austria's DST	22
3.3.2	The reaction of the United States	23
4	Methodology	24
4.1	Model structure	24
4.1.1	Assessment of the tax incidence	24
4.1.2	Synthesis	30
4.1.3	Distribution of the tax burden	30
4.2	Data	34
4.3	Robustness Analysis	35
5	Results	36
5.1	Baseline Results	36
5.2	Robustness Results	40
6	Conclusion	41
6.1	Legal Analysis	41
6.2	Summary of Key Findings	42
6.3	Research Questions	43
6.4	Limitations and areas for further Research	44
6.5	Final Remarks - Status Quo	44

Bibliography	44
Appendix	48

List of Figures

4.1	Pass-on of the Digital Service tax	25
4.2	Annual Revenues from 2020 to 2024	31
4.3	Partial equilibrium effects of a digital services tax (schematic).	32
5.1	DST Revenue and Digital Ad Spend in Austria (2020–2024)	37
5.2	Pass-on Mechanism of the Digital Services Tax	38
5.3	Representation of consumer and advertiser shares of DST revenue in Austria (2020–2024)	39
1	Partial equilibrium effects of a digital services tax (schematic).	72

Chapter 1

Introduction

The global economy is undergoing rapid digitalization, which presents both opportunities and challenges for national tax systems. Multinational corporations, particularly large US-based tech giants like Google, generate significant revenues across borders without a corresponding tax liability in many jurisdictions. In response, governments have struggled to adapt their tax policies. The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) has been at the forefront of discussions on digital taxation, proposing solutions such as the Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Pillar 1 and Pillar 2 framework to ensure that profits are taxed where economic activity occurs.

In response to these global developments, Austria has already introduced a digital services tax (DST) and was now considering expanding it within the 2025 consolidation package to strengthen its fiscal position. This move aligns with efforts to prevent a deficit procedure by the European Union (EU) while addressing tax challenges posed by digital businesses. Austria is not the only European country going in this direction, as other EU countries such as France, Italy, and Spain have also already implemented digital service taxes, which shows a shift in European tax policy, also keeping the effort of the OECD in mind.

However, digital taxation remains a politically sensitive issue. The United States, under newly elected president Donald Trump, strongly opposes digital taxes targeting American tech firms. The president repeatedly threatened with retaliatory tariffs against countries that imposed such measures. This geopolitical dimension complicates Austria's efforts, as it must balance fiscal policy objectives with international trade and diplomatic considerations.

Beyond legal and fiscal aspects, this thesis applies an elasticity-based analysis to examine the tax incidence of Austria's digital service tax. By estimating how much of the tax burden is borne by tech firms, advertisers, or consumers, this approach provides empirical insights into market reactions and pricing strategies. Given Austria's limited data history (only 3–5 years), analyzing price elasticity will help determine whether digital taxes achieve their intended goals or lead to unintended distortions in the economy.

By evaluating Austria's approach in comparison to other European digital tax policies and global developments, this research contributes to the ongoing debate on the taxation of the digital economy. The findings will offer insight into the effectiveness, economic consequences, and legal implications of digital taxation as Austria navigates these challenging times in public finance.

1.1 Background and Motivation

In response to growing fiscal pressures and the need to ensure long-term budget sustainability, the Austrian federal government introduced a consolidation package in 2025, which aims to reduce the public deficit and, in that sense, align fiscal policy with European Union requirements. Various measures were implemented, and increasing attention has been directed toward enhancing the fairness and efficiency of the tax system. A notable component is the suggestion to increase the revenues of digital taxation. In particular, the rate of the digital services tax, which was first introduced in Austria in 2020, was suggested to be increased.

The DST was first implemented as a national response to the perceived under-taxation of multinational digital companies operating across borders, specifically in the jurisdiction of Austria. These firms often benefit from the ability to generate significant revenues in countries where they maintain a limited physical presence, thus escaping conventional forms of corporate income taxation. Considering slow progress toward a comprehensive international solution at the OECD level, Austria and several other European countries opted for unilateral action. In Austria, the DST levies a 5 percent tax on online advertising revenues earned by large digital platforms, with the intention of securing a more equitable contribution from these actors to national tax systems.

Despite its political attention, no expansion of the Austrian DST has been enacted since its introduction. The tax remains limited in scope, focusing only on digital advertising services, and applies only to companies that exceed specific global and domestic revenue thresholds. This narrow design reflects both legal and political caution. A broader application could risk legal challenges under national and EU law, lead to trade tensions, or unintentionally burden domestic firms. Nevertheless, the limited scope also raises questions about the tax's effectiveness in terms of revenue generation and tax equity, especially when looking at the increasing digitalization of the economy.

From a legal perspective, Austria's DST represents a sector-specific consumption tax that is carefully structured to avoid classification as a direct tax, which would entail different legal restrictions. Its formulation had to comply with the principles of EU law, including nondiscrimination, and the freedoms of establishment and service. The design also had to avoid distortions of competition within the internal market.

At the international level, DST has attracted criticism from the United States, where it is seen as disproportionately targeting US tech companies such as Google, Amazon, and Facebook. This criticism was and is particularly strong under the Trump administration, which threatened retaliatory tariffs in response to European digital taxes. Although there are diplomatic efforts to find multilateral solutions under the OECD/G20 inclusive framework, there is no global consensus, and the legal durability of national DSTs remains dependent on broader international developments.

Understanding how a tax works in practice requires more than a legal or fiscal assessment. It demands an analysis of who actually bears the economic burden of the tax. Therefore, this thesis places a central focus on tax incidence and the distributional effects of the Austrian DST. Specifically, it investigates whether the tax is absorbed by the digital service providers themselves, passed on to domestic advertisers, or ultimately borne by end consumers. This question is of crucial importance for evaluating both the fairness and effectiveness of the measure, particularly within the context of a broader fiscal consolidation strategy.

This thesis is motivated by two central objectives. First, it contributes to the growing empirical literature on the incidence and economic impact of digital taxation and looks at the Austrian DST within the broader context of the 2025 consolidation package, assessing its role in public revenue and its downstream effects on businesses and consumers. Second, it incorporates a legal perspective, analyzing how Austria has structured its DST to remain within the bounds of EU and international law and why no expansion has occurred despite fiscal and political discussions.

Given the importance of legally sound and economically effective fiscal instruments, especially in times of consolidation, this thesis aims to inform both policy and legal debate. Its findings may contribute to a deeper understanding of how digital taxation affects different actors in the economy.

1.2 Research Problem and Relevance

Despite the growing global interest in digital taxation, there is still a significant gap in the academic literature when it comes to Austria. Most existing studies focus on larger economies like France, the United Kingdom, or Italy, where digital services taxes have also been implemented. Austria, in contrast, has received limited attention, particularly with regard to the incidence, effectiveness, and fairness of its DST. However, Austria’s case offers unique analytical value because the DST was introduced relatively early in 2020 and remained a narrow focus on digital advertising, and has not been expanded despite ongoing debates about fiscal needs.

The issue of fair taxation is an important part of the digital tax debate. One of the justifications for introducing DSTs is the perception that large multinational tech firms, where many of them are located outside the EU, do not contribute fairly to national tax systems relative to their economic activity and market presence. In Austria, the DST was framed as a corrective measure aimed at enhancing fairness in the tax system by ensuring that highly profitable digital companies are not structurally privileged over domestic businesses. However, whether this fairness is achieved in practice remains an open question. In particular, it is important to see if the tax burden is ultimately passed on to domestic advertisers or consumers, thereby undermining its distributive intent.

The topic has gained renewed political relevance due to Austria’s 2025 fiscal consolidation package. It seeks to stabilize public finances and avoid sanctions under EU fiscal rules. In this context, the DST plays both a symbolic and functional role. It is a politically visible instrument to target perceived tax injustice and, at the same time, a fiscal tool that contributes to needed budgetary consolidation. Furthermore, the international environment is marked by increasing geopolitical tensions, especially between the European Union and the United States. There exists a renewed rise of protectionism in US politics, especially in the context of President Donald Trump’s campaign and the threat of retaliatory tariffs against European digital taxes. This emphasizes the fragility of unilateral measures such as the Austrian DST.

Therefore, a deeper understanding of the economic effects of DSTs, their legal durability, and their contribution to tax fairness is both academically valuable and highly relevant for policymakers. The findings of this thesis may help clarify whether such measures truly advance equity and sustainability in taxation or whether they simply redistribute the tax burden within national economies in ways that may contradict their original policy goals.

1.2.1 Research questions

This thesis seeks to empirically analyze the Austrian digital services tax within the framework of the 2025 fiscal consolidation package. The overarching aim is to understand the economic and legal implications of the DST and to assess whether the tax achieves its stated objectives of fairness, neutrality, and fiscal effectiveness, while not causing unintended distortions or disproportionate burdens.

To achieve this, the thesis focuses on the incidence and distributional effects of the DST, which means it examines who ultimately bears the burden of the tax and how it is transmitted through the value chain. The central idea is that the formal taxpayer, namely large digital platforms, may not necessarily be the one who bears the economic cost. In practice, part or all of the tax may be passed on to advertisers, domestic firms, or even consumers.

The analysis is guided by the following research questions:

- Who bears the economic burden of Austria’s digital services tax? To what extent is the DST passed on from digital platforms to Austrian advertisers or end users?

When introducing a tax, it is important to analyze who actually pays the new tax burden to see if the tax is fulfilling its purpose. This question addresses the degree of tax shifting and aims to estimate the pass-through rate using market data and observed pricing behavior before and after the introduction of the DST.

- What legal strategies and constraints influenced the design of the Austrian DST?

This question aims to clarify how Austria structured its DST in light of EU law and international trade law, and whether this legal design contributed to the decision not to expand the tax. It looks at the double taxation agreement between Austria and the USA and analyzes the legal framework of the implemented DST, specifically the DiStG 2020.

- What are the implications of Austria’s DST for broader tax policy and international coordination?

There are some countries in the EU that implemented unilateral digital service taxes with different scopes and rates. This question involves evaluating whether Austria’s unilateral approach is sustainable in the absence of an OECD-led agreement and how this could influence future EU-level or multilateral reforms.

These questions are addressed using a combination of legal analysis and empirical economic methods, including an incidence framework inspired by existing studies on digital taxation. Where available, national data on digital advertising expenditures and platform behavior will be analyzed to detect pricing shifts and sectoral effects.

By answering these questions, the thesis aims to contribute both to the legal debate on digital tax sovereignty and to the economic evaluation of tax instruments in times of fiscal consolidation.

1.2.2 Hypothesis

The following hypotheses are derived from the conceptual framework and research questions outlined in the previous chapters. They reflect the central aim of this thesis to evaluate the economic and legal implications of Austria’s digital services tax (DST), with a particular focus on its incidence, distributional effects, and contribution to tax fairness.

Hypothesis 1: A significant portion of the Austrian DST is passed on between different agents in the form of higher prices.

This hypothesis is based on standard tax incidence theory, which predicts that the burden of a tax may be shifted depending on the market structure, demand elasticity, and pricing power of the taxed firms. Given the dominance of a few large platforms in the digital advertising market, it is plausible that these firms have both the incentive and the capacity to pass on some or all of the tax to their customers.

Hypothesis 2: Large digital platforms do not fully internalize the cost of the DST, despite being legal taxpayers.

This hypothesis challenges the assumption that the DST directly targets and burdens multinational digital corporations. Instead, it suggests that these firms, due to their pricing power and market dominance, may only bear a small fraction of the tax themselves, thereby weakening the redistributive effect of the policy.

Hypothesis 3: There are legal constraints that shape the limited scope of the DST.

The narrow design and lack of expansion of the Austrian DST are mainly due to legal considerations under EU and international law. This hypothesis assumes that Austria deliberately limited the scope of its DST to digital advertising in order to avoid conflicts with EU law (e.g., double taxation agreement between Austria and the USA) and to reduce exposure to international trade disputes, particularly with the United States. In addition, it assumes that the legal context acts as a binding constraint on potential future expansion. The thesis will look at the legal framework concerning national DSTs and review if there are potential conflicts for the implemented tax.

These hypotheses will be tested using a combination of legal analysis and empirical methods, including incidence modeling and price effect estimation based on sector- and firm-level advertising data. The results will provide insight into whether Austria’s DST functions as an effective and fair fiscal instrument, and how it fits within the legal and political environment of digital tax policy.

Chapter 2

Literature Review

2.1 Theoretical Background

2.1.1 Digital Taxation

Digital Services Taxes have emerged as a direct response of various countries to what they perceive as fundamental shortcomings in the established international tax framework when applied to the increasingly digitalized global economy. The core issue lies in the traditional reliance on physical presence, or a permanent establishment, as the primary basis for taxation. This concept, largely defined within the OECD Model Convention, struggles to capture the significant economic activity and value creation that digital enterprises can generate within a jurisdiction remotely, often without a substantial physical footprint. Consequently, DSTs have been introduced as a mechanism to ensure that multinational corporations, particularly those operating in the digital sphere, contribute their fair share of tax in jurisdictions where they derive revenue from local users and markets (Lowry, 2019).

In general, DSTs are taxes levied on the gross revenues of specific digital services provided within a country, rather than on profits. These services typically include online advertising, the provision of digital interfaces that facilitate user interaction and potential sales, and the transmission of user data, but vary in different jurisdictions. The rationale for taxing revenue, rather than profit, stems from the argument that significant value is being created through the engagement of local users on digital platforms. This user interaction is considered a key driver of value in many highly digitalized business models, and DSTs are designed to capture a portion of this economic value generated within a specific national boundary, regardless of where the company might have its headquarters or physical servers (Enache, 2024).

The goal behind the implementation of DSTs are multifaceted. Firstly, there is a strong push for fairer taxation, aiming to level the playing field between traditional physical businesses and digital multinational enterprises that may operate with lower effective tax rates in destination countries. Secondly, DSTs are intended to secure a share of the national tax base from the digital economy, allowing countries to tax revenue directly linked to their domestic markets. This is particularly important in the face of concerns about base erosion and profit shifting, where multinational companies are seen as potentially exploiting mismatches in tax rules to minimize their tax obligations (Borders et al., 2023).

Digitalization and globalization have significantly evolved economies. The pace of integration of national economies and markets has increased substantially in recent years due to globalization, technological and telecommunication developments, and the growing importance of digital products. This has enabled new digital business models to operate across borders, often without requiring a physical presence in the countries where their customers are located (Enache, 2024). DSTs attempt to adapt tax systems to these new, often virtual, business models that operate across borders with the potential to be a source of revenue for governments (Borders et al., 2023).

DSTs, which are turnover taxes, are economically similar to the excise taxes on intermediates. Their

economic incidence, which aims to measure who ultimately bears the tax burden, is likely to fall on purchasers of digital services and potentially consumers, not just the large digital companies themselves (Lowry, 2019). Moreover, DSTs are generally not covered by existing double taxation treaties, increasing the risk of double taxation for multinational companies. As a response, the OECD aims for new rules to avoid double taxation and include effective dispute resolution mechanisms (Geringer, 2020).

Furthermore, the OECD initiated the BEPS project, which aims to address profit shifting and tax avoidance. DSTs can be seen as a more targeted response to profit shifting behaviors unique to digital businesses, where value creation is perceived to occur in the user market jurisdictions even without a significant physical presence. However, the concept of "value creation" has been debated and considered imprecise. Additionally, the inclusive framework of the OECD has considered proposals to recognize the value created by economic activity in user jurisdictions, with the aim of increasing the taxing rights of these states (European Parliament, 2021). This involves reconsidering the traditional "tax nexus" based on physical presence and exploring models based on sales or user engagement. However, the connection between final sales and the location where firms generate profits is not always straightforward (Weppner & Schilawa, 2021).

A key consideration in the design of tax systems, including potential digital taxes, is efficiency. This means minimizing compliance costs for taxpayers and administrative costs for tax authorities. However, some information requirements, such as the electronic receipt system in Italy, can be burdensome and potentially violate privacy laws (Enache, 2024).

Many countries initially viewed DSTs as interim measures, a way to address the immediate challenges of taxing the digital economy while broader, more comprehensive international tax reforms are being negotiated at the OECD level. These unilateral actions could also be seen as creating pressure for a global solution (Heering et al., 2024).

It is important to acknowledge that while DSTs represent a direct response to the perceived inadequacies of traditional tax rules in the digital age, their implementation has also raised questions regarding efficiency, potential for complexity, and possible impacts on competition and the wider economy. However, the underlying drive for DSTs reflects a fundamental re-evaluation of how value is created and should be taxed in an increasingly digital world (Lowry, 2019).

There are concerns that DSTs may disproportionately affect foreign companies, particularly large US-based tech companies. The US often refers to intent in discrimination cases. Even facially neutral rules with discriminatory impacts could be challenged, especially if discriminatory intent can be shown. However, proving discriminatory intent in legislative bodies can be difficult. The proportionality of DSTs in relation to their stated objectives (e.g., taxing network effects) has also been questioned. Concerns have been raised that DSTs could hinder the competitiveness of the market and negatively impact SMEs and start-ups (Mason & Parada, 2020).

In summary, digital service taxes present an opportunity to adapt tax systems to the challenges posed by the digital economy. They aim to capture what proponents see as a fairer share of tax from large digital corporations based on user activity and market presence. However, their design as revenue taxes and the complexity of the digital economy raises policy and practical challenges that continue to be debated and addressed through international efforts like the OECD's Pillar One initiative, which considers new rules for profit allocation and nexus.

2.1.2 Tax Incidence theory

Tax incidence deals with the question of who bears the economic burden of a tax. The focus is not primarily on who is legally liable to pay the tax (statutory incidence), but rather on who is ultimately burdened in the form of reduced income or higher prices (economic incidence) (der Veen, 1986). There is broad consensus among economists that the economic incidence of corporate taxation extends beyond shareholders and is at least partly passed on to workers and consumers (Dyrenge et al., 2022). This generally involves analyzing how taxation affects the distribution of income and wealth within an economy (Fullerton & Metcalf, 2002).

A fundamental concept is the distinction between statutory incidence, which refers to the party legally responsible to pay the tax to the government, and economic incidence, which defines who ultimately bears the burden through a reduction in real income. The person who is legally required for paying a tax is not always the one who receives the resulting reduction in welfare. (Fullerton & Metcalf, 2002).

Statutory incidence aims to determine how the tax burden is distributed among economic agents, that is, who contributes to tax revenue and to what extent. The allocation of taxes to relevant reference units is a key step in the analysis of distribution of the tax burden (der Veen, 1986). However, economists usually focus on economic incidence, since legal responsibility for paying a tax does not necessarily align with the actual economic burden (Metcalf, 2008).

The economic incidence diverges from the statutory incidence due to behavioral changes and the resulting shifts in equilibrium prices. For example, if a tax is levied on a product, consumers may buy less of it, which in turn affects production and the demand for production factors, thereby altering their prices (Metcalf, 2008). The burden of a particular tax is distributed among consumers through higher product prices, among workers through lower wages, or among other production factors through lower returns on those factors (Fullerton & Metcalf, 2002). Economic incidence involves analyzing the effects of changes in tax parameters on economic activity and the condition of economic agents. Incidence is considered to be the result of the shifting process. There are microeconomic theories that focus on individual markets and agents, emphasizing the role of market structure, production conditions, and the behavior of market participants, as well as macroeconomic theories that examine the effects on the distribution of real income in the general economy (der Veen, 1986). The economic burden can be distributed among various actors depending on the elasticity of supply and demand. Generally, the side of the market with lower elasticity bears a greater share of the burden (Dyreg et al., 2022).

An important aspect of presenting the results is the use of distributional measures, often in the form of tax rates specific to different income groups, which show the ratio of taxes to income across various income brackets. However, these ratios can vary significantly depending on the definition of income, the reference unit, the level of aggregation, and especially the allocation of taxes (der Veen, 1986). A distinction must be made between progressive and regressive taxes. A tax is defined as progressive when the share of the economic burden relative to income rises with income, regressive when this share falls as income increases, and proportional when the burden-to-income ratio remains unchanged (Fullerton & Metcalf, 2002).

There are also various factors that significantly influence the distribution of the tax burden, such as the elasticity of supply and demand. Under perfect competition, the tax burden falls disproportionately on the side of the market with lower price elasticity. The formula for burden distribution in the case of the wage tax approximation shows that the share of the burden borne by the employee depends on the ratio of demand and supply elasticity (Metcalf, 2008).

In addition, the structure of the market affects the incidence of the tax. Under imperfect competition, taxation may lead to non standard incidence effects, including overshifting, where consumer prices increase by more than the statutory tax increases. In addition, although ad valorem and excise taxes generate equivalent revenue in competitive markets, they can lead to different patterns of tax burden allocation in less competitive settings (Metcalf, 2008).

Furthermore, the time frame of the analysis is important. The results of the incidence analysis can depend on the period under consideration. An analysis based on annual income may lead to different conclusions than an analysis that takes lifetime income into account. The general equilibrium effect, originally introduced by Harberger (1962), also acknowledges that taxes influence relative factor prices and relative goods prices (Metcalf, 2008).

In dynamic models, dynamic effects must also be considered. Taking savings and investments into account can lead to a shift in the tax burden. Feldstein (1974), for instance, argues that a large part of the capital gains tax is borne by workers in the form of reduced wages. The distinction between old and new capital can also affect incidence in dynamic models (Metcalf, 2008).

In their study Tax Incidence and Tax Avoidance, Dyreg et al. (2022) analyze how the economic burden of corporate taxation influences firms' tax avoidance behavior. They demonstrate that the interaction

between tax incidence and avoidance is shaped by several structural factors, including the elasticity of labor supply, the relative productivity of capital compared to labor, and the extent to which labor and capital costs are tax deductible. These determinants affect firms' behavior primarily through their impact on firm size and the composition of production inputs (Dyreng et al., 2022).

The authors find that firms whose shareholders bear a relatively smaller share of the overall tax burden exhibit lower levels of tax avoidance. This implies that profit-maximizing behavior does not necessarily involve aggressive tax planning when shareholders are only partially exposed to corporate tax costs. Conversely, when a larger share of the tax burden is borne directly by the firm, incentives to engage in tax avoidance increase. This effect is particularly pronounced for firms with higher capital intensity, restricted deductibility of capital expenditures, greater capital productivity, or operating in environments with stringent tax enforcement (Dyreng et al., 2022).

In principle, studies on tax incidence serve as a kind of inventory or assessment. Based on this, a starting point can be established for tax policy decisions to be established. Consequently, the political relevance of the question of how the tax burden is distributed is evident (der Veen, 1986).

2.1.3 Pass-through rate

The pass-through rate quantifies the extent to which a change in cost or a tax is reflected in the final price of a good or service. It essentially measures the proportion of the cost or tax that is passed through to consumers in the form of a price adjustment (Bajo-Buenestado & Borrella-Mas, 2022).

The terms 'upstream' and 'downstream' are often used in the context of supply chains and the point at which a tax is levied. An upstream tax is typically applied to producers or wholesalers, earlier in the production and distribution process, while a downstream tax is levied on retailers or directly on consumers at the point of sale (Kopczuk et al., 2013).

In a standard economic model, the pass-through rate decides how the ultimate burden of a tax is divided within the demand and supply sides of the market. A key proposition in tax incidence theory is, as already mentioned, that the overall economic incidence of a tax is independent of its statutory incidence, for example, who is legally responsible for remitting the tax. Fischer et al. (1998) suggest that a downstream approach to greenhouse gas emissions trading will have the same ultimate effects on prices as an upstream program, highlighting that the fundamental incidence of a tax is not determined by where it is applied. However, when factors such as tax evasion are considered, the identity of the tax remitter can empirically affect incidence. The pass-through rate of fuel taxation, for instance, has been studied extensively, considering factors related to different supply conditions (Bajo-Buenestado & Borrella-Mas, 2022).

In equilibrium, the total tax burden—corresponding to the quantity traded—is shared between consumers and producers, with shares given by r and $1 - r$, respectively. In a perfectly competitive setting, the tax pass-through rate r depends on the relative price elasticities of supply (eS) and demand (eD). Formally, the pass-through rate is determined by the following relationship: $r = 1 / (1 + (eD/eS))$. This formula indicates that the side of the market with the most inelastic response (lower elasticity) bears a larger share of the tax burden. The pass-through rate increases as the elasticity of supply relative to the elasticity of demand increases. In perfectly competitive industries, economic theory predicts that taxes are fully passed on to consumers ($r = 1$) (Weyl & Fabinger, 2013).

Under imperfect competition, the analysis of pass-through becomes more complex. Weyl and Fabinger (2013) use the pass-through rate implied by demand curvature to characterize firm behavior in various market structures, including monopoly and oligopoly. In a monopolistic setting, The extent of tax pass-through is influenced not only by the relative elasticities of supply and demand but also by the curvature of demand (Weyl & Fabinger, 2013).

For a monopolist, the pass-through rate (r) can be expressed as: $r = 1 / (1 + (eD^{\sim}1)/eS) + 1/eMS$ where (eMS) denotes the elasticity of the inverse marginal surplus function, which captures the curvature of the logarithm of demand. While the general intuition behind tax pass-through under monopoly is comparable to that under perfect competition, an additional determinant arises in the monopolistic setting.

In particular, a more positively log-curved demand function implies a higher pass-through rate under monopoly. Relative to the competitive benchmark, two key modifications emerge. First, the demand elasticity eD is replaced by $(eD^\sim 1)$ reflecting the fact that a monopolist operates only where demand elasticity exceeds unity. This adjustment does not qualitatively alter the determinants of pass-through, as the condition $eD > 1$ holds at the monopolistic optimum. Second, the introduction of the inverse marginal surplus elasticity represents a more substantial conceptual departure, as it explicitly links pass-through to demand curvature (Weyl & Fabinger, 2013).

The vertical structure of a market also plays a significant role in determining tax pass-through. Bajo-Buenestado and Borrella-Mas (2022) found that vertical integration in the gas station market is associated with significantly higher tax pass-through to prices, with estimates indicating an increase of around 38 percent relative to independent gas stations. This difference is possibly due to the double marginalization problem that can arise when wholesalers and retailers are separate entities. With vertical integration, pricing decisions are internalized, leading to a more complete pass-through of cost or tax changes. Their empirical findings in the Spanish fuel market showed a pass-through rate of approximately 99.7 percent for vertically integrated gas stations and about 72 percent for independent ones following a regional excise duty increase (Bajo-Buenestado & Borrella-Mas, 2022).

Therefore, while the basic principle of tax incidence suggests that the ultimate burden is independent of where the tax is levied, factors such as market structure (perfect vs. imperfect competition, horizontal concentration), the presence of evasion, and vertical relationships within the supply chain can lead to heterogeneous pass-through rates for upstream and downstream taxes. Policymakers should consider these aspects when evaluating the consequences of fiscal reforms (Bajo-Buenestado & Borrella-Mas, 2022).

2.2 Elasticity of the Tax Base

The elasticity of the tax base generally refers to the degree to which the size or composition of the tax base changes in response to changes in factors that influence it, such as the tax rate, tax policies, economic conditions or enforcement. Essentially, it measures the responsiveness of activities, transactions, or income that are subject to taxation (Kopczuk et al., 2013).

For instance, if the tax rate on a particular income source increases, the tax base might decrease if individuals or firms choose to reduce that activity, find alternative ways to earn income that are taxed at a lower rate, or engage in tax avoidance. The extent of this change is what the elasticity of the tax base seeks to quantify. A highly elastic tax base implies that even small changes in the influencing factors can lead to significant changes in the amount being taxed. In contrast, an inelastic tax base means that the amount subject to taxation remains relatively stable despite changes in these factors (Kopczuk et al., 2013).

It is important to understand elasticities, as it is a mayor part of several tasks in public economics, like revenue forecasting. Governments need to estimate how much revenue a particular tax will generate. If the tax base is highly elastic with respect to the tax rate, simply increasing the rate might not lead to a proportional increase in revenue and could even decrease it if the base shrinks substantially. In addition, it is an important part of the evaluations of policies. When considering changes to tax laws or rates, understanding the elasticity of the tax base helps policymakers predict the likely impact on the amount of economic activity being taxed. For example, policies aimed at broadening the tax base might be more or less effective depending on how responsive different economic activities or agents are to taxation (Kopczuk et al., 2013).

The responsiveness of the tax base can influence who ultimately bears the economic burden of a tax. If a tax base is elastic, those being taxed might be able to shift the burden by altering their behavior and reducing the amount subject to tax (Dyreng et al., 2022). The elasticity of the tax base can be linked to incentives for tax avoidance and evasion. If the tax base is very responsive to tax rates, it might indicate that individuals and firms have more opportunities or incentives to reduce their tax liability by altering their behavior or not fully complying with tax laws (Kopczuk et al., 2013).

The specific factors influencing the elasticity of a tax base can vary depending on the type of tax and the economic context. For example, the elasticity of an income tax base might depend on how labor supply and investment decisions respond to changes in tax rates, as well as the ability of taxpayers to engage in tax planning. Similarly, the elasticity of a consumption tax base might be influenced by the availability of substitutes and the overall price sensitivity of consumers. Furthermore, factors such as the degree of tax enforcement can also play a role in how responsive the reported tax base is to changes in tax rates. For example, the elasticity of reported income, which forms the basis for income taxes, is a key area of study in public economics (Kopczuk et al., 2013).

2.2.1 DST Implementations in Europe

European countries implemented bilateral digital services taxes for several key reasons, often intertwined with the ongoing international discussions led by the OECD.

Firstly, the implementation of national DSTs can be seen as a response to perceived slow progress and the initial lack of consensus within the OECD Inclusive Framework on Base Erosion and Profit Shifting regarding the taxation of the digital economy (European Parliament, 2021). With the digitalization of the economy outpacing the existing international tax rules, many European countries felt pressure to act unilaterally to ensure they received a fair share of tax revenues from large digital multinational corporations (MNCs). The OECD's work, including the BEPS Action 1 Report, acknowledged the challenges but did not initially recommend specific implementation measures, leading some countries to take domestic action. The failure of the OECD to reach a consensus on the initial target dates further fueled unilateral actions (Geringer, 2020). Moreover, some countries strategically used the implementation or threat of DSTs to increase their bargaining power and leverage in the OECD negotiations, pushing for changes to international tax rules that would better capture the creation of digital value (Heering et al., 2024).

Secondly, as already mentioned, these DSTs were generally considered interim solutions. The European Commission, for instance, initially proposed an EU-wide DST as a temporary measure until a more permanent solution could be reached either within the EU or at the OECD level (Lowry, 2019). When an EU-wide agreement proved difficult to achieve due to resistance from some member states, individual countries proceeded with their own national DSTs, often mirroring aspects of the EU proposal, with the understanding that these measures would be adapted or repealed once a global framework was implemented through the OECD (European Parliament, 2021).

Finally, it's important to note that there were different types of DSTs implemented or proposed by European countries. These taxes varied in scope, tax base, and rates. For example, some DSTs targeted revenues from online advertising, others included the provision of digital interfaces or the sale of user data, and still others focused on online marketplaces. This diversity reflected individual countries' priorities and the specific digital business models they aimed to tax (Hines, 2023).

France

The French digital services tax, which is referred to as the "Taxe GAFA", was introduced in July 2019 and retroactively applied as of January 1, 2019 (Geringer, 2020). This unilateral measure was adopted by France to address concerns that large digital companies were not paying their fair share of taxes in consumer markets. The French government, supported by countries like Germany and Spain, viewed the DST as a way to tax revenues derived from user data and online activities within their national borders, especially given the perceived slow progress on international tax regulations at the OECD level (Weppner & Schilawa, 2021). The French Finance Minister Bruno Le Maire framed the DSTs as a measure to regain sovereignty from "economic giants" (Heering et al., 2024).

The tax rate for the French DST is 3 percent. It is levied on the gross revenues, that are generated from specific digital services provided to users located in France. These services primarily include:

- The provision of a digital interface;
- Targeted online advertising;

- The sale of data collected on users for advertising purposes (Enache, 2024).

It is important to note that the initial proposal for an EU-wide DST also considered the processing of user data within its scope, but the enacted French DST focused on the three categories above (Geringer, 2020). Certain activities, like the sale of goods or services directly from a company's own inventory and some financial trading platforms, are typically excluded (Mason & Parada, 2020).

The French DST applies only to large multinational corporations (MNCs) that meet specific revenue thresholds. These thresholds are similar to those in Austria:

- Global annual revenue of at least 750 million euros.
- Annual revenue generated from the provision of in-scope digital services within France of at least 25 million euros (Enache, 2024).

These thresholds were intentionally set high to ensure that only large digital enterprises, often foreign-based, would be affected, and not local SMEs (Mason & Parada, 2020). The French government estimated that the DST would generate around 400 million euros annually, representing a small percentage of France's corporate income taxes and total tax revenue (Enache, 2024).

The French DST was heavily influenced by the proposed EU Digital Services Tax Directive. It mirrors many of the characteristics of the EU proposal, including the tax rate and the types of digital services targeted. However, France narrowed the scope slightly by not including the processing of user data as a taxable service. Furthermore, while the EU proposal considered EU-wide revenue thresholds, France set a specific threshold for revenue generated within its own territory (Geringer, 2020). The implementation of the French DST sparked considerable debate and criticism, particularly from the United States, which viewed it as discriminatory and primarily targeting US-based tech companies. The US government initiated an investigation into French digital service tax and threatened tariffs on French goods. Evidence suggested that French legislators intended the tax to disproportionately impact foreign companies. Critics argued that such unilateral measures could lead to trade tensions and tax uncertainty (Mason & Parada, 2020).

Despite these criticisms, France maintained its DST, arguing for the need to adapt tax systems to the digital economy. The DST is considered a hybrid tax with elements of both income and consumption taxes. While it taxes revenues generated from value creation within France, it is likely to be passed on to consumers. The French DST cannot be offset against corporate tax but can be deducted as a business expense (Mason & Parada, 2020).

France's DST is one of several national digital taxes implemented in Europe as a response to the challenges of taxing the digital economy (Bunn et al., 2020). These unilateral measures highlight the ongoing debate and the absence of a global consensus on the effective taxation of digital business activities. Many countries have stated that these national DSTs are intended to be temporary and should be withdrawn once an effective multilateral solution is found through the OECD's BEPS framework and the ongoing negotiations towards a global agreement on digital taxation. The OECD has recognized that the digital economy is increasingly inseparable from the broader economy, needing a proof tax system for the future (European Parliament, 2021). As of summer 2025, France still has an active DST in place. The French DST serves as a significant example of a unilateral effort by a major European economy to tax digital services, reflecting broader international discussions and tensions surrounding the taxation of the digital economy (Heering et al., 2024).

Spain

Spain also implemented a digital services tax of 3 percent, which became effective on January 16, 2021. The tax targets the gross revenues derived by large multinational corporations from providing certain digital services to users located in Spain. The specific digital services covered by the Spanish DST include online advertising, online intermediation services (such as marketplaces), and data transfer services, which involve the sale or transfer of user data generated from their activity on digital interfaces (KPMG Abogados S.L.P., 2020).

The DST applies to companies that again meet two thresholds: a total global revenue exceeding 750 million euros and total revenue from the supply of these digital services in Spain exceeding 3 million euros in the preceding calendar year.

A key aspect of the Spanish DST is the concept of user location, which determines whether a digital service is considered to be carried out within Spain. For example, in the case of online advertising, a user is deemed located in Spain when their device is in Spanish territory at the time the advertisement appears. Similarly, for online intermediation services, the location is determined when the underlying transaction is completed via a device in Spain. For data transfer services, the tax base is determined by the proportion of Spanish users generating data relative to the total number of users (Office of the United States Trade Representative, 2021).

The Spanish DST was introduced after it became apparent that a unified digital tax at the European Union level would not be unanimously supported. Spain justified its unilateral measure by citing prolonged discussions without a resolution at the international level. However, the DST has faced criticism, notably from the United States Trade Representative (USTR), which argues that the tax discriminates against United States digital firms and conflicts with principles of international taxation, and therefore burdens US-commerce. The USTR investigation highlights concerns about the selection of covered services and revenue thresholds, suggesting a disproportionate impact on American firms (Office of the United States Trade Representative, 2021).

Spain considers its DST an indirect tax levied on the supply of specific digital services. Companies subject to the DST are required to implement systems to determine the location of users' devices within Spain and comply with various reporting obligations. In particular, the repeal of Spain's DST is linked to the progress and implementation of the OECD's Pillar One framework for international tax reform (KPMG Abogados S.L.P., 2020).

United Kingdom

The United Kingdom's digital services tax imposes a levy of 2 percent on revenues generated by social media platforms, search engines, and online marketplaces that are attributable to the participation of UK users (Enache, 2024).

In contrast to several other digital services tax frameworks, the UK regime provides an exemption for the first £25 million of taxable revenues linked to UK users. In addition, firms with relatively low profit margins from the relevant digital activities may opt for an alternative tax calculation under a so-called "safe harbor" provision. The tax applies exclusively to large multinational enterprises, defined as firms with global revenues from in-scope digital activities exceeding £500 million annually, of which more than £25 million must be attributable to UK users (Enache, 2024).

The UK government proposed the DST in November 2018 with the aim of ensuring that a fair share of the value created by digital businesses through the participation of their UK users is subject to taxation in the UK. This approach aligns with the OECD's concept of user participation. Notably, the United Kingdom chose not to directly mirror the EU's proposed DST in its design, defining the tax scope independently. The UK government anticipated that the DST would generate between 275 million pounds sterling in the fiscal year 2020/2021 and 440 million pounds sterling by 2023/2024 (Geringer, 2020). Evidence suggests that some large technology companies targeted by the UK DST have passed the cost of the tax on to their customers or consumers. Companies such as Apple, Amazon, and Google (now Alphabet) have reportedly added charges to account for the 2 percent DST (Enache, 2024).

It is worth noting that the UK DST is not the first measure implemented by the UK to address the taxation of digital businesses. It supplements previous efforts, most notably the diverted profits tax (DPT), which was introduced to counteract profit shifting to low-tax jurisdictions and the avoidance of a permanent establishment in the UK by exploiting tax mismatches (Geringer, 2020). The UK government has indicated plans to evaluate the DST in 2025 to determine whether it should be extended beyond its initial period (Mason & Parada, 2020).

Chapter 3

Legal Context

3.1 Austria's Digital Services Tax

Austria introduced a Digital Services Tax (DST) in 2020 that levies a tax on revenues generated from online advertising services provided to users located in Austria. The DST was implemented as a national response to challenges in taxing digital business models under existing international tax rules and focuses specifically on online advertising activities (BMF, 2020).

The DST is designed as a revenue-based tax on online advertising services, such as banner advertising and search engine advertising. The tax is levied based on the geographic location of users, meaning that advertising services are considered taxable if they are directed at domestic users. This user-based nexus reflects the policy objective of taxing digital economic activity where user participation is perceived to contribute to value creation (BMF, 2020).

Tax liability under the DST is restricted to large multinational platforms. The tax applies only to firms with global revenues exceeding EUR 750 million and domestic revenues from online advertising services above EUR 25 million. These thresholds ensure that the DST primarily targets firms with substantial market presence and market power in digital advertising markets (BMF, 2020).

The tax base consists of gross revenues derived from online advertising services, net of certain inter-company payments, and a statutory tax rate of 5 percent is applied. As the DST is levied on revenues rather than profits, it differs fundamentally from traditional corporate income taxes. This design feature is central for the economic incidence analysis, as revenue-based taxes are more likely to be passed on to advertisers and, ultimately, to consumers (BMF, 2020).

The DST entered into force on 1 January 2020. Its implementation is accompanied by a dedicated regulation specifying administrative and procedural aspects of the tax. More broadly, the Austrian DST is embedded in ongoing international discussions at the OECD and EU level on the taxation of the digital economy, where it is frequently viewed as an interim measure pending a coordinated multilateral solution (BMF, 2019).

The full law can be found in appendix 1 of this thesis.

3.2 OECD Base Erosion and Profit Shifting Initiative (BEPS)

The OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) initiative was launched in response to growing concerns that multinational enterprises (MNEs) were able to take advantage of gaps and inconsistencies in national tax systems to reallocate profits to low- or no-tax jurisdictions, despite substantial economic activity taking place elsewhere (OECD, 2013, 2024). These practices intensified with increasing globalization and the digitalization of business models, which challenged the foundations of the existing international tax framework.

Traditional international tax rules rely heavily on physical presence and the arm's length principle to allocate taxing rights across jurisdictions. However, digital business models often allow firms to engage extensively with users and customers in market jurisdictions without maintaining a significant physical footprint. As a result, profits can be disconnected from the location of sales, users, and value creation, exacerbating base erosion and profit shifting (OECD, 2013).

In response, the OECD/G20 Inclusive Framework developed a Two Pillar Solution to modernize international tax rules for the digitalized economy. Pillar One seeks to shift taxing rights toward market jurisdictions, whereas Pillar Two establishes a global minimum tax designed to reduce profit shifting and harmful tax competition (OECD, 2021, 2024). For countries that introduced unilateral Digital Services Taxes (DSTs), Pillar One represents a potential multilateral alternative.

Challenges of the digital economy

Digitalization has fundamentally altered how and where economic value is created. In many digital business models, value generation depends heavily on intangible assets, data, and user participation, all of which are difficult to locate geographically and to price under traditional transfer pricing rules (OECD, 2013). This creates challenges for allocating profits across jurisdictions in a manner that reflects underlying economic activity.

These challenges are particularly pronounced in digital advertising markets, where revenues are closely linked to user engagement and data generated in market jurisdictions. The ability of firms to centralize ownership of intangibles, combined with the mobility of digital activities, increases the scope for profit shifting and undermines the effectiveness of conventional nexus rules based on physical presence (O'Reilly et al., 2023).

In response to these perceived shortcomings, several jurisdictions adopted unilateral measures such as DSTs to tax revenues derived from digital services linked to domestic users. While these measures allow market jurisdictions to capture part of the digital tax base, they also increase tax uncertainty and the risk of double taxation, particularly when implemented in an uncoordinated manner (OECD, 2021). This fragmentation underscores the need for a coordinated international solution.

3.2.1 Pillar One of the OECD BEPS framework

Pillar One represents a fundamental reform of the international tax system aimed at better aligning taxing rights with market jurisdictions in a digitalized economy. Its core objective is to address situations in which highly digitalized and consumer-facing MNEs generate substantial revenues in a jurisdiction without being subject to taxation there due to the absence of physical presence (OECD, 2024).

The framework consists of two components: Amount A and Amount B. Amount A represents a new approach that reallocates a portion of the residual profits of the largest and most profitable multinational enterprises to market jurisdictions through a formula-based allocation mechanism. This approach departs from exclusive reliance on the arm's length principle and physical presence, reflecting the growing importance of user-based value creation in digital markets (OECD, 2023).

Amount B serves as a complementary element of the reform, with the objective of streamlining the application of the arm's length principle to routine marketing and distribution functions. By providing standardized benchmarks for these common transactions, Amount B seeks to reduce transfer pricing

disputes and compliance costs, particularly for low-capacity jurisdictions (OECD, 2025). Unlike Amount A, it does not reallocate taxing rights but focuses on improving administrative efficiency and certainty.

For this thesis, Pillar One is relevant because its successful implementation is expected to be accompanied by the withdrawal of existing unilateral DSTs and a commitment to refrain from introducing new ones (OECD, 2020). This has important implications for the long-run role and interpretation of national DSTs, including Austria's.

3.2.2 Comparison of Pillar One and unilateral national DSTs

Unilateral national DSTs typically take the form of revenue-based taxes levied on gross receipts from specific digital services, like the sale of user data or online advertising. These taxes often apply only to large firms that exceed specified global and domestic revenue thresholds (Enache, 2024; Lowry, 2019). As taxes on revenues rather than profits, DSTs resemble excise taxes on sales and can be levied even when firms are not profitable.

From an economic perspective, revenue-based DSTs are generally expected to be passed on, at least in part, to advertisers or consumers, depending on market structure and demand elasticities (Gravelle, 2024). This incidence mechanism is central to the empirical analysis conducted in this thesis.

Pillar One, in contrast, reallocates taxing rights over profits rather than revenues and therefore operates through different economic channels. While it is intended to provide a more coordinated and stable framework for taxing digital activities, its distributional and revenue effects are more complex and depend on the interaction between market and residence jurisdictions (Gravelle, 2024; Hines, 2023).

Overall, national DSTs are widely regarded as interim measures adopted in the absence of a comprehensive multilateral solution. The future of digital taxation is therefore closely linked to the progress and implementation of Pillar One, which is intended to reduce reliance on unilateral measures and mitigate tax and trade conflicts (OECD, 2020, 2021).

3.3 Austria's Double Taxation Treaty with the United States

Austria and the United States are bound by a bilateral double taxation agreement aimed at eliminating double taxation and preventing fiscal evasion in relation to taxes on income and profits (Bundesgesetzblatt der Republik Österreich, 1998). As with most double taxation agreements, the treaty allocates taxing rights primarily on the basis of residence and source, with source-based taxation of business profits generally requiring the existence of a permanent establishment.

A central concept of the treaty is the permanent establishment (PE), which establishes a taxing right for the source state only if a foreign enterprise maintains a sufficient physical presence in that jurisdiction. The PE definition reflects traditional international tax principles and is closely tied to fixed places of business or dependent agents. As a result, enterprises that generate economic value in a market jurisdiction without maintaining a physical footprint typically fall outside the scope of source-based taxation under the treaty (Bundesgesetzblatt der Republik Österreich, 1998).

This feature is particularly relevant in the context of digital business models. Highly digitalised firms can derive substantial revenues from users and customers in Austria without meeting the PE threshold. Consequently, their business profits are generally taxable only in the residence state under the treaty framework. This limitation of source-based taxation has been identified as a key weakness of the existing international tax system in the digital economy.

The Austrian Digital Services Tax (DST) is not covered by the Austria–United States double taxation treaty because it is levied on gross revenues from online advertising services rather than on income or profits. As a revenue-based tax, the DST falls outside the scope of taxes covered by the treaty. This legal classification allows Austria to tax certain digital activities of foreign firms even in the absence of a permanent establishment (Bundesgesetzblatt der Republik Österreich, 1998).

From an economic perspective, this distinction is crucial. While income taxes subject to double taxation treaties are constrained by nexus requirements and profit allocation rules, revenue-based taxes can be imposed directly on market-oriented activities. This creates scope for market jurisdictions to tax digital services that would otherwise escape source-based taxation, but it also raises concerns about consistency with the broader international tax framework.

The interaction between national digital services taxes and existing double taxation treaties has therefore become a central issue in international tax policy debates. In particular, the tension between treaty-based limitations on profit taxation and unilateral revenue-based measures highlights the transitional nature of DSTs as policy instruments adopted in the absence of a coordinated multilateral solution.

Against this background, the economic effects of Austria’s DST must be interpreted in light of both treaty constraints and the revenue-based design of the tax. While the legal incidence of the DST formally falls on digital platforms, its economic incidence depends on market structure and pass-through mechanisms, which are analysed in the following chapters.

The full law can be found in appendix 2 of this thesis.

3.3.1 Tension between the double taxation agreement and Austria’s DST

Austria’s Digital Services Tax (DST) gives rise to a structural tension with the double taxation treaty (DTT) between Austria and the United States, particularly because the firms most affected by the tax are predominantly large U.S.-based digital multinationals such as Google, Meta, and Amazon.

Austria’s DST, introduced in 2020, levies a tax of 5 percent on gross revenues derived from online advertising services directed at Austrian users, provided that the multinational enterprise exceeds global revenues of EUR 750 million and domestic digital advertising revenues of EUR 25 million. Crucially, the tax applies irrespective of if the enterprise maintains a physical presence or a permanent establishment (PE) in Austria. The tax base is determined by the location of users, typically identified through IP addresses or similar indicators (BMF, 2020).

This design contrasts sharply with the logic of the Austria–United States double taxation treaty. Under the treaty framework, Austria may tax the business profits of a U.S.-resident enterprise only if that enterprise operates through a PE in Austria. In the absence of such a PE, taxing rights over profits remain with the residence state, effectively limiting Austria’s ability to tax highly digitalised firms that generate substantial revenues without physical presence (Bundesgesetzblatt der Republik Österreich, 1998).

The tension arises not only from differing nexus criteria, but also from the fundamental nature of the taxes involved. While the double taxation treaty applies exclusively to income- and profit-based taxes, Austria’s DST is structured as a revenue-based tax on gross receipts. As a result, Austria considers the DST to fall outside the material scope of the treaty and therefore not subject to treaty relief mechanisms such as tax credits or the mutual agreement procedure (Bundesgesetzblatt der Republik Österreich, 1998).

Although this interpretation may be formally consistent with the treaty’s scope, it raises broader policy concerns. The DST targets economic activity linked to value creation in Austria, yet does so in a manner that circumvents the treaty’s core principles, particularly the PE threshold and the allocation of taxing rights over profits. Moreover, because the DST cannot be credited against U.S. income tax liabilities, it might result in economic double taxation, as the same underlying income is effectively taxed without relief.

Overall, this tension highlights a broader structural conflict between traditional international tax treaties and unilateral measures designed to tax digital business models. Until a coordinated multilateral solution, such as OECD Pillar One, is fully implemented, such frictions between treaty-based taxation and national DSTs are likely to persist.

3.3.2 The reaction of the United States

The introduction of unilateral digital services taxes by European countries, including Austria, has triggered strong political and economic reactions from the United States, whose multinational enterprises are disproportionately affected by such measures. U.S. authorities have repeatedly argued that DSTs are discriminatory in nature and primarily target U.S.-based technology firms (Gravelle, 2024).

In public discourse and media reporting, U.S. policymakers have increasingly signalled the possibility of retaliatory measures against countries implementing DSTs. These responses have included threats of tariffs and trade sanctions, reflecting broader concerns that unilateral digital taxes undermine the existing international tax system and impose extraterritorial burdens on U.S. companies (Allen et al., 2025; derStandard.at, 2025; Kleine Zeitung, 2025; Kronen Zeitung, 2025; Leonard, 2025; Pucker, 2025).

During his first term, President Donald Trump initiated investigations under Section 301 of the Trade Act of 1974 into the digital services taxes of several countries. In his second term, this approach has been renewed and expanded. A memorandum issued in February 2025 instructs the U.S. Trade Representative to reopen and extend these investigations to additional jurisdictions, including Austria, and to assess the use of trade-related countermeasures where DSTs are deemed discriminatory or disproportionate (Donald J. Trump (The White House), 2025b).

Beyond trade measures, the U.S. administration has adopted a broader policy stance opposing what it characterises as extraterritorial or discriminatory foreign tax policies. The “America First Trade Policy” memorandum explicitly addresses concerns about foreign taxes affecting U.S. companies and signals the potential use of reciprocal tax measures as a response (Donald J. Trump (The White House), 2025a). At the same time, U.S. authorities have emphasised that commitments made in the context of the OECD’s global tax reform lack domestic legal force in the absence of congressional approval.

These reactions underscore the geopolitical and economic risks associated with unilateral DSTs. They also reinforce the view that national digital services taxes are intended as temporary measures, pending the implementation of a coordinated multilateral framework. The strong opposition of the United States has therefore been a key factor shaping international negotiations on the future of digital taxation and the prospects for OECD Pillar One (OECD, 2020, 2021).

Chapter 4

Methodology

Austria planned to expand their Digital Service Tax in connection with the 2025 consolidation package to restore the budget deficit and to prevent a budget deficit procedure by the European Union. To analyze this planned step, I will make use of standard practice tax policy analysis. The structure of the approach will be conducted in two steps:

- The first step consists of an incidence analysis aimed at evaluating the price effects of the tax and identifying the ultimate bearers of the tax burden.
- The second step analyzes how the tax burden is distributed among different economic agents, namely taxpayers, domestic firms, and consumers.

The methodological approach adopted in this thesis combines well-established theoretical results with empirical reasoning. The analysis draws on all available information, including both academic sources and anecdotal evidence. Where necessary, explicit assumptions are introduced in order to derive plausible estimates.

It is important to emphasize that the objective of this thesis is not to produce exact numerical estimates but rather to provide reasonable orders of magnitude relevant to the research questions. Quantitative methods are applied whenever sufficient data allow for a meaningful numerical assessment, while a qualitative approach is adopted in cases where reliable quantification is not feasible (Pellefigue, 2019).

4.1 Model structure

4.1.1 Assessment of the tax incidence

As Stiglitz and Atkinson stated: “One of the most valuable insights that economics analysis has provided in public finance is that the person who effectively pays a tax is not necessarily the person upon whom the tax is levied. To determine the true incidence of a tax or a public project is one of the most difficult and most important task of public economics.”(Atkinson & Stiglitz, 1980) (p.160).

The assessment of the tax incidence of a digital service tax is a difficult task to take on, and to be able to cope with this exercise, the analysis will rely on some simplifications. Firstly, it is important to use a reasonable segmentation of the market. The incidence of taxation depends crucially on the market in which the tax is levied. The extent to which producers are able to pass the tax burden on to consumers is influenced by several factors. These factors include the price elasticity of demand, the presence of entry barriers on the supply side, supply elasticity, and the prevailing competitive structure of the market. A digital services tax affects a wide range of markets that differ substantially in these characteristics. Conducting a detailed analysis of each individual market is therefore impractical, while modeling all markets simultaneously would come at the cost of excessive simplification. This thesis addresses this tradeoff by

working with a market segmentation approach that balances analytical tractability with economic realism. This happens by identifying a clear market segmentation. For the purpose of the master thesis, I categorize the market affected by the tax as the digital advertisement market, as the digital service tax is applied on online advertising in Austria (Pellefigue, 2019).

In this regard, the analysis adopts a partial equilibrium framework as a further simplifying assumption. For instance, when looking at a tax imposed on a specific product, the focus can be restricted to the market for that product. This then allows for an assessment of price adjustments and the resulting changes in demand. This analysis is then called a partial equilibrium analysis. However, there is also room for further analysis. As the profits of the companies of a sector decrease, the dividends paid to the shareholders will subsequently be affected. Shareholders may then reallocate their investments across sectors, leading to a decline in output and additional pressure on prices in the previously invested sector, while increasing output and lowering prices in the sector receiving the redirected investment. At the same time, households that consumed the taxed product before will consume less of this product and will spend their money on some other product. These adjustments subsequently affect the markets of other goods and services, illustrating that taxation can potentially distort the entire price system of an economy. An assessment of such economy wide effects would require a general equilibrium framework that captures interactions across all markets influenced by the tax or a comparable policy measure. While a digital services tax is likely to affect multiple markets, its relatively small revenue (approximately EUR 130 million) makes it reasonable to rely on a partial equilibrium analysis of the digital advertising market. Accordingly, secondary price distortions in other markets are not explicitly considered.

Lastly, the analysis will focus on the short-term impact of a digital service tax in Austria. Another important aspect of tax incidence is the timeframe. The increase or implementation of a tax have short-term effects, like a change in the price, but also long-term effects, like impact on the investments on the market and similar effects. As the Austrian DST is considered a temporary measure until there is a multilateral solution on the OECD framework, I will focus on the short-term effects of the introduced tax (BMF, 2020).

Tax incidence of the DST on digital advertising

Looking at the Austrian Digital Service Tax, which has a narrower scope than other DSTs, I will focus on the market of digital advertisement. In the real world, the digital advertising value chain is likely to involve multiple intermediary actors. However, for the purpose of this thesis, I will adopt a simplified structure by assuming a direct relationship between the digital advertising platform and the advertiser purchasing advertising. For my analysis, I will therefore study the incidence of the DST in a three-stage framework, as illustrated in the diagram below (Pellefigue, 2019):



The Digital Services Tax is applied here on the fees paid by advertisers or the revenue earned by the digital platform from targeted advertising.

Upstream pass-on: Increase in prices by digital advertising platforms to transfer the tax burden to advertisers.

Downstream pass-on: Price increase by the advertisers to cover up increase of advertisement budget.
The quantity sold declines by an amount that depends on consumers' sensitivity to price increases.

Figure 4.1: Pass-on of the Digital Service tax

Upstream Pass-on rate: As the digital service tax on digital marketing is a tax on revenue, it can be seen as an ad valorem sales tax. The tax is charged on the commission received by the platform that sells the online advertisement. Economically, the fees paid by advertisers can therefore be seen as an ad valorem sales tax, as it is charged on the turnover of the online advertisement. For simplification, the impact of the value-added tax (VAT), which could give rise to additional distortions of limited magnitude, is not considered in this analysis. In that sense, since we can assume that the digital platforms will not take on the full tax burden, the tax will lead to an increase of the commission, which is like an increase in the sales tax. I therefore examine the extent to which an increase in a sales tax is typically passed on to consumers in the form of higher prices (Pellefigue, 2019).

The literature does not provide a general answer, as pass-through rates depend primarily on the relative elasticities of supply and demand. In perfectly competitive markets, sales taxes are fully passed on to consumers through price increases, whereas in imperfectly competitive markets a range of different outcomes may arise (Pellefigue, 2019). In different scenarios there is a possibility for under shifting, where a 10 percent increase of the sales tax leads to a, for example, 7 percent increase of the price, or over shifting, where a 10 percent increase of the sales tax leads to, for example, 13 percent increase in price.

The revenue of the online advertising platforms can be specified as: $R = p * q * k(1 - t)$, where p denotes the price of advertising services and q the corresponding quantity sold through the marketplace. The term $p * q$ therefore captures total advertising revenues generated by advertisers. The parameter k represents the average commission charged by the platform, while t denotes the digital services tax rate, which is set at 5 percent (Pellefigue, 2019).

Looking at the digital platform, increasing the commission rate (k) leads to an increase in revenue, but at the same time will also lead to an increase in the price (p) of advertisements because of downstream pass-on. Due to the double benefit for the digital platform, after increasing the commission, the negative volume effect on q is compensated. This suggests that digital platforms have strong incentives to pass on a substantial share of the tax.

I also provide a mathematical analysis in Appendix 7. The analysis indicates that the marketplace's optimal pass-through rate is 100 percent, which remains robust to variations in the parameters considered. Accordingly, I formalized platform revenues as a function of the upstream pass-through rate α in order to derive the conditions under which the revenue is maximized.

The revenue function, as a function of the pass-on rate, of the platform is defined as: $R(\alpha) = R_0(1 + \alpha) \cdot (1 - t)$, where $\alpha \in (0,1)$ is the upstream pass-on rate, t is the DST rate, which is 0.05, and R_0 is the normalized base revenue. For the commission rate for online advertising, I assumed $k = 0.15$, which is based on international benchmarks, such as Amazon or Booking.com (Pellefigue, 2019).

As a result, I find that the derivative $R'(\alpha) > 0$ for all $\alpha \in (0,1)$, which means that platform revenues are strictly increasing in alpha. So, the optimal upstream pass on rate is therefore $\alpha = 1$, which is a 100 percent upstream pass through rate.

This result implies that under my assumptions Austrian platforms in the scope of the DST have a high incentive to fully pass on the tax burden upstream to advertisers or merchants, which is consistent with observed firm behavior in response to similar taxes (e.g., Australia's Netflix tax, India's Equalization Levy) (Vijayvargiya, 2016)(Dudley-Nicholson, 2017).

In addition to the theoretical considerations, anecdotal evidence supports the assumption of full downstream tax pass-through. Similar taxes to the digital services tax have been shifted to consumers or business users in several recent cases.

For instance, when Chicago introduced a digital tax targeting streaming and cloud-based services, Netflix announced that it would transfer the additional tax burden directly to its subscribers (Harpaz, 2015)(Brandom, 2015). A comparable pattern emerged in Australia following the introduction of a 10 percent tax on digital downloads in 2017, commonly referred to as the "Netflix tax." In response, firms such as Netflix, Google, and Amazon increased their prices to offset the tax, in some cases by more than the statutory tax amount (Dudley-Nicholson, 2017).

Further support for this assumption can be found in the Indian context. In June 2016, India introduced an equalization levy targeting digital advertising services, a tax instrument closely related to Austria's digital services tax. Although no comprehensive ex post evaluation has been conducted to date, expectations at the time of implementation suggested that the tax burden would be fully passed on to advertisers. This expectation has been reinforced by anecdotal evidence reported by Indian firms affected by the levy (Vijayvargiya, 2016).

Based on that evidence, I consider that the upstream pass-on rate would be 100 percent.

Price elasticity of demand for digital advertising: When analyzing the elasticity of demand for digital advertising and trying to find out how advertisers respond to a rise in digital advertising costs, it depends on how easily digital ads can be replaced by traditional forms of advertising, such as television, newspaper, or radio. When the two are highly interchangeable, advertisers can shift their spending toward conventional media to maintain a stable overall marketing budget while reducing the use of digital ads. However, if digital and non-digital ads are not easily substitutable, advertisers are more inclined to continue purchasing digital ads at similar levels, despite the higher cost.

Concerning substitutability of online and offline advertising, there is no clear consensus in the economic study on the estimation of the cross price elasticities of demand (He et al., 2015). In fact, the online and offline advertisement markets can be seen as different markets and online and offline marketing is limited in substitutability. Furthermore, brands are relatively inelastic with offline and online advertisement prices (Devaux & Amsellem, 2023). Also, the change of media strategy of a firm is a complex topic that does not change overnight, because budgets are allocated in the beginning of the year and companies want to reach their targeted audience as best as possible. Even if there exists some extent of cross-media substitutability and the price of online advertisement increases immediately by a small amount (5 percent), I assume that it will take some time for the advertiser to adapt their strategy and budgets. After all, advertisers aim to maintain the same targeting objectives by adjusting their media mix. Consequently, over the short run, which is the time horizon considered in this analysis, advertising behavior is expected to be sticky, implying limited substitutability across media channels.

Moreover, it is important to note that the digital advertising market is fast growing and the price increase because of the DST is moderate (maximum 0.05). Additionally, for smaller and medium-sized companies, digital advertising can be the only affordable advertising strategy because of the high costs of traditional advertising media, like television or print. In addition, a digital presence is becoming increasingly important in the modern world. Taking these considerations into account, a moderate increase in prices is unlikely to lead to a significant reduction in aggregate demand for digital advertising.

Based on the assumptions outlined above, demand for digital advertising is considered to be relatively inelastic in the short run. For the sake of simplicity, the short-run price elasticity of demand for digital advertising is therefore assumed to be 0 in the short term (Pellefigue, 2019).

It is furthermore important to note that these assumptions only hold in the short term, and to analyze the long-term effects further analysis and estimation is needed.

Downstream Pass-on rate: There is a relationship between the amount spent on advertising and the price of advertising. Still, companies are willing to participate in the market because the advertisement of products leads to differentiation of the product and sets up a higher mark up on the costs. However, it is not clear how exactly the relationship between advertising investment and price is correlated (Farris & Reibstein, 1979).

To assess the downstream pass on rate, I use a study by Rauch (2013) looking at a natural experiment in Austria. Austria implemented an ad valorem tax on advertising expenditures, which led to an increase in price for all advertisements. Examining the effects of tax induced price increases, the study finds that a 1 percent rise in advertising expenditure across Austrian firms resulted, on average, in a price increase of approximately 0.05 percent. I estimate that a ten percent increase of advertising tax leads to a 0.5 percent increase across consumer prices. By this estimation, a complete abolition of the five percent advertising tax in Austria would lower consumer prices by about 0.25 percent (Rauch, 2013).

For the purposes of this thesis, the findings of this study are used to estimate the effect of the digital services tax in Austria on the domestic price level. I am using the revenues of the firms in the scope of digital service tax to calculate the increase in Austrian firms advertising budget. Furthermore, I then used the results of Rauch to assess the average increase in the Austrian price level. In Appendix 8 you can see the detailed calculation. It concludes that the pass-on rate would be high.

The results indicate an overshifting of increased costs, implying that more than 100 percent of the cost increase is passed on to product prices. This finding is consistent with the view that advertising can be interpreted as an investment, as firms tend to raise prices not only to recover higher investment costs but also to increase profits (Rauch, 2013).

As the study analyzed by Rauch does not specifically focus on DST and looks at all different forms of advertisement, there might be differences in the results. Still, for my analysis, I will assume that an increase in advertisement costs will be over-shifted to the end consumers. For the thesis I will consider a downstream pass on rate of 100 percent to keep a conservative approach and use the minimum level of over shifting.

In the calculation, I used the total advertising expenditure in Austria in 2020, as published annually by 'Post', the Austrian postal service, which provides a detailed overview of the advertising market in Austria. Furthermore, Statistik Austria, the statistic office of Austria, provides the private consumption of the Republic of Austria every year. The share of consumption subject to advertisement, I again used a methodology already used by Copenhagen Economics in 2007 in their study on reduced VAT applied to goods and services in the Member States of the EU, where they used the classification of individual consumption by purpose (COICOP) data provided by Eurostat. This is a standard for categorizing household expenditure and divides consumption in different categories and subcategories (see Appendix 3). In order to then quantify the share of consumption in the advertising-affected categories, I used the detailed consumption data provided by Statistik Austria, which details the percentage of total household expenditure to the respective categories. Then I looked at the categories applicable to digital advertisement and summed up the weights to receive the share of consumption subject to advertising, which resulted in 82.15 percent. Accordingly, you can see further calculations in Appendix 8 to reach the share of the tax charged to the consumer for the years 2020-2024, which is the downstream pass on (European Commission: Directorate-General for Taxation and Customs Union & Copenhagen Economics, 2008).

Price elasticity of demand: Through the implementation of a digital service tax, a wide range of consumption goods are affected, and furthermore, the price of these products will be affected because of a tax increase. As a reference point, this thesis relies on estimates of average price elasticities of demand for various categories of consumer goods and services provided by Copenhagen Economics. Within the price elasticities of demand, I considered the elasticities that are applicable to online advertisement, because some consumption categories, such as alcoholic beverages or hospital services, are not allowed to conduct online advertisements. Below you can see the calculations that show an average price elasticity of demand of -0,4 from Copenhagen Economics (2007) for all categories applicable to buying online advertisement (European Commission: Directorate-General for Taxation and Customs Union & Copenhagen Economics, 2008).

NR	Consumption category	Price elasticity	Purch. dig. adv.
1	Accommodation services	-1.9	Yes
2	Actual rentals for housing	-0.1	No
3	Alcoholic beverages	-0.4	No
4	Audio-visual, photographic and information	-0.7	Yes
5	Catering services	-0.1	Yes
6	Clothing	-0.6	Yes
7	Electricity, gas and other fuels	0.0	Yes
8	Financial services	-0.2	Yes
9	Food	-0.4	Yes
10	Footwear	-0.4	Yes
11	Furniture and furnishing, carpets and other	-0.3	Yes
12	Glassware, tableware and household utensils	-0.6	Yes
13	Goods and services for routine household maintenance	-0.6	Yes
14	Hospital services	-0.1	No
15	Household appliances	-0.4	Yes
16	Household textiles	-0.2	Yes
17	Imputed rentals for housing	-0.2	No
18	Insurance	0.1	Yes
19	Maintenance and repair of the dwelling	0.1	Yes
20	Medical products, appliances and equipment	-0.4	Yes
21	Newspapers, books and stationery	-0.4	Yes
22	Non-alcoholic beverages	-0.4	Yes
23	Operation of personal transport equipment	-0.3	Yes
24	Other major durables for recreation and culture	0.0	Yes
25	Other recreational items and equipment	-0.2	Yes
26	Other services n.e.c.	-0.2	Yes
27	Outpatient services	-0.7	No
28	Package holidays	-1.0	Yes
29	Personal care	-0.3	Yes
30	Personal effects n.e.c.	-0.8	Yes
31	Postal services	-0.3	Yes
32	Pre-primary and primary education	-0.3	No
33	Purchase of vehicles	0.3	Yes
34	Recreational and cultural services	-0.3	Yes
35	Social protection	-0.1	No
36	Tobacco	-0.4	No
37	Tools and equipment for house and garden	-0.1	Yes
38	Transport services	-0.3	Yes
39	Water supply and miscellaneous services	0.9	No
Average price elasticity applicable to DST:		-0.4	

Table 4.1: Price elasticities and digital advertising relevance across consumption categories

4.1.2 Synthesis

All assumptions regarding tax incidence are summarized in table below:

	Upstream pass-on		Downstream pass-on	
	Pass-on rate	Price elasticity of demand	Pass-on rate	Price elasticity of demand
Digital advertising	100%	0	100%	-0.4

4.1.3 Distribution of the tax burden

According to Statistik Austria, the Austrian government reported steadily increasing revenues from the DST in 2020: 43.06 M Euro, in 2021: 80.18M Euro, in 2022: 96.27, in 2023: 103.35M Euro and for 2024 according to BMF 124.1M Euro. This shows an increase every single year, while the scope and rate of the tax remain the same. This indicates that even with a tax in place, the revenues of online advertisement platforms still increased, which shows that even with the tax the spending on online advertisement increased. In 2025 Austria contemplated about expanding their DST, where they want to keep the scope the same (online advertisement) but increase the rate of taxation from 5 percent. So far, there has been no official statement on how much the rate should be increased and as of today it is uncertain if the tax will be increased because of threats of tariffs from the United States of America. As mentioned before, the economic burden imposed on online advertising is expected to exceed the statutory tax payment, as taxation affects economic behavior and leads to allocative distortions. This thesis aims to analyze how the resulting tax burden is distributed across different economic agents. The analysis focuses on three groups: the taxed entities, namely large digital platforms; the business firms that purchase advertising services from these platforms; and Austrian consumers. In addition, the study examines the revenue generated by the digital services tax in recent years. Tax revenues are analyzed by taxpayer category and combined with the assumed incidence parameters to assess the effects of the tax on prices and firm profitability. The overarching objective is to estimate the total economic burden created by the digital services tax and to identify how this burden is allocated among the different agents involved (Pellefigue, 2019).

Distribution of the tax burden by category of taxpayer

Relying exclusively on publicly available information to identify all firms subject to the digital services tax and to determine the corresponding taxable base is highly challenging, if not infeasible. One key difficulty arises from the fact that the revenue threshold of the Austrian digital services tax is defined at the level of multinational enterprise groups.

In practice, multinational firms rarely disclose detailed information on their global revenues attributable to activities that fall within the scope of Austria's digital taxation framework. Moreover, company-level data on revenues generated specifically from Austrian users are generally not publicly reported, further limiting the precision of such an approach (Pellefigue, 2019).

To calculate a reasonable proxy for the tax base for online advertisement I use two steps:

1. I have collected the revenues generated by the DST since its implementation in 2020. (2020-2024)
2. The tax rate of the DST since implementation is 5 percent, which is publicly known since the announcement. From this starting point I will be able to backtrace the taxable base of the past years. This information is publicly made available by Statistik Austria and the ministry of finance, the Bundesministerium für Finanzen.

Below, you can see a bar chart showing the yearly developments of the digital tax revenues, which shows steady improvements of the earned revenues between 2020 and 2024.

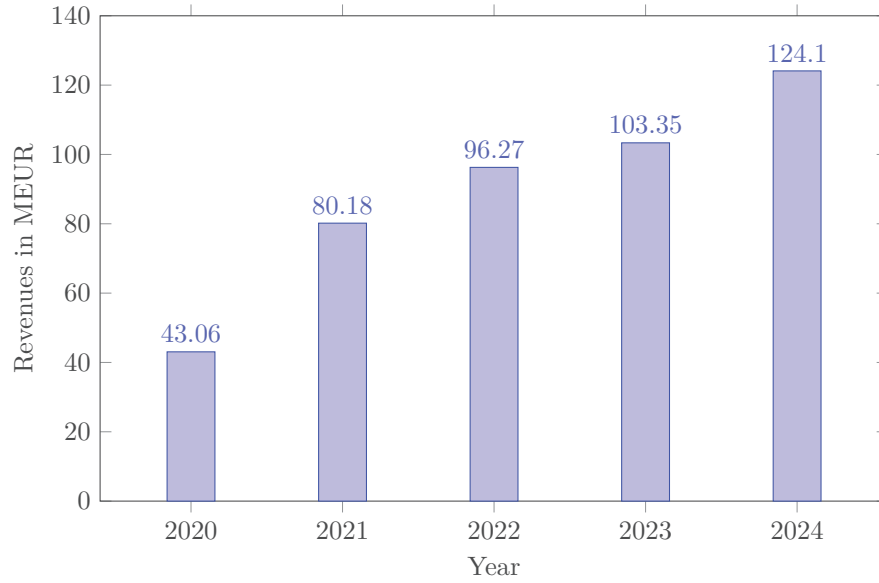


Figure 4.2: Annual Revenues from 2020 to 2024

When the tax was introduced in 2020 there were only 43.06 million euros in revenue. In 2021, the revenues nearly doubled and reached 80.18 million euros. During 2022 and 2023 the revenues remained relatively steady, with 96.21 million euros in revenues in 2022 and 103.35 million euros in 2023. In 2024, there was an increase noticeable when revenues reached 124.1 million euros. This increase can be traced back to an increase in online advertisement spending, because the scope and the rate of the tax stay the same during this time period.

To estimate the taxable base for the digital service tax in Austria, I used the publicly available information on revenue and the known tax rate of 5 percent, which I then used to back-calculate the taxable base. As the revenue is calculated by: $\text{taxbase} * \text{taxrate}(0.05) = \text{DSTrevenue}$. I used: $\text{TaxBase} = \text{DSTrevenue} / \text{taxrate}$ to receive an estimate for the total tax base.

For example, for 2024, the revenue raised was: 124,1 MEuro and the tax rate was 5 percent. So, as described above, I used: $\text{taxablebase} * 0,05 = 124,1 \text{MEuro}$, which I transform to obtain $124,1 \text{MEuro} / 0.05 = 2.482 \text{MEuro}$.

To look at the distribution of the tax base, I will conduct a comparison of two states of nature. I will model a world without DST and compare it to a world where DST exists with all the other factors staying the same. In both scenarios, I will conduct the analysis for three groups that may be affected by the tax: the taxpayers (online advertising platforms), the firms purchasing the taxed services, and final consumers. To identify the tax burden of the different agents, I will look at the difference in welfare between the two states.

Looking at taxpayers, digital advertisers, and firms using their services, I will calculate the burden of the tax by taking the difference of profits in the two states described before. So, if a taxpayer earns a profit of 10 euros without the DST and when the DST is implemented only a profit of 8, I will take the difference of 2 as the burden imposed by the DST. On the other hand, when looking at the consumers, I will consider the tax burden as the difference of surplus they derive from their consumption in each of the different scenarios. Consumer surplus is generally related to the price of purchased goods. If a product becomes more expensive, the surplus will decrease, while at the same time, the quantities of the good purchased will decrease, which also decreases the consumer surplus (Pellefigue, 2019).

The figure illustrates that the introduction of the tax causes an upward shift of the supply curve, resulting in a new market equilibrium. The initial equilibrium, characterized by price p_1 and quantity q_1 , shifts to a higher price p_2 and a lower quantity q_2 after taxation.

As a consequence, consumer surplus decreases. The ABCD rectangular area captures the loss in consumer surplus arising from higher prices paid by consumers who continue to purchase the good. In addition, the triangular area BDE reflects the welfare loss associated with the contraction in total consumption.

Given that the effective tax burden as a share of the final product price is relatively small, as in the case of a 5 percent tax applied to a 15 percent commission, which corresponds to an effective rate of 0.75 percent, the magnitude of the BDE triangle is expected to be negligible. Accordingly, for the purposes of this thesis, this component is disregarded, and the welfare loss is approximated solely by the area represented by ABCD (Pellefigue, 2019).

Below you can see the impact of a tax on the partial equilibrium:

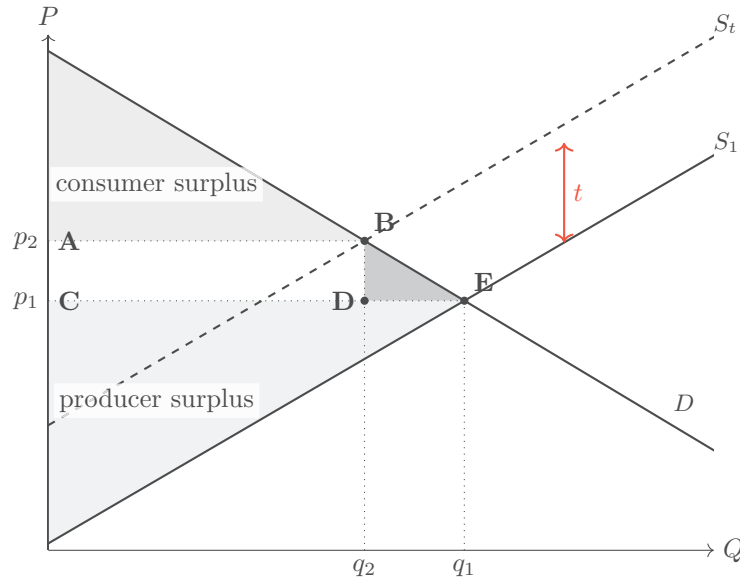


Figure 4.3: Partial equilibrium effects of a digital services tax (schematic).

For each category of taxpayer, I have processed as follows to quantitatively assess the allocation of the tax burden among economic agents:

Firstly, I will calculate the key parameters in the state where the DST is implemented. For that, I will include the following arguments:

- New advertising prices
- New consumer prices
- New volume of consumer consumption
- New profit of taxpayers and firms using taxpayers' platforms

In a second step, the tax burden is calculated for each group of economic agents. This calculation is carried out in three stages (Pellefigue, 2019):

- the difference between taxpayers' profits in the non-DST scenario and in the DST scenario;
- the difference between the profits of advertising firms in the non-DST scenario and in the DST scenario;
- the difference between consumer surplus in the non-DST scenario and in the DST scenario.

The model is then described with the following variables:

- π = *profit of advertisers*
- C = *Consumption*
- p = *price*
- q = *quantity*
- AF = *advertisement service fees*
- t = *DST rate*
- V_{Ca} = *variable cost*
- F_{Ca} = *fixed cost*
- K = *avg. advertisement budget of a firm as a percentage of revenue*

where the subscript 1 indicates the scenario without the digital services tax, and the subscript 2 refers to the scenario in which the tax is applied (Pellefigue, 2019).

Additionally, several assumptions are required for the empirical analysis.

First, revenues of digital advertising platforms are derived indirectly by back-calculating from publicly available information, using the statutory digital services tax rate of 5 percent. Advertising consumption, defined as the revenues of firms purchasing targeted digital advertising services from taxable platforms, is estimated by dividing the taxable revenues of digital advertisers by the average share of digital advertising expenditure relative to firm turnover (Pellefigue, 2019).

Advertisers' gross profit margins are assumed to be 75 percent, implying variable costs amounting to 25 percent of revenues. This assumption is based on Deloitte TAJ (2019), who analyzed financial statements from 26,209 firms operating in business-to-consumer manufacturing and passenger transportation sectors using the Diane database. By calculating firm-level gross margins and taking the median value, they obtained an estimate of 76.5 percent. For simplicity, this figure is rounded down to 75 percent (Pellefigue, 2019). In addition, digital advertising expenditure is assumed to account for 1.1 percent of total firm revenues. This estimate is derived by combining an overall advertising budget of 3 percent of revenues with the assumption that digital advertising represents 36 percent of total advertising spending, based on data from Statista.

Below you can see the formulas for the two states:

Non DST State:



$$\pi_1 = p_1 \cdot q_1 - V_{Ca}(q_1) - AF_1 - F_{Ca} \quad C_1 = p_1 q_1$$

DST State:



$$\pi_2 = p_2 \cdot q_2 - V_{Ca}(q_2) - AF_2 - F_{Ca} \quad C_2 = p_2 q_2$$

After defining the 2 states of my model, I can calculate the tax burden of the consumer as:

$$q_2 \cdot (p_2 - p_1).$$

Furthermore, I will be able to calculate the burden of the advertisers as:

$$\pi_2 - \pi_1.$$

As I concluded that the digital advertising platforms pass on the full costs of the tax to the advertisers and elasticity of demand is 0, which means that there is no reaction in demand for digital advertising because of higher prices, an increase of the revenues of digital platforms can be exactly matched with the DST and as a result will not bear any tax burden themselves (Pellefigue, 2019).

4.2 Data

This thesis relies on publicly available data sources and estimates from the relevant literature to conduct an economic analysis of Austria's Digital Services Tax.

The revenue generated by the DST in Austria is obtained from Statistik Austria and the Federal Ministry of Finance. These figures represent annual tax revenues collected under the DST regime and serve as the basis for empirical estimates.

Additional data on private consumption and digital advertising expenditures in Austria are also sourced from Statistik Austria and Eurostat. These indicators provide insight into the size of the digital economy and the potential tax base.

To estimate the share of consumption attributable to digital advertising, this thesis uses the COICOP (Classification of Individual Consumption According to Purpose) framework. This classification system allows the categorization of household expenditure, which, when combined with aggregate consumption data, helps identify relevant sectors impacted by the digital service tax.

Furthermore, this thesis draws on estimates from Taj and Deloitte (2019), who analyzed the financial statements of over 26,000 firms from the Diane database to determine that advertisers' gross profits are assumed to amount to roughly 75 percent, which implies that their variable costs (V_{Ca}) represent about 25 percent of total revenue. This assumption is based on company-level gross margin calculations, from which the median value across observations was obtained. In addition, 1.1 percent (0.011) of the revenues of firms are allocated to digital advertising. This estimate is used to approximate the incidence of the DST on the consumption side of the market (Pellefigue, 2019).

Lastly, the elasticities and passthrough rates used in this analysis are based on values reported in prior academic and policy literature, like Rauch in 2013. These include estimates of price elasticity of demand for digital services and the extent to which firms pass tax burdens onto consumers.

4.3 Robustness Analysis

Because the baseline incidence estimates rely on assumed pass-through rates and demand elasticities rather than econometric estimation, i conducted a robustness analysis to assess how sensitive the results are to changes in key parameters. The objective is to verify whether the qualitative conclusion that consumers bear the majority of the Austrian DST burden remains stable under plausible alternative assumptions.

Table 4.2: Robustness Scenarios and Parameter Assumptions

Scenario	Upstream pass-through	Downstream pass-through	Elasticity	Ad share
Baseline	1.0	1.0	-0.4	0.011
Lower upstream pass-through	0.8	1.0	-0.4	0.011
Lower downstream pass-through	1.0	0.8	-0.4	0.011
Higher elasticity	1.0	1.0	-0.6	0.011
Higher ad share	1.0	1.0	-0.4	0.015
Overshifting ($\beta > 1$)	1.0	1.2	-0.4	0.011

Notes: Each scenario varies one parameter at a time relative to the baseline scenario.

Four parameters are varied within ranges commonly found in the literature. First, the upstream pass-through rate α is reduced from 1.0 to 0.8 to represent incomplete shifting of the DST from platforms to advertisers. Second, the downstream pass-through rate β is varied between 0.8 and 1.2, reflecting both dampened pass-through and potential overshifting to consumers. Third, the short-run advertising demand elasticity ε is varied between -0.4 and -0.6 , allowing for stronger quantity reactions to higher advertising prices. Finally, the advertising-to-revenue ratio s is increased from 1.1% to 1.5%, capturing sectors in which advertising intensity is higher.

For each scenario, the full incidence pipeline described in Section 4 is recalculated for the years 2020–2024. This approach allows us to evaluate whether the baseline incidence pattern is an artifact of specific parameter choices or persists across a wide range of plausible behavioral and technological conditions.

Chapter 5

Results

5.1 Baseline Results

This chapter presents the results of the partial equilibrium model developed to assess the economic incidence of Austria’s digital services tax between 2020 and 2024. Building on the methodology outlined in the previous chapter, the analysis quantifies the distribution of the DST burden between advertisers and consumers, using empirically grounded assumptions for demand elasticity, pass-through rates, and the taxable revenue base derived from actual DST receipts.

The simulation results include the total burden induced by the tax, decomposed into the portion borne by consumers through higher prices, and the portion absorbed by advertisers via reduced margins. The burden is expressed in absolute euro values and relative shares to illustrate the distributional effects over time. Where relevant, year-on-year changes in total burden and incidence shares are highlighted to capture any dynamic patterns.

The chapter begins with a table summarizing the key model outputs by year, followed by visualizations that support interpretation and highlight key trends.

Table 5.1: Estimated Distribution of the Digital Services Tax Burden in Austria (2020–2024)

Year	Consumer burden	Advertiser burden	Total burden	Consumer share (%)	Advertiser share (%)
2020	43.05	21.54	64.59	67	33
2021	80.16	40.11	120.27	67	33
2022	96.25	48.16	144.41	67	33
2023	103.33	51.70	155.02	67	33
2024	124.10	62.09	186.19	67	33

Notes: Monetary values are expressed in million euros. Consumer and advertiser shares indicate the proportion of the total Digital Services Tax burden borne by each group.

DST revenues increased steadily over the five-year period, from €43.06 million in 2020 to €124.13 million in 2024. This increase mirrors the upward trajectory of digital advertising expenditure applicable to DSTs in Austria, which grew from €861.2 million to €2.482.6 million in the same period of time. This suggests a stable policy environment and a growing taxable base.

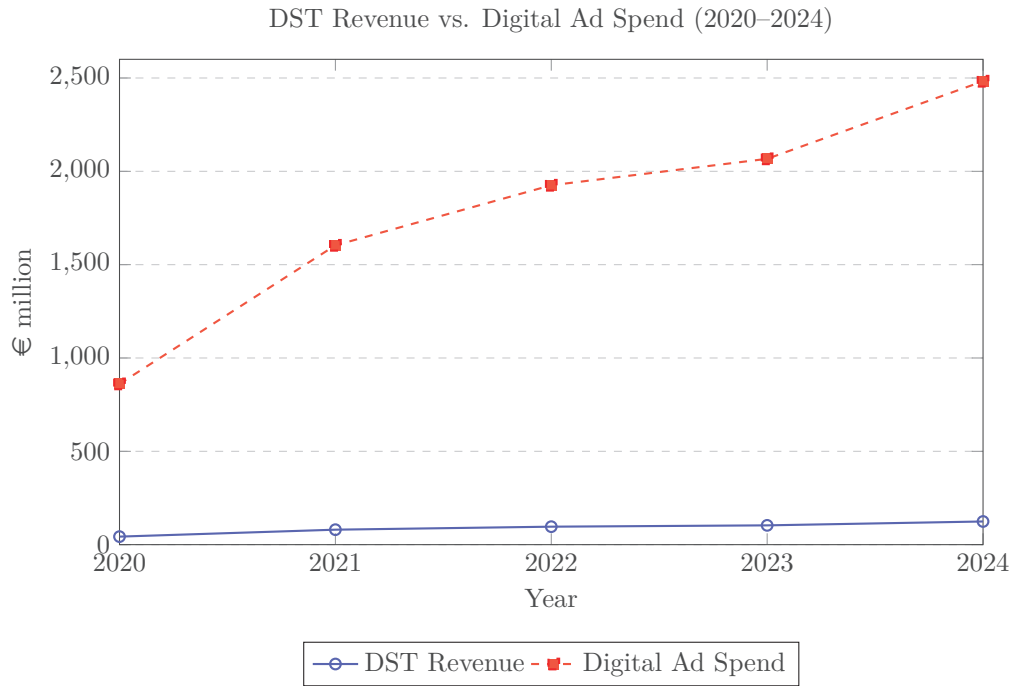


Figure 5.1: DST Revenue and Digital Ad Spend in Austria (2020–2024)

The DST rate remained constant at 5 percent, while the scope of tax, digital advertisement firms with worldwide revenues higher than 750 million euros or domestic revenue higher than 25 million euros, also stayed the same over the period. Hence, revenue growth stems solely from a growing tax base, not policy changes. This stability makes the DST a potentially reliable fiscal instrument within Austria’s 2025 consolidation package, because it shows no slowdown despite extra costs stemming from the introduced tax.

Furthermore, the model applies a stylized tax incidence framework and assumes a downstream and upstream pass-through of 1, which means that platforms fully pass tax costs to final consumers, and advertisers also face full tax transmission through increased advertising costs. Additionally, price elasticity of demand will be set at -0.4 , which is derived from a study done in Austria concerning a tax on advertising. It shows that an inelastic consumer response is typical for advertisement products. The fixed cost is set at 0.75 and subsequently the variable cost share is 0.25, which is reflective of large platform structures with high fixed cost components. As already mentioned the ad share of revenue is 1.1 percent.

This configuration approximates the industrial and consumption structure of digital advertising platforms in Austria and ensures comparability to other European DST evaluations.

Below there is again the schematic of the model used:

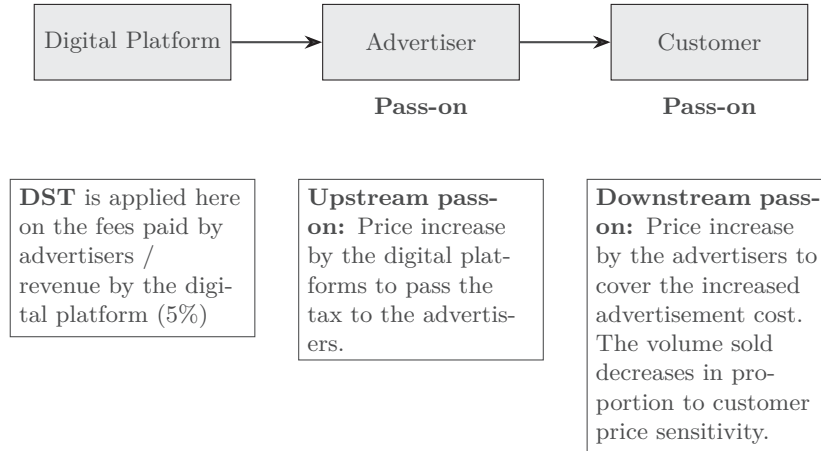


Figure 5.2: Pass-on Mechanism of the Digital Services Tax

As already described in the methodology chapter of the thesis, I used a three phase pass-on market, where i simplified the digital advertisement market with three main players, namely the digital platform, the advertiser and the consumer. The additional costs of a tax will not be fully borne by the taxed entity and passed on by higher prices and fees.

Below I take a closer look at the model output:

Table 5.2: Estimated Distribution of the Digital Services Tax Burden in Austria (2020–2024)

Year	Consumer burden	Advertiser burden	Total burden	Consumer share (%)	Advertiser share (%)
2020	43.05	21.54	64.59	67	33
2021	80.16	40.11	120.27	67	33
2022	96.25	48.16	144.41	67	33
2023	103.33	51.70	155.02	67	33
2024	124.10	62.09	186.19	67	33

Notes: Monetary values are expressed in million euros. Consumer and advertiser shares indicate the proportion of the total Digital Services Tax burden borne by each group.

The output above provides an overview of the estimated annual allocation of the digital services tax burden in Austria for the years 2020 to 2024. The burden of the DST is assumed to be distributed such that 67 percent is passed on to consumers, primarily through higher prices for goods and services, and 33 percent is absorbed by advertisers, the firms that purchase digital advertising services.

During the five-year period, the total DST burden increased markedly, from €64.59 million in 2020 to €186.19 million in 2024. This trend reflects the growth of Austria’s digital economy, particularly in sectors related to online advertising and digital platforms. The increase in total burden also coincides with rising consumer demand for digital services, as well as broader shifts in advertising expenditures toward digital channels.

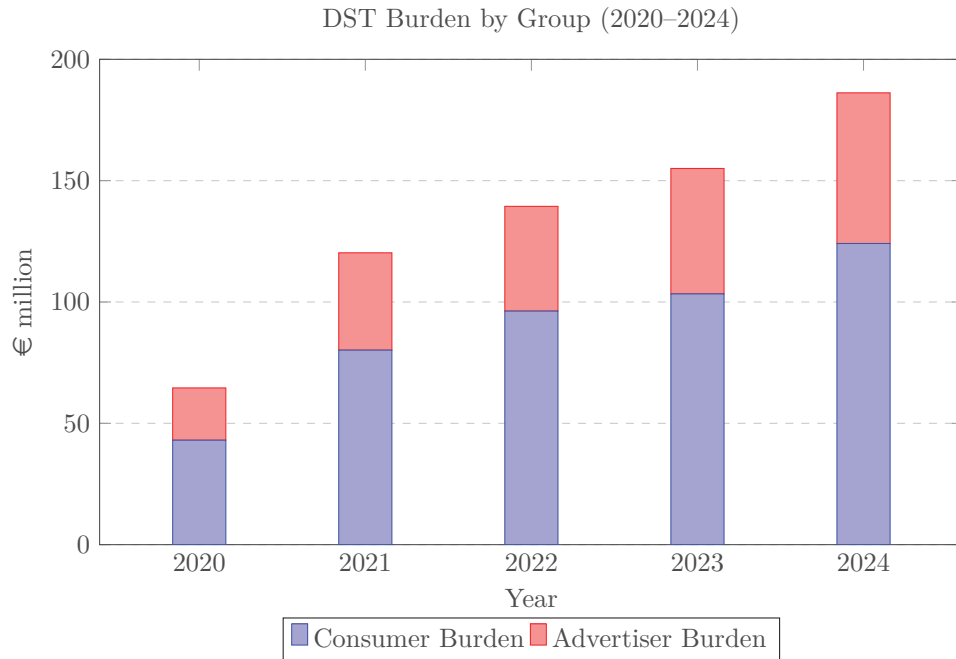


Figure 5.3: Representation of consumer and advertiser shares of DST revenue in Austria (2020–2024)

In terms of distribution, the consumer burden increased from €43.05 million in 2020 to €124.10 million in 2024, while the advertiser burden increased from €21.54 million to €62.09 million over the same period. These figures are derived directly from the pass-through assumptions, which remain constant throughout the period. Thus, while the proportional split of the tax burden remains unchanged, the absolute values suggest a growing impact on both market participants, both consumers and advertisers.

The consistently high consumer share of 67 percent underscores the regressive nature of the DST, as end-users ultimately bear the majority of the tax burden. This result aligns with international literature, which finds that digital service providers frequently pass on taxes to users due to the relatively inelastic demand for popular digital platforms. From a policy perspective, this raises concerns about equity, particularly if lower-income households allocate a disproportionate share of their budgets to taxed digital services.

On the advertiser side, although the burden is comparatively smaller, it still grows significantly, more than doubling between 2020 and 2024. This may influence the pricing strategies and advertising budgets of Austrian firms, particularly small and medium enterprises, which may have less flexibility to absorb increased costs. In turn, this could lead to broader effects on market competition and digital visibility for such firms.

Overall, the results indicate that the DST has a non-negligible and increasing financial impact on the Austrian economy, particularly on final consumers. Although the use of fixed pass-through rates simplifies the analysis, it also highlights the sensitivity of incidence outcomes to the underlying behavioral assumptions. Further research using firm-level data could provide more nuanced insights into how the tax is distributed in practice and whether digital platforms adjust their pricing strategies over time in response to tax policy changes.

These figures show a consistent annual increase in burden in both consumer and advertiser groups. In particular, the share of the burden remains stable across years, because of pass-on assumptions. Still, the taxpayers, the large multinational companies selling online advertisement, are able to pass the entire tax burden downstream and therefore bear no residual burden themselves.

5.2 Robustness Results

Table 5.3 summarizes how the aggregate burden of the DST changes under alternative parameter assumptions. Across all scenarios considered, consumers continue to bear the majority of the DST burden, confirming that the baseline finding is highly robust.

Table 5.3: Robustness of the Estimated Distribution of the Digital Services Tax Burden

Scenario	Consumer burden	Advertiser burden	Total burden	Consumer share (%)	Advertiser share (%)
Baseline	446.89	223.59	670.49	67	33
Lower upstream pass-through	357.53	178.86	536.39	67	33
Lower downstream pass-through	357.53	268.26	625.79	57	43
Higher elasticity	446.84	335.39	782.23	57	43
Higher ad share	446.86	223.63	670.49	67	33
Overshifting ($\beta > 1$)	536.25	178.94	715.18	75	25

Notes: Monetary values are expressed in million euros and represent totals aggregated over 2020–2024. Each robustness scenario varies one parameter at a time relative to the baseline.

Lower upstream pass-through (from 1.0 to 0.8) reduces the absolute size of both consumer and advertiser burdens, but leaves their relative shares unchanged at approximately 67% and 33%, respectively. Similarly, reducing downstream pass-through does not materially alter the incidence distribution, as both components decline proportionally.

The scenario with a higher advertising elasticity ($\varepsilon = -0.6$) produces the largest deviation from the baseline. In this case, the incidence becomes nearly symmetric, with consumers and advertisers each bearing roughly half of the DST burden. Stronger volume reactions reduce the effective pass-through to consumers, lowering the consumer burden.

Increasing the advertising-to-revenue ratio has only a marginal effect on the incidence allocation, suggesting that sectoral differences in advertising intensity do not substantially change the burden distribution. In contrast, allowing for overshifting ($\beta = 1.2$) increases the consumer share to around 75%, consistent with theoretical predictions for markets with low demand elasticity.

Overall, the robustness analysis shows that the main qualitative conclusion is structurally stable. Consumers bear between 67% and 75% of the DST burden across plausible parameter values, with a balanced 50/50 split emerging only under substantially more elastic demand conditions. These results support the interpretation that the DST in Austria functions predominantly as a consumption-side tax.

Chapter 6

Conclusion

6.1 Legal Analysis

From an international perspective, the emergence of digital services taxes must be understood against the background of the OECD’s Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) initiative. As an increasing number of countries have introduced DSTs, there is broad agreement that these measures are of an interim nature. Many jurisdictions have explicitly linked the continued application of their DSTs to the successful implementation of a coordinated multilateral solution at the OECD level. The OECD itself emphasizes that an internationally coordinated approach is necessary to address profit shifting in the digital economy and to avoid fragmented unilateral measures that may lead to tax and trade conflicts (Enache, 2024).

Accordingly, the long-run future of digital taxation is closely tied to the progress of the OECD’s Pillar One framework, which aims to reallocate taxing rights toward market jurisdictions and provide a comprehensive alternative to national DSTs. Until such a framework is fully implemented, unilateral digital taxes are likely to remain a policy tool used by individual countries to address perceived gaps in the existing international tax system.

In the Austrian context, the interaction between the Digital Services Tax and the double taxation treaty between Austria and the United States is of particular importance, as many of the firms affected by the DST are U.S.-based multinational enterprises. Austria’s DST imposes a tax on revenues from online advertising targeting Austrian users irrespective of whether a permanent establishment exists. This contrasts with the double taxation treaty, which permits Austria to tax U.S. companies only if they maintain a permanent establishment in Austria and applies exclusively to income-based taxes.

Austria therefore argues that its revenue-based DST falls outside the material scope of the treaty and is not subject to treaty relief mechanisms such as the Mutual Agreement Procedure. While this position may be formally defensible, it creates substantive tensions with the principles underlying double taxation agreements. By bypassing the permanent establishment requirement and operating outside the income tax framework, the DST may give rise to economic double taxation and contribute to legal and policy uncertainty.

These legal considerations are directly relevant for the economic interpretation of the results presented in this thesis. The fact that the DST is levied on gross revenues and is not constrained by treaty-based profit allocation rules implies that its economic burden need not coincide with its legal incidence. This reinforces the importance of analyzing the pass-through and incidence of the tax, rather than focusing solely on its formal legal design. Until international reforms such as OECD Pillar One are implemented, tensions between traditional tax treaties and unilateral digital taxes are likely to persist.

6.2 Summary of Key Findings

The results of the empirical analysis indicate that a substantial share of Austria’s Digital Services Tax is passed on downstream. Under the baseline scenario, approximately 67 percent of the total tax burden is borne by final consumers, while the remaining 33 percent is absorbed by advertisers. This pattern reflects the revenue-based nature of the tax and the structure of digital advertising markets, in which the tax is levied on gross revenues rather than profits.

A robustness analysis confirms that this qualitative incidence result is not driven by a narrow set of assumptions. Across a range of alternative scenarios, including lower upstream pass-through, variations in advertising intensity, and overshifting behavior, the consumer share of the tax burden remains close to the baseline value of two-thirds. In particular, the consumer share remains at approximately 67 percent when upstream pass-through is reduced and changes only marginally when advertising expenditure shares are increased.

More pronounced changes in the incidence arise only under substantially different market conditions. When demand is assumed to be more elastic, the tax burden is distributed evenly between consumers and advertisers, resulting in a 50/50 split. Conversely, under an overshifting scenario, consumers bear up to 75 percent of the total burden. These results indicate that while the exact distribution of the tax burden depends on market conditions, consumers bear the larger share of the burden across most plausible parameter configurations.

The analysis further suggests that the legal incidence of the tax on digital platforms does not coincide with its economic incidence. Instead, the burden is shifted along the value chain, ultimately affecting consumers. From a policy perspective, this outcome highlights a potential tension between the statutory design of the tax and its economic effects, as the intended taxpayers may not bear the majority of the burden.

In addition, the results show that revenues from the Digital Services Tax have increased steadily over the observation period, despite an unchanged tax rate and scope. This pattern is consistent with relatively inelastic demand for online advertising services, which allows the tax to generate growing revenues even in the presence of price increases induced by the tax.

Overall, these findings suggest that the Digital Services Tax can be an effective revenue-raising instrument in the short run. However, its distributional effects depend critically on pass-through behavior and demand elasticities, which are central for evaluating the broader welfare and policy implications of the tax.

The robustness scenarios are applied uniformly across the observation period, as pass-through behavior and demand elasticities are interpreted as structural characteristics of the market rather than year-specific parameters.

6.3 Research Questions

This thesis examined the economic and legal dimensions of Austria’s Digital Services Tax (DST), with a particular focus on its revenue effects, incidence, and institutional context. The following section revisits the central research questions and summarizes the main findings of the analysis.

- Who bears the economic burden of Austria’s Digital Services Tax? To what extent is the DST passed on from digital platforms to advertisers or end users?

The analysis suggests that the economic burden of Austria’s DST is borne primarily by consumers, while advertisers absorb a smaller share. Under the baseline scenario, approximately 67 percent of the total tax burden is passed on to consumers, with the remaining 33 percent borne by advertisers. This result is consistent with the revenue-based design of the tax and the structure of digital advertising markets, in which large platforms possess sufficient market power to shift a substantial share of the tax downstream.

A robustness analysis confirms that this qualitative incidence pattern is not driven by a narrow set of assumptions. Across a range of alternative parameter configurations, consumers consistently bear the larger share of the tax burden, with more balanced outcomes arising only under substantially more elastic demand conditions. While the absolute burden of the tax increases over time as revenues grow, the proportional incidence remains stable under the maintained assumptions.

- What legal strategies and constraints influenced the design of the Austrian DST?

The design of Austria’s DST reflects a strategic response to international and European legal constraints. A central feature is its characterization as an interim measure, pending the implementation of a coordinated multilateral solution under the OECD/G20 BEPS framework. Austria, like many other countries, has adopted a unilateral DST to address perceived gaps in the taxation of digitalized business models while signaling its intention to withdraw the measure once an international agreement is reached.

A key legal design choice was to structure the DST as a revenue-based tax on digital advertising rather than an income tax. This approach places the tax outside the scope of most double taxation treaties, including the Austria–United States treaty, which applies exclusively to income and profit taxes. By avoiding profit-based criteria and the permanent establishment threshold, Austria retained legal autonomy in taxing digital activities linked to domestic users.

At the same time, this design gives rise to legal and policy tensions. Although the DST is formally outside the scope of the treaty, it targets revenues derived from the same value-creating activities that income taxes are intended to capture. This highlights the limitations of existing treaty frameworks when applied to highly digitalized business models.

- What are the implications of Austria’s DST for broader tax policy and international coordination?

Austria’s DST illustrates the growing mismatch between traditional tax systems and the realities of the digital economy. By taxing revenues generated from digital advertising without requiring physical presence, the DST demonstrates how national governments can adapt tax instruments to new forms of value creation.

At the same time, the analysis underscores the limitations of unilateral solutions. Digital services taxes can increase legal uncertainty, raise the risk of double taxation, and provoke international tensions, particularly when they disproportionately affect multinational firms headquartered abroad. In this sense, Austria’s DST serves both as a short-term revenue instrument and as a policy signal that increases pressure for multilateral reform.

Overall, the findings support the view that while Austria’s DST can be effective in the short run, its long-term role depends on the successful implementation of coordinated international solutions, most notably the OECD’s Pillar One framework.

6.4 Limitations and areas for further Research

Although this thesis provides insight into the economic and legal implications of Austria's DST, several limitations must be acknowledged.

First, the empirical analysis is constrained by the short observation period. As the DST has only been in effect since 2020, the available data spans just five years. This limits the ability to detect long-term effects, such as firm-level behavioral adjustments or strategic pricing responses.

Second, the estimation of the tax passthrough rate is subject to measurement error. The identification strategy is based on observed price developments in the Austrian market. However, isolating the effect of the DST from other simultaneous market dynamics, such as inflation, exchange rate fluctuations, or platform-specific pricing strategies, is a challenge. Despite controlling for observable factors, unobserved heterogeneity may bias the results.

Third, from a legal perspective, there remains a degree of uncertainty at the EU level regarding the compatibility of national DSTs with market principles and EU rules. Its legal sustainability may depend on evolving jurisdictions, especially in light of ongoing discussions around a unified EU or OECD-level digital tax solution.

These limitations suggest that the results of this study should be interpreted with caution and seen as a contribution to an emerging field of analysis rather than as a definitive assessment.

Given the preliminary nature of existing empirical evidence on digital taxation, there are several avenues for future research.

More extended time series data will allow for a more rigorous analysis of the long-term behavioral responses of digital companies. Although this thesis focused primarily on the pass-through of the DST to consumers, future work could broaden the scope to assess macroeconomic impacts. For example, if the DST influences investment decisions, market entry strategies, or pricing models. On the other hand, further comparative legal and policy research is needed to understand how national DSTs could be integrated into evolving international tax frameworks. Such research could offer valuable insights for the future design of digital taxes that are both economically efficient and legally robust. These extensions could help build a more comprehensive understanding of digital taxation and its role in modern fiscal policy.

6.5 Final Remarks - Status Quo

At the time of writing, the Austrian Digital Services Tax remains in place under the Digitalsteuergesetz 2020. It continues to levy a five percent tax on digital advertising revenues of large multinational companies with worldwide turnover above €750 million and Austrian digital advertising revenues exceeding €25 million annually. Although the DST was briefly considered in the political debate leading up to the 2025 consolidation package, it was ultimately not extended or modified in the final legislation. After this initial mention, the measure disappeared from the consolidation discussion, and no further political commitments or reforms have been announced (Szigetvari, 2025).

Accordingly, the version of the Digitalsteuergesetz as last amended on 1 June 2024 still governs Austria's approach to digital taxation. The exclusion of the DST from the consolidation paper highlights both its limited role in fiscal consolidation and the uncertainty of its long-term future. While it continues to generate revenues under the existing framework, the broader debate remains unresolved. Its trajectory will likely depend on international coordination efforts at the OECD and EU level, as well as Austria's domestic fiscal priorities.

Bibliography

- Allen, B. E., Leiter, M. E., Werry, S., & Bell, J. F. (2025, February). Trump revives and expands the battle over digital services taxes [Client memorandum]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.skadden.com/insights/publications/2025/02/trump-revives-and-expands-the-battle-over-digital-services-taxes>
- Atkinson, A. B., & Stiglitz, J. E. (1980). *Lectures on public economics* [Reprinted in 2015 by Princeton University Press, Princeton, NJ]. McGraw-Hill.
- Bajo-Buenestado, R., & Borrella-Mas, M. Á. (2022). The heterogeneous tax pass-through under different vertical relationships. *The Economic Journal*, 132(645), 1684–1708. <https://doi.org/10.1093/ej/ueac007>
- BMF. (2019). *Verordnung des bundesministers für finanzen zur näheren regelung der umsetzung des digitalsteuergesetzes 2020 (distg 2020-umsetzungsv)*, bgbl. ii nr. 378/2019, fassung vom 19.03.2025 [Zugegriffen am 23. Mai 2025]. <https://www.ris.bka.gv.at>
- BMF. (2020). *Digitalsteuergesetz (distg 2020)*, bgbl. i nr. 91/2019, fassung vom 19.09.2024 [Zugegriffen am 23. Mai 2025]. <https://www.ris.bka.gv.at>
- Borders, K., Balladares, S., Barake, M., & Baselgia, E. (2023, June). Digital service taxes [Funded by the European Union (GA No. TAXUD/2022/DE/310)]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.taxobservatory.eu>
- Brandom, R. (2015, July). *Chicago to start taxing netflix, spotify, and other streaming services* [The Verge]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.theverge.com/2015/7/1/8876817/chicago-cloud-tax-online-streaming-sales-netflix-spotify>
- Bundesgesetzblatt der Republik Österreich. (1998, January). Abkommen zwischen der republik österreich und den vereinigten staaten von amerika zur vermeidung der doppelbesteuerung und zur verhinderung der steuerumgehung auf dem gebiete der steuern vom einkommen samt notenwechsel und verständigungsprotokoll [Abgeschlossen am 31. Mai 1996, mit Notenwechsel und Protokoll]. Retrieved May 23, 2025, from https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1998_6_3/1998_6_3.pdf
- Bunn, D., Asen, E., & Enache, C. (2020). Digital taxation around the world [Center for Global Tax Policy, Tax Foundation]. Retrieved May 23, 2025, from <https://taxfoundation.org/research/all/global/digital-taxation-around-the-world/>
- derStandard.at. (2025, February). *Trump erwägt vergeltungszölle für länder mit digitalsteuer* [Der Standard]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.derstandard.at/story/3000000258459/trump-erwaegt-vergeltungszoele-fuer-laender-mit-digitalsteuer>
- der Veen, B. S.-v. (1986). *Steuerinzidenz: Methodologische grundlagen und empirisch-statistische probleme von länderstudien*. Peter Lang Verlag. <https://doi.org/10.3726/b13791>
- Devaux, R., & Amsellem, B. (2023, May). Complementarity and substitution between offline and online ads: A renewed case [Available at SSRN]. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4437878>
- Donald J. Trump (The White House). (2025a, February). Fact sheet: President donald j. trump issues directive to prevent the unfair exploitation of american innovation [Retrieved from WH.gov]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.whitehouse.gov/fact-sheets/2025/02/fact-sheet-president-donald-j-trump-issues-directive-to-prevent-the-unfair-exploitation-of-american-innovation/>

- Donald J. Trump (The White House). (2025b, January). The organization for economic co-operation and development (oecd) global tax deal (global tax deal) [Presidential memorandum rejecting binding effect of OECD Global Tax Deal absent Congressional action]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.federalregister.gov/documents/2025/01/30/2025-02043/the-organization-for-economic-co-operation-and-development-oecd-global-tax-deal-global-tax-deal>
- Dudley-Nicholson, J. (2017). *Australia's 'netflix tax': Which digital services are raising their prices?* [News.com.au]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.news.com.au/entertainment/tv/australias-netflix-tax-which-digital-services-are-raising-their-prices/news-story/55f4c3c072b5a361fdd38f319be7>
- Dyregang, S. D., Jacob, M., Jiang, X., & Müller, M. A. (2022). Tax incidence and tax avoidance. *Contemporary Accounting Research*, 39(4), 2622–2656. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12797>
- Enache, C. (2024, April). Digital taxation around the world [Policy report]. <https://taxfoundation.org>
- European Commission: Directorate-General for Taxation and Customs Union & Copenhagen Economics. (2008). *Study on reduced vat applied to goods and services in the member states of the european union* [Final study on the application of reduced VAT rates in EU Member States]. Publications Office of the European Union.
- European Parliament. (2021, April). European parliament resolution of 29 april 2021 on digital taxation: Oecd negotiations, tax residency of digital companies and a possible european digital tax (2021/2010(ini)). Retrieved May 23, 2025, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021IP0147>
- Farris, P., & Reibstein, D. J. (1979). How prices, ad expenditures, and profits are linked. *Harvard Business Review*. Retrieved May 23, 2025, from <https://hbr.org/1979/11/how-prices-ad-expenditures-and-profits-are-linked>
- Fullerton, D., & Metcalf, G. E. (2002). Tax incidence. In A. J. Auerbach & M. Feldstein (Eds.), *Handbook of public economics* (1st ed., pp. 1787–1872, Vol. 4). Elsevier.
- Geringer, S. (2020). National digital taxes – lessons from europe. *South African Journal of Accounting Research*, 35(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10291954.2020.1727083>
- Gravelle, J. G. (2024, April). The oecd/g20 pillar 1 and digital services taxes: A comparison [CRS Report prepared for the U.S. Congress]. Retrieved May 23, 2025, from <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R47988>
- Harpaz, J. (2015, September). *More countries jump on 'netflix tax' bandwagon* [Forbes]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.forbes.com/sites/joeharpaz/2015/09/03/more-countries-jump-on-netflix-tax-bandwagon/>
- He, X., Lopez, R., & Liu, Y. (2015). *Substitution between online and offline advertising: Evidence from the carbonated soft drink industry* (Working Paper No. 290109). University of Connecticut, Charles J. Zwick Center for Food and Resource Policy. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.290109>
- Heering, J., Crasnic, L., & Newman, A. (2024). When digital taxes come due: National digital taxes and the negotiation of the oecd inclusive framework. *New Political Economy*, 30(2), 178–193. <https://doi.org/10.1080/13563467.2024.2405524>
- Hines, J. R. (2023). Digital tax arithmetic. *National Tax Journal*, 76(1), 119–143.
- Kleine Zeitung. (2025, February). *Nach trump-ankündigung: Österreich könnten us-vergeltungszölle drohen* [Kleine Zeitung]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.kleinezeitung.at/wirtschaft/19392052/nach-trump-ankuendigung-oesterreich-koennten-us-vergeltungszoele>
- Kopczuk, W., Marion, J., Muehlegger, E., & Slemrod, J. (2013). *Do the laws of tax incidence hold? point of collection and the pass-through of state diesel taxes* (NBER Working Paper No. 19410). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w19410>
- KPMG Abogados S.L.P. (2020, March). Draft law on the tax on certain digital services [Legal and tax analysis of Spain's digital services tax (TCDS)]. Retrieved May 23, 2025, from <https://home.kpmg/es/es/home.html>
- Kronen Zeitung. (2025, May). *Countries with digital tax face retaliatory tariffs* [Krone.at]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.krone.at/3702344>
- Leonard, J. (2025, February). *Trump eyes tariffs to counter digital taxes despised by big tech* [Bloomberg News]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-02-21/trump-eyes-tariffs-to-counter-digital-taxes-despised-by-big-tech>

- Lowry, S. (2019, February). Digital services taxes (dsts): Policy and economic analysis. Retrieved May 23, 2025, from <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R45532>
- Mason, R., & Parada, L. (2020, June). The legality of digital taxes in europe [Virginia Tax Review, 2020; Virginia Public Law and Legal Theory Research Paper No. 2020-50; Virginia Law and Economics Research Paper No. 2020-10].
- Metcalf, G. E. (2008). Tax incidence. In *The new palgrave dictionary of economics*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/https://doi.org/10.1057/978-1-349-95121-5_1783-2
- OECD. (2013, June). Update: Base erosion and profit shifting [Unclassified document adopted 12 June 2013]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.oecd.org/tax/beps>
- OECD. (2020). *Tax challenges arising from digitalisation – economic impact assessment: Inclusive framework on beps, oecd/g20 base erosion and profit shifting project*. <https://doi.org/10.1787/0e3cc2d4-en>
- OECD. (2021, October). Statement on a two-pillar solution to address the tax challenges arising from the digitalisation of the economy [OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS].
- OECD. (2023). Explanatory statement to the multilateral convention to implement amount a of pillar one [Inclusive Framework on BEPS].
- OECD. (2024). *Pillar one – amount b: Inclusive framework on beps: Oecd/g20 base erosion and profit shifting project*. <https://doi.org/10.1787/21ea168b-en>
- OECD. (2025). *Consolidated report on amount b: Inclusive framework on beps: Oecd/g20 base erosion and profit shifting project*. <https://doi.org/10.1787/182b47ad-en>
- Office of the United States Trade Representative. (2021, January). Section 301 investigation report on spain's digital services tax [USTR findings on discrimination and burden of Spain's DST on U.S. companies]. Retrieved May 23, 2025, from <https://ustr.gov>
- O'Reilly, P., Perret, S., Kristensen, J., Moon, M., Gourinchas, P.-O., & Pina, Á. (2023). Update to the economic impact assessment of pillar one: Oecd/g20 base erosion and profit shifting project. *OECD Taxation Working Papers*, (66). <https://doi.org/10.1787/7c35a55c-en>
- Pellefigue, J. (2019, March). The french digital service tax: An economic impact assessment [Prepared for the Computer and Communications Industry Association (CCIA)]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.ccianet.org/library/the-french-digital-service-tax-an-economic-impact-assessment>
- Pucker, P.-M. (2025). *Ausweitung der digitalsteuer: Drohen gegenmaßnahmen der usa?* [Trend.at Politik]. Retrieved May 23, 2025, from <https://www.trend.at/politik/ausweitung-der-digitalsteuer-drohen-gegenmassnahmen-der-usa>
- Rauch, F. (2013). Advertising expenditure and consumer prices. *International Journal of Industrial Organization*, 31(4), 331–341. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2013.05.001>
- Szigetvari, A. (2025, May). *Trump wirbelt auch das sparpaket um: Digitalsteuer in österreich wird wohl nicht erhöht*. Retrieved August 25, 2025, from <https://www.derstandard.at/story/3000000268337/trump-wirbelt-auch-das-sparpaket-um-digitalsteuer-in-oesterreich-wird-wohl-nicht-erhoeht>
- Vijayvargiya, A. (2016). Equalization levy: Taxing the overseas digital giants [Student contribution from NALSAR University of Law]. *Indian Journal of Tax Law*, 3(1). Retrieved May 23, 2025, from <https://ijtl.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/03/4-equalization-levy-taxing-the-overseas-digital-giants-ayush-vijayvargiya.pdf>
- Weppner, S., & Schilawa, N. (2021). Digitalsteuer in europa. In W. W. Kraft & A. Striegel (Eds.), *Wclf tax und ip gesprächsband 2019: Immaterielle werte als zentrale komponente internationaler steuerstrategien*. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32073-7_13
- Weyl, E. G., & Fabinger, M. (2013). Pass-through as an economic tool: Principles of incidence under imperfect competition. *Journal of Political Economy*, 121(3), 528–583. <https://doi.org/10.1086/670401>

Appendix 1: Austria's Digital Tax Act 2020



Bundesrecht konsolidiert

Gesamte Rechtsvorschrift für Digitalsteuergesetz 2020, Fassung vom 19.09.2024

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Langtitel

Digitalsteuergesetz 2020 (DiStG 2020)

StF: BGBl. I Nr. 91/2019 (NR: GP XXVI IA 983/A AB 686 S. 88. BR: AB 10251 S. 897.)

[CELEX-Nr.: 32011L0016, 32018L0822]

Änderung

BGBl. I Nr. 99/2020 (NR: GP XXVII RV 110 AB 173 S. 32. BR: 10323)

BGBl. I Nr. 51/2022 (NR: GP XXVII RV 1026 AB 1382 S. 149. BR: AB 10927 S. 939.)

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Text

Steuergegenstand

§ 1. (1) Der Digitalsteuer unterliegen Onlinewerbeleistungen, soweit sie von Onlinewerbeleistern im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Eine Onlinewerbeleistung gilt als im Inland erbracht, wenn sie auf dem Gerät eines Nutzers mit inländischer IP-Adresse empfangen wird und sich ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nach (auch) an inländische Nutzer richtet.

(2) Als Onlinewerbeleistung gelten Werbeeinschaltungen auf einer digitalen Schnittstelle, insbesondere in Form von Bannerwerbung, Suchmaschinenwerbung und vergleichbaren Werbeleistungen. Nicht als Onlinewerbeleistung gelten Werbeleistungen, die der Werbeabgabe nach dem Werbeabgabegesetz 2000, BGBl. I Nr. 29, unterliegen.

(3) Der Bundesminister für Finanzen wird ermächtigt, durch Verordnung vergleichbare Onlinewerbeleistungen festzulegen, insbesondere um so die Gleichbehandlung vergleichbarer Leistungen sicher zu stellen bzw. um technischen Entwicklungen Rechnung zu tragen.

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Begriffsbestimmungen

§ 2. (1) „Onlinewerbeleister“ sind Unternehmen,

1. die Onlinewerbeleistungen gegen Entgelt erbringen oder dazu beitragen und

2. innerhalb eines Wirtschaftsjahres

a) einen weltweiten Umsatz von zumindest 750 Mio. Euro und

b) im Inland einen Umsatz von zumindest 25 Mio. Euro aus der Durchführung von Onlinewerbeleistungen

erzielen. Ausgaben für Vorleistungen nach § 3 Abs. 1 zweiter Satz sind in Umsätze nach lit. b nicht einzurechnen. Sind Unternehmen Teil einer multinationalen Unternehmensgruppe im Sinne des § 2 Verrechnungspreisdokumentationsgesetz, BGBl. I Nr. 77/2016, ist auf den Umsatz der Gruppe abzustellen. Maßgeblich ist der letzte veröffentlichte Jahresabschluss bzw.

Konzernabschluss. Umsätze aufgrund gesetzlicher Verpflichtungen zählen dabei nicht zu diesen Umsätzen.

(2) „Nutzer“ bezeichnet eine natürliche oder juristische Person, die mit einem Gerät auf eine digitale Schnittstelle zugreift.

(3) „Digitale Schnittstelle“ bezeichnet jede Art von Software (einschließlich Websites oder Teile davon sowie mobile Anwendungen), auf die Nutzer zugreifen können.

(4) „IP-Adresse“ (Internet-Protokoll-Adresse) bezeichnet eine Folge von alphanumerischen Zeichen, die einem Netzwerkgerät zugeordnet ist, um dessen Kommunikation über das Internet zu ermöglichen.

Der Ermittlung des Orts der Erbringung einer Onlinewerbeleistung anhand der IP-Adresse ist eine Ermittlung mittels anderer Technologien zur Geolokalisierung von Geräten gleichgestellt.

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Bemessungsgrundlage und Höhe der Steuer

§ 3. (1) Bemessungsgrundlage der Digitalsteuer ist das Entgelt, das der Onlinewerbeleister von einem Auftraggeber erhält. Diese vermindert sich um Ausgaben für Vorleistungen anderer Onlinewerbeleister, die nicht Teil seiner multinationalen Unternehmensgruppe sind.

(2) Die Steuer beträgt 5% der Bemessungsgrundlage.

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Steuerschuldner, Entstehung des Steueranspruches

§ 4. (1) Steuerschuldner ist der Onlinewerbeleister, der Anspruch auf ein Entgelt für die Durchführung einer Onlinewerbeleistung im Sinne des § 1 hat. Dies gilt auch, wenn der Onlinewerbeleister nicht Eigentümer der digitalen Schnittstelle ist.

(2) Der Steueranspruch entsteht mit Ablauf des Monats, in dem die steuerpflichtige Leistung erbracht wird.

(3) Ändert sich nachträglich das Entgelt für die Durchführung eines Auftrages, so ist in dem Besteuerungszeitraum, in dem die Änderung eintritt, eine Berichtigung durchzuführen.

Erhebung der Steuer

§ 5. (1) Der Steuerschuldner hat die Steuer selbst zu berechnen und bis zum 15. des zweitfolgenden Monats nach Entstehen des Steueranspruches zu entrichten.

(2) Eine gemäß § 201 der Bundesabgabenordnung, BGBl. Nr. 194/1961, festgesetzte Steuer hat die in Abs. 1 genannte Fälligkeit.

(3) Drei Monate nach Ablauf des Wirtschaftsjahres hat der Steuerschuldner eine Jahressteuererklärung für das vorangegangene Jahr zu übermitteln. In diese sind die Arten der Onlinewerbeleistungen und die darauf entfallenden Entgelte aufzunehmen, darüber hinaus die weltweit erzielten Umsätze nach § 2 Abs. 1 Z 2 lit. a.

(4) Die Erhebung der Digitalsteuer obliegt dem Finanzamt für Großbetriebe.

(5) Der Bundesminister für Finanzen wird ermächtigt, durch Verordnung zur Verfahrensvereinfachung oder Berücksichtigung von Erfordernissen der Besonderheiten von Onlinewerbeleistungen nähere Regelungen zu treffen. Dies gilt insbesondere für jene Fälle, in denen Steuerschuldner Unternehmen sind, die weder Sitz, Geschäftsleitung noch eine Betriebsstätte im Inland haben.

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Aufzeichnungs- und Übermittlungspflichten

§ 6. (1) Der Steuerschuldner ist verpflichtet, Aufzeichnungen über die übernommenen Onlinewerbeleistungen, allfällige in diesem Zusammenhang von ihm beauftragte weitere Unternehmen, die Auftraggeber und die Grundlagen zur Berechnung der Digitalsteuer zu führen.

(2) Aufzeichnungen von IP-Adressen oder anderen Informationen zur Geolokalisierung von Geräten sind für Zwecke dieses Bundesgesetzes in einer Form zu führen, die sich darauf beschränkt, Rückschlüsse darauf zuzulassen, ob eine Onlinewerbung im Inland erbracht worden ist. Auf Anforderung der Abgabenbehörde sind diese Daten zu übermitteln. Andere Aufzeichnungen und zu den Büchern und Aufzeichnungen gehörige Belege und sonstige Unterlagen, wie insbesondere Verträge über die Erbringung von Onlinewerbeleistungen, sind nach Maßgabe der Bundesabgabenordnung aufzubewahren und auf Anfrage der Abgabenbehörde zu übermitteln.

Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

§ 7. (1) Dieses Bundesgesetz ist auf Onlinewerbeleistungen anzuwenden, die nach dem 31. Dezember 2019 erbracht werden. Abweichend von § 5 Abs. 3 ist für Wirtschaftsjahre, die vor dem 1. Juli 2020 enden, die Jahressteuererklärung bis 30. September 2020 zu übermitteln.

(2) Verordnungen auf Grund dieses Bundesgesetzes können bereits ab dem seiner Kundmachung folgenden Tag erlassen werden. Sie dürfen jedoch frühestens zum 1. Jänner 2020 anzuwenden sein.

(3) § 5 Abs. 4 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. 99/2020 tritt mit 1. Jänner 2021 in Kraft.

Beachte für folgende Bestimmung

zum Bezugszeitraum vgl. § 7 Abs. 1

Schlussbestimmungen

§ 8. (1) Mit der Vollziehung dieses Bundesgesetzes ist der Bundesminister für Finanzen betraut.

(2) Der Bundesminister für Finanzen hat in regelmäßigen Abständen, erstmals zum 31. Dezember 2021, die Besteuerung von Onlinewerbeleistungen im Sinne dieses Bundesgesetzes im Hinblick auf ihre Anwendung, die Gleichmäßigkeit der Besteuerung und Vollziehung sowie ihre Auswirkungen auf Unternehmen im Lichte von allfälligen umfassenderen Maßnahmen für die Besteuerung der digitalen Wirtschaft auf EU-Ebene oder OECD-Ebene zu evaluieren.

(3) Soweit in diesem Bundesgesetz auf Bestimmungen anderer Bundesgesetze verwiesen und nicht anderes bestimmt wird, sind diese in ihrer jeweils geltenden Fassung anzuwenden.

(Anm.: Abs. 4 aufgehoben durch Art. 2 Z 1, BGBl. I Nr. 51/2022)

Appendix 2: Doppelbesteuerungsabkommen 1998: Österreich und USA

Appendix 2: Doppelbesteuerungsabkommen 1998

P. b. b. Erscheinungsort Wien, Verlagspostamt 1030 Wien

7

BUNDESGESETZBLATT

FÜR DIE REPUBLIK ÖSTERREICH

Jahrgang 1998

Ausgegeben am 29. Jänner 1998

Teil III

6. Abkommen zwischen der Republik Österreich und den Vereinigten Staaten von Amerika zur Vermeidung der Doppelbesteuerung und zur Verhinderung der Steuerumgehung auf dem Gebiete der Steuern vom Einkommen samt Notenwechsel und Verständigungsprotokoll
(NR: GP XX RV 213 AB 485 S. 47. BR: AB 5322 S. 619.)

6.

Der Nationalrat hat beschlossen:

Der Abschluß des nachstehenden Staatsvertrages samt Notenwechsel und Verständigungsprotokoll wird genehmigt.

ABKOMMEN

ZWISCHEN DER REPUBLIK ÖSTERREICH UND DEN VEREINIGTEN STAATEN VON AMERIKA ZUR VERMEIDUNG DER DOPPELBESTEuerung UND ZUR VERHINDERUNG DER STEUERUMGEHUNG AUF DEM GEBIETE DER STEUERN VOM EINKOMMEN

Die Republik Österreich und die Vereinigten Staaten von Amerika, von dem Wunsche geleitet, ein Abkommen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung und zur Verhinderung der Steuerumgehung auf dem Gebiete der Steuern vom Einkommen abzuschließen,

haben folgendes vereinbart:

Artikel 1

Persönlicher Geltungsbereich

- (1) Sofern in diesem Abkommen nichts anderes bestimmt ist, gilt dieses Abkommen für Personen, die in einem Vertragsstaat oder in beiden Vertragsstaaten ansässig sind.
- (2) Dieses Abkommen schränkt in keiner Weise Ausnahmen, Befreiungen, Abzüge, Anrechnungen oder andere Begünstigungen ein, die derzeit oder künftig entweder
 - a) nach dem Recht eines der beiden Vertragsstaaten oder
 - b) durch ein anderes Übereinkommen zwischen den Vertragsstaaten gewährt werden.
- (3) Ungeachtet der Bestimmungen des Absatzes 2 lit. b gilt:
 - a) Ungeachtet anderer Abkommen, bei denen die Vertragsstaaten Vertragsparteien sind, wird eine Meinungsverschiedenheit, bei der strittig ist, ob eine Maßnahme unter dieses Abkommen fällt, nur von den zuständigen Behörden im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 lit. e (Allgemeine Begriffsbestimmungen) dieses Abkommens geprüft, und die Verfahren nach diesem Abkommen finden ausschließlich auf diese Meinungsverschiedenheit Anwendung.
 - b) Sofern die zuständigen Behörden nicht entscheiden, daß eine steuerliche Maßnahme nicht unter dieses Abkommen fällt, finden die Gleichbehandlungsverpflichtungen dieses Abkommens ausschließlich in bezug auf diese Maßnahme Anwendung, ausgenommen Verpflichtungen hinsichtlich der Inländerbehandlung oder Meistbegünstigung, die auf den Warenverkehr auf Grund des Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommens (GATT) Anwendung finden. Hinsichtlich dieser Maßnahme finden keine Verpflichtungen auf Grund anderer Abkommen in bezug auf Inländerbehandlung oder Meistbegünstigung Anwendung.
 - c) Im Sinne dieses Absatzes ist eine „Maßnahme“ ein Gesetz, eine Verordnung, Regelung, ein Verfahren, eine Entscheidung, Verwaltungshandlung oder jedwede sonstige Form einer Maßnahme.

(4) Vorbehaltlich des Absatzes 5 dieses Artikels, jedoch ungeachtet aller anderen Bestimmungen dieses Abkommens, darf jeder Vertragsstaat seine im Sinne des Artikels 4 (Ansässige Person) ansässigen Personen und auf Grund der Staatsbürgerschaft seine Staatsbürger so besteuern, als ob dieses Abkommen nicht in Kraft getreten wäre. Im Sinne dieser Bestimmung umfaßt der Ausdruck „Staatsbürger“ auch ehemalige Staatsbürger, bei denen der Verlust der Staatsbürgerschaft hauptsächlich der Steuerumgehung dienen sollte, jedoch nur für einen Zeitraum von zehn Jahren nach Verlust der Staatsbürgerschaft.

(5) Absatz 4 berührt nicht:

- a) Vergünstigungen, die von einem Vertragsstaat gemäß Artikel 9 Absatz 2 (Verbundene Unternehmen), Artikel 13 Absatz 4 (Gewinne aus der Veräußerung von Vermögen), Artikel 18 Absatz 1 lit. b und Absatz 3 (Ruhegehälter), Artikel 22 (Vermeidung der Doppelbesteuerung), Artikel 23 (Gleichbehandlung) und Artikel 24 (Verständigungsverfahren) gewährt werden, sowie
- b) Vergünstigungen, die von einem Vertragsstaat gemäß Artikel 19 (Öffentlicher Dienst), 20 (Studenten und Auszubildende) und 26 (Diplomaten und Konsularbeamte) an natürliche Personen gewährt werden, die nicht Staatsbürger dieses Staates sind, oder, im Fall der Vereinigten Staaten, nicht den Rechtsstatus eines Einwanderers besitzen.

Artikel 2

Unter das Abkommen fallende Steuern

(1) Dieses Abkommen gilt für Steuern vom Einkommen, die für Rechnung eines Vertragsstaats erhoben werden.

(2) Zu den bestehenden Steuern, für die das Abkommen gilt, gehören

- a) in den Vereinigten Staaten:
die auf Grund des Internal Revenue Code erhobenen Bundeseinkommensteuern (federal income taxes), mit Ausnahme der Sozialversicherungsabgaben;
- b) in Österreich:
i) die Einkommensteuer;
ii) die Körperschaftsteuer.

(3) Das Abkommen gilt auch für alle Steuern gleicher oder im wesentlichen ähnlicher Art, die von einem Vertragsstaat nach der Unterzeichnung dieses Abkommens neben den bestehenden Steuern oder an deren Stelle erhoben werden. Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten teilen einander die in ihren Steuergesetzen eingetretenen wesentlichen Änderungen sowie alle amtlichen Veröffentlichungen betreffend die Anwendung dieses Abkommens, einschließlich Erläuterungen, Verordnungen, Richtlinien und gerichtlicher Erkenntnisse mit.

(4) Im Sinne des Artikels 23 (Gleichbehandlung) gilt das Abkommen auch für Steuern jeder Art und Bezeichnung, die von einem Vertragsstaat oder seiner Gebietskörperschaften erhoben werden. Im Sinne des Artikels 25 Absätze 1 bis 5 (Informationsaustausch und Amtshilfe) gilt dieses Abkommen auch für Steuern jeder Art, die von einem Vertragsstaat erhoben werden.

Artikel 3

Allgemeine Begriffsbestimmungen

(1) Im Sinne dieses Abkommens

- a) umfaßt der Ausdruck „Person“ natürliche Personen, Nachlässe, Trusts, Gesellschaften und alle anderen Personenvereinigungen;
- b) bedeutet der Ausdruck „Gesellschaft“ juristische Personen oder Rechtsträger, die für die Besteuerung wie juristische Personen behandelt werden;
- c) bedeuten die Ausdrücke „Unternehmen eines Vertragsstaats“ und „Unternehmen des anderen Vertragsstaats“, je nachdem, ein Unternehmen, das von einer in einem Vertragsstaat ansässigen Person betrieben wird, oder ein Unternehmen, das von einer im anderen Vertragsstaat ansässigen Person betrieben wird;
- d) bedeutet der Ausdruck „internationaler Verkehr“ jede Beförderung mit einem Seeschiff oder Luftfahrzeug, es sei denn, diese Beförderung erfolgt ausschließlich zwischen Orten im anderen Vertragsstaat;
- e) bedeutet der Ausdruck „zuständige Behörde“
i) in den Vereinigten Staaten: den Sekretär des Schatzamtes oder seinen bevollmächtigten Vertreter; und
ii) in Österreich: den Bundesminister für Finanzen oder seinen bevollmächtigten Vertreter;

- f) i) bedeutet der Ausdruck „Vereinigte Staaten“ die Vereinigten Staaten von Amerika, umfaßt jedoch nicht Puerto Rico, die Jungfern-Inseln, Guam und andere Besitzungen oder Territorien der Vereinigten Staaten;
 - ii) bedeutet der Ausdruck „Vereinigte Staaten“ im geographischen Sinn deren Gliedstaaten und den District of Columbia. Dieser Ausdruck umfaßt auch (A) deren Hoheitsgewässer und (B) den Meeresgrund und den Meeresuntergrund der unterseeischen Gebiete, die an diese Hoheitsgewässer angrenzen, über die die Vereinigten Staaten in Übereinstimmung mit dem Völkerrecht Hoheitsrechte zum Zwecke der Erforschung und Ausbeutung von Bodenschätzen dieser Gebiete ausüben, jedoch nur insoweit, als die Person, das Vermögen oder die Tätigkeit, auf die sich dieses Abkommen bezieht, im Zusammenhang mit dieser Erforschung oder Ausbeutung steht;
 - g) umfaßt der Ausdruck „Österreich“ die Republik Österreich;
 - h) bedeutet der Ausdruck „Staatsangehörige“
 - i) natürliche Personen, die die Staatsangehörigkeit eines Vertragsstaats besitzen;
 - ii) juristische Personen, Personengesellschaften und andere Personenvereinigungen, die nach dem in einem Vertragsstaat geltenden Recht errichtet worden sind.
- (2) Bei der Anwendung dieses Abkommens durch einen Vertragsstaat hat, wenn der Zusammenhang nichts anderes erfordert und vorbehaltlich des Artikels 24 (Verständigungsverfahren), jeder im Abkommen nicht definierte Ausdruck die Bedeutung, die ihm nach dem Recht dieses Staates über die Steuern zukommt, für die das Abkommen gilt.

Artikel 4

Ansässige Person

- (1) Im Sinne dieses Abkommens bedeutet der Ausdruck „eine in einem Vertragsstaat ansässige Person“ eine Person, die nach dem Recht dieses Staates dort auf Grund ihres Wohnsitzes, ihres ständigen Aufenthalts, ihrer Staatsbürgerschaft, des Ortes ihrer Geschäftsleitung, des Ortes ihrer Gründung oder eines anderen ähnlichen Merkmals steuerpflichtig ist; jedoch
- a) umfaßt dieser Ausdruck nicht Personen, die in diesem Staat nur mit Einkünften aus Quellen in diesem Staat der Steuerpflicht unterliegen;
 - b) gilt dieser Ausdruck bei Einkünften, die von einer Personengesellschaft, einem Nachlaß oder einem Trust bezogen oder gezahlt werden, nur insoweit, als die von der Personengesellschaft, dem Nachlaß oder dem Trust bezogenen Einkünfte in diesem Staat als Einkünfte einer dort ansässigen Person besteuert werden, und zwar entweder bei der Personengesellschaft, dem Nachlaß oder dem Trust selbst oder bei deren Gesellschaftern, den Begünstigten oder dem Besteller;
 - c) umfaßt dieser Ausdruck bei natürlichen Personen, die nicht gemäß Absatz 1 in Österreich ansässig sind, solche natürlichen Personen, welche die amerikanische Staatsbürgerschaft besitzen oder Ausländer, denen die Einreise in die Vereinigten Staaten zur Gründung eines ständigen Wohnsitzes gestattet worden ist (Inhaber einer „grünen Karte“), jedoch nur dann, wenn die natürliche Person in den Vereinigten Staaten einen längeren Aufenthalt nimmt (substantial presence) oder dort eine ständige Wohnstätte oder ihren gewöhnlichen Aufenthalt hat; und
 - d) umfaßt der Ausdruck einen Vertragsstaat oder eine seiner Gebietskörperschaften oder eine Einrichtung dieses Staates oder einer seiner Gebietskörperschaften.
- (2) Ist nach Absatz 1 eine natürliche Person in beiden Vertragsstaaten ansässig, so gilt folgendes:
- a) Die Person gilt als in dem Staat ansässig, in dem sie über eine ständige Wohnstätte verfügt; verfügt die Person in beiden Staaten oder in keinem der Staaten über eine ständige Wohnstätte, so gilt sie als in dem Staat ansässig, zu dem sie die engeren persönlichen und wirtschaftlichen Beziehungen hat (Mittelpunkt der Lebensinteressen);
 - b) kann nicht bestimmt werden, in welchem Staat die Person den Mittelpunkt ihrer Lebensinteressen hat, so gilt sie als in dem Staat ansässig, in dem sie ihren gewöhnlichen Aufenthalt hat;
 - c) hat die Person ihren gewöhnlichen Aufenthalt in beiden Staaten oder in keinem der Staaten, so gilt sie als in dem Staat ansässig, dessen Staatsangehöriger sie ist;
 - d) ist die Person Staatsangehöriger beider Staaten oder keines der Staaten, so werden sich die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten bemühen, die Frage in gegenseitigem Einvernehmen zu regeln.
- (3) Ist nach Absatz 1 eine Gesellschaft in beiden Vertragsstaaten ansässig und ist sie nach dem Recht eines Vertragsstaats oder einer seiner Gebietskörperschaften gegründet worden, so gilt sie als in diesem Staat ansässig.

(4) Ist eine Person, die keine natürliche Person oder Gesellschaft ist, nach Absatz 1 in beiden Vertragsstaaten ansässig, so werden die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten diese Frage in gegenseitigem Einvernehmen lösen und die Art und Weise festlegen, wie das Abkommen auf diese Person Anwendung findet.

Artikel 5

Betriebstätte

(1) Im Sinne dieses Abkommens bedeutet der Ausdruck „Betriebstätte“ eine feste Geschäftseinrichtung, durch die die Tätigkeit eines Unternehmens ganz oder teilweise ausgeübt wird.

(2) Der Ausdruck „Betriebstätte“ umfaßt insbesondere:

- a) einen Ort der Leitung,
- b) eine Zweigniederlassung,
- c) eine Geschäftsstelle,
- d) eine Fabrikationsstätte,
- e) eine Werkstatt und
- f) ein Bergwerk, ein Öl- oder Gasvorkommen, einen Steinbruch oder eine andere Stätte der Ausbeutung von Bodenschätzen.

(3) Bauausführungen, Montagen oder Einrichtungen, Bohrtürme oder -schiffe, die für die Erforschung oder Gewinnung von Bodenschätzen verwendet werden, begründen nur dann eine Betriebstätte, wenn sie in diesem Staat länger als zwölf Monate bestanden haben.

(4) Ungeachtet der vorstehenden Bestimmungen dieses Artikels gelten nicht als Betriebstätten:

- a) Einrichtungen, die ausschließlich zur Lagerung, Ausstellung oder Auslieferung von Gütern oder Waren des Unternehmens benutzt werden;
- b) Bestände von Gütern oder Waren des Unternehmens, die ausschließlich zur Lagerung, Ausstellung oder Auslieferung unterhalten werden;
- c) Bestände von Gütern oder Waren des Unternehmens, die ausschließlich zu dem Zweck unterhalten werden, durch ein anderes Unternehmen bearbeitet oder verarbeitet zu werden;
- d) eine feste Geschäftseinrichtung, die ausschließlich zu dem Zweck unterhalten wird, für das Unternehmen Güter oder Waren einzukaufen oder Informationen zu beschaffen;
- e) eine feste Geschäftseinrichtung, die ausschließlich zu dem Zweck unterhalten wird, für das Unternehmen andere Tätigkeiten auszuüben, die vorbereitender Art sind oder eine Hilfstätigkeit darstellen;
- f) eine feste Geschäftseinrichtung, die ausschließlich zu dem Zweck unterhalten wird, mehrere der in diesem Absatz unter lit. a bis e genannten Tätigkeiten auszuüben.

(5) Ist eine Person – mit Ausnahme eines unabhängigen Vertreters im Sinne des Absatzes 6 – für ein Unternehmen tätig und besitzt sie in einem Vertragsstaat die Vollmacht, im Namen des Unternehmens Verträge abzuschließen, und übt sie die Vollmacht dort gewöhnlich aus, so wird das Unternehmen ungeachtet der Absätze 1 und 2 so behandelt, als habe es in diesem Staat für alle von der Person für das Unternehmen ausgeübten Tätigkeiten eine Betriebstätte, es sei denn, diese Tätigkeiten beschränken sich auf die in Absatz 4 genannten Tätigkeiten, die, würden sie durch eine feste Geschäftseinrichtung ausgeübt, diese Einrichtung nach dem genannten Absatz nicht zu einer Betriebstätte machen.

(6) Ein Unternehmen wird nicht schon deshalb so behandelt, als habe es eine Betriebstätte in einem Vertragsstaat, weil es dort seine Tätigkeit durch einen Makler, Kommissionär oder einen anderen unabhängigen Vertreter ausübt, sofern diese Personen im Rahmen ihrer ordentlichen Geschäftstätigkeit handeln.

(7) Allein dadurch, daß eine in einem Vertragsstaat ansässige Gesellschaft eine Gesellschaft beherrscht oder von einer Gesellschaft beherrscht wird, die im anderen Vertragsstaat ansässig ist oder dort (entweder durch eine Betriebstätte oder auf andere Weise) ihre Tätigkeit ausübt, wird keine der beiden Gesellschaften zur Betriebstätte der anderen.

Artikel 6

Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen

(1) Einkünfte, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person aus unbeweglichem Vermögen (einschließlich der Einkünfte aus land- und forstwirtschaftlichen Betrieben) bezieht, das im anderen Vertragsstaat liegt, dürfen im anderen Staat besteuert werden.

(2) Der Ausdruck „unbewegliches Vermögen“ hat die Bedeutung, die ihm nach dem Recht des Vertragsstaats zukommt, in dem das Vermögen liegt. Der Ausdruck umfaßt in jedem Fall das Zubehör zum unbeweglichen Vermögen, das lebende und tote Inventar land- und forstwirtschaftlicher Betriebe, die Rechte, für die die Vorschriften des Privatrechts über Grundstücke gelten, Nutzungsrechte an unbeweglichem Vermögen sowie Rechte auf veränderliche oder feste Vergütungen für die Ausbeutung oder das Recht auf Ausbeutung von Mineralvorkommen, Quellen und anderen Bodenschätzen; Schiffe und Luftfahrzeuge gelten nicht als unbewegliches Vermögen.

(3) Absatz 1 gilt für Einkünfte aus der unmittelbaren Nutzung, der Vermietung oder Verpachtung sowie jeder anderen Art der Nutzung unbeweglichen Vermögens.

(4) Die Absätze 1 und 3 gelten auch für Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen eines Unternehmens und für Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen, das der Ausübung einer selbständigen Arbeit dient.

(5) Eine in einem der Vertragsstaaten ansässige Person, die im anderen Vertragsstaat mit Einkünften aus unbeweglichem Vermögen, das im anderen Vertragsstaat liegt, der Besteuerung unterliegt, hat das Recht, für jedes Steuerjahr wahlweise mit diesen Einkünften auf der Grundlage der Nettoeinkünfte besteuert zu werden, so als ob diese Einkünfte einer im anderen Vertragsstaat gelegenen Betriebsstätte zuzurechnen wären. Dieses Wahlrecht ist für das Steuerjahr, in dem von ihm Gebrauch gemacht wurde, sowie für alle nachfolgenden Steuerjahre bindend, sofern nicht die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten auf Grund eines Ersuchens des Steuerpflichtigen an die zuständige Behörde des Vertragsstaates, in dem der Steuerpflichtige ansässig ist, zustimmen, daß dieses Wahlrecht widerrufen wird.

Artikel 7

Unternehmensgewinne

(1) Gewerbliche Gewinne eines Unternehmens eines Vertragsstaats dürfen nur in diesem Staat besteuert werden, es sei denn, das Unternehmen übt seine Tätigkeit im anderen Vertragsstaat durch eine dort gelegene Betriebsstätte aus. Übt das Unternehmen seine Tätigkeit auf diese Weise aus, so dürfen die gewerblichen Gewinne des Unternehmens im anderen Staat besteuert werden, jedoch nur insoweit, als sie dieser Betriebsstätte zugerechnet werden können.

(2) Übt ein Unternehmen eines Vertragsstaats seine Tätigkeit im anderen Vertragsstaat durch eine dort gelegene Betriebsstätte aus, so werden vorbehaltlich des Absatzes 3 in jedem Vertragsstaat dieser Betriebsstätte die gewerblichen Gewinne zugerechnet, die sie hätte erzielen können, wenn sie eine gleiche oder ähnliche Tätigkeit unter gleichen oder ähnlichen Bedingungen als selbständiges und unabhängiges Unternehmen ausgeübt hätte.

(3) Bei der Ermittlung der gewerblichen Gewinne einer Betriebsstätte werden die für diese Betriebsstätte entstandenen Aufwendungen, einschließlich eines angemessenen Anteils an den Geschäftsführungs- und allgemeinen Verwaltungskosten, an den Forschungs- und Entwicklungskosten sowie an den Zinsen und anderen Aufwendungen, die dem Gesamtunternehmen (oder dem die Betriebsstätte umfassenden Unternehmensteil) erwachsen sind, zum Abzug zugelassen, gleichgültig, ob sie in dem Staat, in dem die Betriebsstätte liegt, oder anderswo entstanden sind.

(4) Auf Grund des bloßen Einkaufs von Gütern oder Waren für das Unternehmen wird einer Betriebsstätte kein gewerblicher Gewinn zugerechnet.

(5) Bei der Anwendung der vorstehenden Absätze sind die der Betriebsstätte zuzurechnenden Gewinne jedes Jahr auf dieselbe Art zu ermitteln, es sei denn, daß ausreichende Gründe dafür bestehen, anders zu verfahren.

(6) Gehören zu den gewerblichen Gewinnen Einkünfte, die in anderen Artikeln dieses Abkommens behandelt werden, so werden die Bestimmungen jener Artikel durch die Bestimmungen dieses Artikels nicht berührt.

(7) Im Sinne dieses Abkommens umfaßt der Ausdruck „gewerbliche Gewinne“ auch Einkünfte aus der Vermietung von körperlichen beweglichen Wirtschaftsgütern.

(8) Die Absätze 1 bis 7 gelten auch für Einkünfte eines stillen Gesellschafters aus einer Beteiligung an einer stillen Gesellschaft des österreichischen Rechts.

(9) Bei der Anwendung von Artikel 7 Absätze 1 und 2 (Unternehmensgewinne), Artikel 10 Absatz 4 (Dividenden), Artikel 11 Absatz 3 (Zinsen), Artikel 12 Absatz 4 (Lizenzgebühren), Artikel 13 Absatz 3

(Gewinne aus der Veräußerung von Vermögen), Artikel 14 (Selbständige Arbeit) und Artikel 21 Absatz 2 (Andere Einkünfte) werden alle Einkünfte, die während des Bestehens einer Betriebsstätte oder festen Einrichtung durch diese erzielt werden und dieser zuzurechnen sind, in dem Vertragsstaat besteuert, in dem sich diese Betriebsstätte oder feste Einrichtung befindet, und zwar auch dann, wenn die Zahlungen in bezug auf diese Einkünfte zu einem Zeitpunkt zufließen, in dem diese Betriebsstätte oder feste Einrichtung nicht mehr besteht.

Artikel 8

Seeschifffahrt und Luftfahrt

(1) Gewinne eines Unternehmens eines Vertragsstaats aus dem Betrieb von Seeschiffen oder Luftfahrzeugen im internationalen Verkehr dürfen nur in diesem Staat besteuert werden.

(2) Im Sinne dieses Artikels umfassen Gewinne aus dem Betrieb von Seeschiffen oder Luftfahrzeugen im internationalen Verkehr auch Gewinne, die aus der Vermietung von ausgerüsteten oder leeren Seeschiffen oder Luftfahrzeugen erzielt werden, wenn der Mieter diese Seeschiffe oder Luftfahrzeuge im internationalen Verkehr einsetzt oder wenn diese Gewinne mit der Erzielung anderer Gewinne im Sinne des Absatzes 1 im Zusammenhang stehen.

(3) Gewinne eines Unternehmens eines Vertragsstaats aus der Benutzung, Vermietung oder Wartung von Containern (einschließlich Trailerschiffen, Leichtern und ähnlichem Gerät für die Beförderung von Containern) im internationalen Verkehr dürfen nur in diesem Staat besteuert werden.

(4) Absatz 1 gilt auch für Gewinne aus der Beteiligung an einem Pool, einer Betriebsgemeinschaft oder einer internationalen Betriebsstelle.

Artikel 9

Verbundene Unternehmen

(1) Wenn

- a) ein Unternehmen eines Vertragsstaats unmittelbar oder mittelbar an der Geschäftsleitung, der Kontrolle oder dem Kapital eines Unternehmens des anderen Vertragsstaats beteiligt ist oder
- b) dieselben Personen unmittelbar oder mittelbar an der Geschäftsleitung, der Kontrolle oder dem Kapital eines Unternehmens eines Vertragsstaats und eines Unternehmens des anderen Vertragsstaats beteiligt sind

und in diesen Fällen die beiden Unternehmen in ihren kaufmännischen oder finanziellen Beziehungen an vereinbarte oder auferlegte Bedingungen gebunden sind, die von denen abweichen, die unabhängige Unternehmen miteinander vereinbaren würden, so dürfen die Gewinne, die eines der Unternehmen ohne diese Bedingungen erzielt hätte, wegen dieser Bedingungen aber nicht erzielt hat, den Gewinnen dieses Unternehmens zugerechnet und entsprechend besteuert werden. Es gilt jedoch als vereinbart, daß der Umstand, daß verbundene Unternehmen Vereinbarungen wie Kostenumlageverträge oder allgemeine Dienstleistungsverträge zur oder auf der Grundlage der Aufteilung von Geschäftsführungs- und allgemeinen Verwaltungskosten, technischen und kaufmännischen Kosten, Forschungs- und Entwicklungskosten und anderer ähnlicher Kosten abgeschlossen haben, für sich allein nicht als Bedingung im Sinne des vorstehenden Satzes gilt.

(2) Werden in einem Vertragsstaat den Gewinnen eines Unternehmens dieses Staates Gewinne zugerechnet – und entsprechend besteuert –, mit denen ein Unternehmen des anderen Vertragsstaats in diesem Staat besteuert worden ist, und handelt es sich bei den zugerechneten Gewinnen um solche, die das Unternehmen des erstgenannten Staates erzielt hätte, wenn die zwischen den beiden Unternehmen vereinbarten Bedingungen die gleichen gewesen wären, die unabhängige Unternehmen miteinander vereinbaren würden, so nimmt der andere Staat eine entsprechende Änderung der dort von diesen Gewinnen erhobenen Steuer vor. Bei dieser Änderung sind die übrigen Bestimmungen dieses Abkommens zu berücksichtigen; erforderlichenfalls werden die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten einander konsultieren.

Artikel 10

Dividenden

(1) Dividenden, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Gesellschaft an eine im anderen Vertragsstaat ansässige Person zahlt, dürfen im anderen Staat besteuert werden.

(2) Diese Dividenden dürfen jedoch auch in dem Vertragsstaat, in dem die die Dividenden zahlende Gesellschaft ansässig ist, nach dem Recht dieses Staates besteuert werden; die Steuer darf aber, wenn der Empfänger der Dividenden der Nutzungsberechtigte ist, nicht übersteigen:

- a) 5 vom Hundert des Bruttobetrags der Dividenden, wenn der Nutzungsberechtigte eine Gesellschaft (jedoch keine Personengesellschaft) ist, die unmittelbar über mindestens 10 vom Hundert der stimmberechtigten Anteile der die Dividenden zahlenden Gesellschaft verfügt;
- b) 15 vom Hundert des Bruttobetrags der Dividenden in allen anderen Fällen.

Im Fall von Dividenden, die von einer Person der Vereinigten Staaten gezahlt werden, bei der es sich um eine Regulated Investment Company handelt, ist lit. b und nicht lit. a anzuwenden. Lit. a ist nicht auf Dividenden anzuwenden, die von einer Person der Vereinigten Staaten gezahlt werden, bei der es sich um einen Real Estate Investment Trust handelt; lit. b ist nur anzuwenden, wenn der Nutzungsberechtigte der Dividenden eine natürliche Person ist, die mit weniger als 10 vom Hundert an dem Real Estate Investment Trust beteiligt ist. Dieser Absatz berührt nicht die Besteuerung der Gesellschaft in Bezug auf die Gewinne, aus denen die Dividenden gezahlt werden.

(3) Der in diesem Artikel verwendete Ausdruck „Dividenden“ bedeutet Einkünfte aus Aktien oder anderen Rechten – ausgenommen Forderungen – mit Gewinnbeteiligung sowie aus sonstigen Gesellschaftsanteilen stammende Einkünfte, die nach dem Recht des Staates, in dem die ausschüttende Gesellschaft ansässig ist, den Einkünften aus Aktien steuerlich gleichgestellt sind, sowie Einkünfte aus Vereinbarungen, einschließlich Schuldverpflichtungen, die ein Recht auf Gewinnbeteiligung verleihen oder gewinnbezogen sind, und zwar insoweit, als dies nach dem Recht des Vertragsstaats, aus dem die Einkünfte stammen, festgelegt ist.

(4) Die Absätze 1 und 2 sind nicht anzuwenden, wenn der in einem Vertragsstaat ansässige Empfänger der Dividenden im anderen Vertragsstaat, in dem die die Dividenden zahlende Gesellschaft ansässig ist, eine gewerbliche Tätigkeit durch eine dort gelegene Betriebstätte oder eine selbständige Arbeit durch eine dort gelegene feste Einrichtung ausübt und die Beteiligung, für die die Dividenden gezahlt werden, tatsächlich zu dieser Betriebstätte oder festen Einrichtung gehört. In diesem Fall ist Artikel 7 (Unternehmensgewinne) beziehungsweise Artikel 14 (Selbständige Arbeit) anzuwenden.

(5) Ist eine Gesellschaft in einem Vertragsstaat ansässig, so darf der andere Vertragsstaat die von der Gesellschaft gezahlten Dividenden nicht besteuern, es sei denn

- a) daß diese Dividenden an eine im anderen Staat ansässige Person gezahlt werden, oder
- b) daß die Beteiligung, für die die Dividenden gezahlt werden, tatsächlich zu einer im anderen Staat gelegenen Betriebstätte oder festen Einrichtung gehört.

(6) Eine in Österreich ansässige Gesellschaft, die eine Betriebstätte in den Vereinigten Staaten hat oder die in den Vereinigten Staaten mit Einkünften auf Nettobasis steuerpflichtig ist, die dort nach Artikel 6 (Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen) oder Artikel 13 Absatz 1 (Gewinne aus der Veräußerung von Vermögen) besteuert werden dürfen, darf in den Vereinigten Staaten neben der nach anderen Bestimmungen dieses Abkommens zulässigen Steuer einer weiteren Steuer unterliegen. Diese Steuer darf jedoch nur

- a) von dem Teil der der Betriebstätte zurechenbaren gewerblichen Gewinne der Gesellschaft und
- b) von dem Teil der im vorhergehenden Satz genannten Einkünfte, die nach Artikel 6 (Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen) oder Artikel 13 (Gewinne aus der Veräußerung von Vermögen) besteuert werden dürfen,

erhoben werden, der dem ausschüttungsgleichen Betrag (dividend equivalent amount) entspricht, wobei dieser Ausdruck nach dem Recht der Vereinigten Staaten unter Beachtung künftiger, seine allgemeinen Grundsätze währenden Änderungen definiert wird.

(7) Die Steuer im Sinne des Absatzes 6 darf den in Absatz 2 lit. a vorgesehenen Satz nicht übersteigen.

Artikel 11

Zinsen

(1) Zinsen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person als Nutzungsberechtigter bezieht, dürfen nur in diesem Staat besteuert werden.

(2) Der in diesem Artikel verwendete Ausdruck „Zinsen“ bedeutet Einkünfte aus Forderungen jeder Art, auch wenn die Forderungen durch Pfandrechte an Grundstücken gesichert oder mit einer Beteiligung am Gewinn des Schuldners ausgestattet sind, und insbesondere Einkünfte aus öffentlichen Anleihen und

aus Obligationen einschließlich der damit verbundenen Aufgelder und der Gewinne aus Losanleihen und einschließlich des Überschubeinschlusses (excess inclusion) hinsichtlich des Restanteiles an einem Real Estate Mortgage Investment Conduit. Zuschläge für verspätete Zahlung gelten nicht als Zinsen im Sinne dieses Artikels. Der Ausdruck „Zinsen“ umfaßt jedoch nicht Einkünfte, die in Artikel 10 (Dividenden) behandelt werden.

(3) Absatz 1 ist nicht anzuwenden, wenn der in einem Vertragsstaat ansässige Nutzungsberechtigte im anderen Vertragsstaat, aus dem die Zinsen stammen, eine gewerbliche Tätigkeit durch eine dort gelegene Betriebstätte oder eine selbständige Arbeit durch eine dort gelegene feste Einrichtung ausübt und die Forderung, für die die Zinsen gezahlt werden, tatsächlich zu dieser Betriebstätte oder festen Einrichtung gehört. In diesem Fall ist Artikel 7 (Unternehmensgewinne) beziehungsweise Artikel 14 (Selbständige Arbeit) anzuwenden.

(4) Bestehen zwischen dem Schuldner und dem Nutzungsberechtigten oder zwischen jedem von ihnen und einem Dritten besondere Beziehungen und übersteigen deshalb die Zinsen, gemessen an der zugrundeliegenden Forderung, den Betrag, den Schuldner und Nutzungsberechtigter ohne diese Beziehungen vereinbart hätten, so wird dieser Artikel nur auf den letzteren Betrag angewendet. In diesem Fall kann der übersteigende Betrag nach dem Recht eines jeden Vertragsstaats und unter Berücksichtigung der anderen Bestimmungen dieses Abkommens besteuert werden.

(5) Absatz 1 ist nicht anzuwenden

- a) auf den Überschubeinschluß (excess inclusion) hinsichtlich des Restanteiles an einem Real Estate Mortgage Investment Conduit oder
- b) auf abhängige Zinsen („contingent interest“) jener Art, die nach amerikanischem Recht nicht die Voraussetzungen für Portfoliozinsen erfüllt, sowie auf gleichartige Beträge nach österreichischem Recht.

Die in diesem Absatz beschriebenen Arten von Zinsen unterliegen in dem Vertragsstaat, aus dem sie stammen, nach den Bestimmungen des innerstaatlichen Rechts dieses Staates der Besteuerung.

Artikel 12

Lizenzgebühren

(1) Lizenzgebühren, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person als Nutzungsberechtigter bezieht, dürfen nur in diesem Staat besteuert werden.

(2) Diese Lizenzgebühren dürfen jedoch auch in dem Vertragsstaat, aus dem sie stammen, besteuert werden, wenn sie eine Vergütung für die Benutzung oder für das Recht auf Benutzung von kinematographischen Filmen oder Filmen, Bändern oder anderen Mitteln der Wiedergabe für Rundfunk und Fernsehen darstellen; die Steuer darf aber in diesem Fall 10 vom Hundert des Bruttobetrags der Lizenzgebühren nicht übersteigen.

(3) Der in diesem Artikel verwendete Ausdruck „Lizenzgebühren“ bedeutet Vergütungen jeder Art, die für die Benutzung oder für das Recht auf Benutzung von Urheberrechten an literarischen, künstlerischen oder wissenschaftlichen Werken (einschließlich kinematographischer Filme und Filme und Bänder für Rundfunk und Fernsehen), von Patenten, Marken, Mustern oder Modellen, Plänen, geheimen Formeln oder Verfahren oder anderen ähnlichen Rechten oder Vermögenswerten oder für die Mitteilung gewerblicher, kaufmännischer oder wissenschaftlicher Erfahrungen gezahlt werden. Der Ausdruck „Lizenzgebühren“ umfaßt auch Gewinne, die aus der Veräußerung dieser Rechte oder Vermögenswerte erzielt werden, soweit sie von deren Produktivität, Nutzung oder Veräußerung abhängen.

(4) Die Absätze 1 und 2 sind nicht anzuwenden, wenn der in einem Vertragsstaat ansässige Nutzungsberechtigte im anderen Vertragsstaat, aus dem die Lizenzgebühren stammen, eine gewerbliche Tätigkeit durch eine dort gelegene Betriebstätte oder eine selbständige Arbeit durch eine dort gelegene feste Einrichtung ausübt und die Rechte oder Vermögenswerte, für die die Lizenzgebühren gezahlt werden, tatsächlich zu dieser Betriebstätte oder festen Einrichtung gehören. In diesem Fall ist Artikel 7 (Unternehmensgewinne) beziehungsweise Artikel 14 (Selbständige Arbeit) anzuwenden.

(5) Bestehen zwischen dem Schuldner und dem Nutzungsberechtigten oder zwischen jedem von ihnen und einem Dritten besondere Beziehungen und übersteigen deshalb die Lizenzgebühren, gemessen an der zugrundeliegenden Leistung, den Betrag, den Schuldner und Nutzungsberechtigter ohne diese Beziehungen vereinbart hätten, so wird dieser Artikel nur auf den letzteren Betrag angewendet. In diesem Fall kann der übersteigende Betrag nach dem Recht eines jeden Vertragsstaats und unter Berücksichtigung der anderen Bestimmungen dieses Abkommens besteuert werden.

(6) Lizenzgebühren gelten insoweit als aus einem Vertragsstaat stammend, als diese Lizenzgebühren im Hinblick auf die Nutzung oder das Recht auf Nutzung Rechte oder Vermögenswerte innerhalb dieses Staates gezahlt werden.

Artikel 13

Gewinne aus der Veräußerung von Vermögen

(1) Gewinne, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person aus der Veräußerung unbeweglichen Vermögens bezieht, das im anderen Vertragsstaat liegt, dürfen im anderen Staat besteuert werden.

(2) Im Sinne des Absatzes 1 umfaßt der Ausdruck „unbewegliches Vermögen, das im anderen Vertragsstaat liegt“,

- a) wenn die Vereinigten Staaten der andere Vertragsstaat sind, unbewegliches Vermögen im Sinne des Artikels 6, das in den Vereinigten Staaten liegt, Anteile an amerikanischem unbeweglichen Vermögen (United States real property interest) und Beteiligungen an einer Personengesellschaft, einem Trust oder einem Nachlaß, soweit deren Vermögen aus in den Vereinigten Staaten gelegenen unbeweglichen Vermögen besteht;
- b) wenn Österreich der andere Vertragsstaat ist,
 - i) in Österreich gelegenes unbewegliches Vermögen im Sinne des Artikels 6 (Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen) und
 - ii) Anteile oder ähnliche Rechte an einer Gesellschaft, deren Vermögen unmittelbar oder mittelbar überwiegend aus solchem unbeweglichen Vermögen besteht.

(3) Gewinne aus der Veräußerung beweglichen Vermögens, das Betriebsvermögen einer Betriebsstätte ist, die ein Unternehmen eines Vertragsstaats im anderen Vertragsstaat hat, oder das zu einer festen Einrichtung gehört, die einer in einem Vertragsstaat ansässigen Person für die Ausübung einer selbständigen Arbeit im anderen Vertragsstaat zur Verfügung steht, einschließlich derartiger Gewinne, die bei der Veräußerung einer solchen Betriebsstätte (allein oder mit dem übrigen Unternehmen) oder einer solchen festen Einrichtung erzielt werden, dürfen im anderen Staat besteuert werden.

(4) Gewinne aus der Veräußerung beweglichen Vermögens, das einer in einem Vertragsstaat ansässigen Person im anderen Vertragsstaat gehört oder gehört hat und das aus diesem anderen Vertragsstaat weggebracht wird, dürfen im anderen Staat gemäß seinem Recht besteuert werden, jedoch nur insoweit, als diese Gewinne während des Zeitraumes entstanden sind, in dem das Wirtschaftsgut zum Betriebsvermögen einer Betriebsstätte oder einer festen Einrichtung gehörte, die diese Person im anderen Staat innehat oder innegehabt hat. Diese Gewinne dürfen auch im erstgenannten Vertragsstaat nach seinem Recht besteuert werden. Der erstgenannte Staat scheidet jedoch aus seiner Steuerbemessungsgrundlage jene Gewinne aus, die im anderen Vertragsstaat gemäß dem ersten Satz dieses Absatzes besteuert werden oder wurden.

(5) Gewinne eines Unternehmens eines Vertragsstaats aus der Veräußerung von Seeschiffen, Luftfahrzeugen oder Containern, die im internationalen Verkehr von diesem Unternehmen betrieben werden, dürfen nur in diesem Staat besteuert werden; Gewinne im Sinne des Artikels 12 Absatz 3 (Lizenzgebühren) dürfen nur gemäß Artikel 12 (Lizenzgebühren) besteuert werden.

(6) Gewinne aus der Veräußerung des in den vorstehenden Absätzen nicht genannten Vermögens dürfen nur in dem Vertragsstaat besteuert werden, in dem der Veräußerer ansässig ist.

(7) Wurde Vermögen von einer in den Vereinigten Staaten ansässigen Person in eine in Österreich ansässige Gesellschaft in Form einer Einlage eingebracht und erfolgte in Österreich in Anwendung des Umgründungssteuergesetzes keine Besteuerung eines Veräußerungsgewinnes, so bleibt eine spätere Veräußerung der entsprechenden Anteile an der österreichischen Gesellschaft in Österreich bis zum Jahr 2010 steuerpflichtig.

Artikel 14

Selbständige Arbeit

Einkünfte, die eine in einem Vertragsstaat ansässige natürliche Person aus selbständiger Arbeit bezieht, dürfen nur in diesem Staat besteuert werden, es sei denn, daß die Arbeit in dem anderen Staat ausgeübt wird und die Einkünfte einer festen Einrichtung zuzurechnen sind, die der natürlichen Person im anderen Staat für die Ausübung ihrer Tätigkeit gewöhnlich zur Verfügung steht.

Artikel 15**Unselbständige Arbeit**

(1) Vorbehaltlich der Artikel 18 (Ruhegehälter) und 19 (Öffentlicher Dienst) dürfen Gehälter, Löhne und ähnliche Vergütungen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person aus unselbständiger Arbeit bezieht, nur in diesem Staat besteuert werden, es sei denn, die Arbeit wird im anderen Vertragsstaat ausgeübt. Wird die Arbeit dort ausgeübt, so dürfen die dafür bezogenen Vergütungen im anderen Staat besteuert werden.

(2) Ungeachtet des Absatzes 1 dürfen Vergütungen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person für eine im anderen Vertragsstaat ausgeübte unselbständige Arbeit bezieht, nur im erstgenannten Staat besteuert werden, wenn

- a) der Empfänger sich im anderen Staat insgesamt nicht länger als 183 Tage innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten, der während des betreffenden Steuerjahres beginnt oder endet, aufhält und
- b) die Vergütungen von einem Arbeitgeber oder für einen Arbeitgeber gezahlt werden, der nicht im anderen Staat ansässig ist, und
- c) die Vergütungen nicht von einer Betriebsstätte oder einer festen Einrichtung getragen werden, die der Arbeitgeber im anderen Staat hat.

(3) Ungeachtet der vorstehenden Bestimmungen dieses Artikels dürfen Vergütungen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person für unselbständige Arbeit als Mitglied der regulären Besatzung eines Seeschiffes oder Luftfahrzeuges bezieht, das im internationalen Verkehr betrieben wird, nur in diesem Vertragsstaat besteuert werden.

Artikel 16**Grenzen der Abkommensvergünstigungen**

(1) Eine in einem Vertragsstaat ansässige Person, die Einkünfte aus dem anderen Vertragsstaat bezieht, hat im anderen Vertragsstaat nur dann Anspruch auf Vergünstigungen nach diesem Abkommen, wenn diese Person

- a) eine natürliche Person ist;
- b) ein Vertragsstaat oder eine seiner Gebietskörperschaften ist;
- c) im erstgenannten Vertragsstaat aktiv gewerblich tätig ist (außer wenn das Gewerbe in der Plazierung oder Verwaltung von Kapitalanlagen besteht, es sei denn, es handelt sich bei dieser Tätigkeit um Bank- oder Versicherungstätigkeiten einer Bank oder Versicherungsgesellschaft), die aus dem anderen Vertragsstaat bezogenen Einkünfte im Zusammenhang mit oder aus Anlaß dieser gewerblichen Tätigkeit bezogen werden und hinsichtlich der im Zusammenhang mit dieser Tätigkeit bezogenen Einkünfte die gewerbliche Tätigkeit gegenüber der im anderen Vertragsstaat ausgeübten Tätigkeit, die zu Einkünften führt, hinsichtlich derer im anderen Vertragsstaat Abkommensvergünstigungen beansprucht werden, erheblich ist;
- d) eine Person ist,
 - i) an der das wirtschaftliche Eigentum zu mehr als 50 vom Hundert (oder, im Fall einer Gesellschaft, deren Anteile jeder Gattung zahlenmäßig zu mehr als 50 vom Hundert) unmittelbar oder mittelbar Personen gehört (gehören), denen die Vergünstigungen nach diesem Abkommen gemäß lit. a, b, e, f oder g zustehen oder die Staatsbürger der Vereinigten Staaten sind, und
 - ii) deren Einnahmen nicht zu mehr als 50 vom Hundert unmittelbar oder mittelbar zur Erfüllung von Verbindlichkeiten (einschließlich Zins- oder Lizenzverbindlichkeiten) gegenüber Personen verwendet wird, denen die Vergünstigungen nach diesem Abkommen gemäß lit. a, b, e, f oder g nicht zustehen oder die keine Staatsbürger der Vereinigten Staaten sind;
- e) eine Gesellschaft ist und ein erheblicher und regelmäßiger Handel mit der Hauptgattung ihrer Aktien an einer anerkannten Börse stattfindet;
- f) eine Gesellschaft ist, die unmittelbar oder mittelbar mindestens zu 90 vom Hundert nicht mehr als fünf in lit. e genannten Gesellschaften gehört, sofern in dieser Eigentümerreihe jede Person in einem Vertragsstaat ansässig ist und vorausgesetzt, daß der Eigentümer der übrigen Anteile an der Gesellschaft eine in einem Vertragsstaat ansässige natürliche Person ist;
- g) eine nicht auf Gewinnerzielung gerichtete Organisation (einschließlich Pensionsfonds und Privatstiftungen) ist, die auf Grund ihres Status in dem Vertragsstaat, in dem sie ansässig ist, allgemein von der Einkommensbesteuerung befreit ist, vorausgesetzt, daß die etwaigen Begünstigten,

Mitglieder oder Teilhaber der Organisation zu mehr als der Hälfte Personen sind, die nach diesem Artikel Anspruch auf die Vergünstigungen nach diesem Abkommen haben;

h) eine anerkannte Hauptverwaltungsgesellschaft eines multinationalen Konzerns ist.

(2) Einer Person, die nach den Absätzen 1 und 4 keinen Anspruch auf die Vergünstigungen nach diesem Abkommen hat, dürfen diese Vergünstigungen gleichwohl gewährt werden, wenn die zuständige Behörde des Vertragsstaats, aus dem die betreffenden Einkünfte stammen, dies zuläßt. Die zuständige Behörde des Vertragsstaats, aus dem die Einkünfte stammen, wird sich mit der zuständigen Behörde des anderen Vertragsstaats beraten, ehe sie die nach diesem Absatz beanspruchten Abkommensvergünstigungen versagt.

(3) Im Sinne des Absatzes 1 lit. e bedeutet der Ausdruck „anerkannte Börse“

a) das im Eigentum der National Association of Securities Dealers, Inc. stehende NASDAQ-System und jede Börse, die bei der U.S. Securities and Exchange Commission als nationale Effektenbörse im Sinne des U.S. Securities Exchange Act of 1934 registriert ist;

b) die Wiener Börse; und

c) jede sonstige Börse, auf die sich die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten verständigen.

(4) Bezieht ein Unternehmen Österreichs aus den Vereinigten Staaten Zinsen oder Lizenzgebühren und sind diese Einkünfte einer Betriebstätte zuzurechnen, die das Unternehmen im Bereich der Jurisdiktion eines anderen Staates als der Vertragsstaaten (Drittstaat) unterhält, so finden die Vergünstigungen des Artikels 11 Absatz 1 (Zinsen) und des Artikels 12 Absätze 1 und 2 (Lizenzgebühren) auf solche Einkünfte keine Anwendung, wenn die Gewinne dieser Betriebstätte in Österreich und im Drittstaat insgesamt einem tatsächlichen Steuersatz von weniger als 60 vom Hundert des allgemeinen Steuersatzes der österreichischen Körperschaftsteuer unterliegen. Die vorstehenden Sätze dieses Absatzes sind nicht anzuwenden

a) auf Zinsen, die im Zusammenhang mit oder aus Anlaß einer in der Betriebstätte des Drittstaats ausgeübten aktiven gewerblichen Tätigkeit bezogen werden (außer wenn das Gewerbe in der Plazierung oder Verwaltung von Kapitalanlagen besteht, es sei denn, es handelt sich bei dieser Tätigkeit um Bank- oder Versicherungstätigkeiten einer Bank oder Versicherungsgesellschaft);

b) auf Lizenzgebühren, die als Vergütung für die Benutzung oder das Recht auf Benutzung von immateriellen Wirtschaftsgütern bezogen werden, die in der Betriebstätte hergestellt oder entwickelt worden sind; und

c) auf Einkünfte, die ein Unternehmen Österreichs bezieht, wenn die Vereinigten Staaten die Gewinne dieses Unternehmens nach den Bestimmungen des Internal Revenue Code des Jahres 1986 (Subtitle A, Chapter 1, Subchapter N, Part II, Subpart F), unter Beachtung künftiger, seine allgemeinen Grundsätze während Änderungen, der Besteuerung unterwerfen.

(5) Die zuständigen Behörden tauschen gemäß Artikel 25 (Informationsaustausch und Amtshilfe) die Informationen aus, die erforderlich sind, um diesen Artikel durchzuführen und in den dort angesprochenen Fällen die Anwendung ihres innerstaatlichen Rechts zu gewährleisten.

Artikel 17

Künstler und Sportler

(1) Ungeachtet der Artikel 7 (Unternehmensgewinne), 14 (Selbständige Arbeit) und 15 (Unselbständige Arbeit) dürfen Einkünfte, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person als Künstler, wie Bühnen-, Film-, Rundfunk- und Fernsehkünstler sowie Musiker, oder als Sportler aus ihrer im anderen Vertragsstaat persönlich ausgeübten Tätigkeit bezieht, im anderen Staat besteuert werden; dies gilt jedoch nicht, wenn der vom Künstler oder Sportler aus dieser Tätigkeit bezogene Bruttobetrag der Einnahmen, einschließlich der ihm erstatteten oder für ihn übernommenen Kosten, zwanzigtausend US-Dollar (20 000 \$) oder den Gegenwert in österreichischen Schilling für das betreffende Steuerjahr nicht übersteigt.

(2) Fließen Einkünfte aus einer von einem Künstler oder Sportler in dieser Eigenschaft persönlich ausgeübten Tätigkeit nicht dem Künstler oder Sportler selbst, sondern einer anderen Person zu, so dürfen diese Einkünfte ungeachtet der Artikel 7 (Unternehmensgewinne), 14 (Selbständige Arbeit) und 15 (Unselbständige Arbeit) in dem Vertragsstaat besteuert werden, in dem der Künstler oder Sportler seine Tätigkeit ausübt. Der vorstehende Satz ist nicht anzuwenden, wenn nachgewiesen wird, daß weder der Künstler oder Sportler noch eine ihm nahestehende Person unmittelbar oder mittelbar in irgendeiner Weise an den Gewinnen jener anderen Person – einschließlich später zu zahlender Vergütungen,

Gratifikationen, Honorare, Dividenden, Anteile am Gewinn einer Personengesellschaft oder anderer Ausschüttungen – beteiligt ist.

(3) Fließen Zahlungen, mit Ausnahme der in Absatz 2 erster Satz erfaßten Fällen, aus einer von einem Künstler oder Sportler in dieser Eigenschaft persönlich ausgeübten Tätigkeit nicht dem Künstler oder Sportler selbst, sondern einer anderen Person zu, so dürfen diese Zahlungen ungeachtet der Artikel 7 (Unternehmensgewinne), oder 14 (Selbständige Arbeit) in dem Vertragsstaat, in dem der Künstler oder Sportler seine Tätigkeit ausübt, einer Abzugsteuer unterworfen werden; über Ersuchen der anderen Person wird die Abzugsteuer insoweit erstattet, als der Betrag der Abzugsteuer die Steuerschuld des Künstlers oder Sportlers im Sinne des Absatzes 1 übersteigt. Den Rückerstattungsanträgen sind die von diesem Vertragsstaat geforderten Belege anzuschließen.

Artikel 18

Ruhegehälter

(1) Vorbehaltlich des Artikels 19 (Öffentlicher Dienst) dürfen

- a) Ruhegehälter und ähnliche Vergütungen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person für frühere unselbständige Arbeit als Nutzungsberechtigter bezieht, nur in diesem Staat besteuert werden und
- b) Zahlungen aus der gesetzlichen Sozialversicherung und andere öffentliche Ruhegehälter, die von einem Vertragsstaat an eine in dem anderen Vertragsstaat ansässige natürliche Person oder an einen Staatsbürger der Vereinigten Staaten geleistet werden, nur in dem erstgenannten Vertragsstaat besteuert werden.

(2) Renten, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person als Nutzungsberechtigter bezieht, dürfen nur in diesem Staat besteuert werden. Der in diesem Absatz verwendete Ausdruck „Renten“ bedeutet einen bestimmten Betrag, der regelmäßig zu festgesetzten Zeitpunkten während einer bestimmten Anzahl von Jahren auf Grund einer Verpflichtung gegen angemessene und bewirkte Leistungen (ausgenommen geleistete Dienste) gezahlt wird.

(3) Unterhaltszahlungen, die von einer in einem Vertragsstaat ansässigen Person an eine im anderen Vertragsstaat ansässige Person gezahlt werden, dürfen nur im erstgenannten Vertragsstaat besteuert werden. Der in diesem Absatz verwendete Ausdruck „Unterhaltszahlungen“ bedeutet regelmäßige Zahlungen auf Grund einer schriftlichen Trennungsvereinbarung, eines Scheidungsurteils oder eines Urteils zur Leistung von Unterhaltszahlungen an getrennt lebende Ehepartner oder von Pflichtunterhaltszahlungen.

(4) In Absatz 3 nicht behandelte regelmäßige Zahlungen für den Unterhalt eines minderjährigen Kindes auf Grund einer schriftlichen Trennungsvereinbarung, eines Scheidungsurteils oder eines Urteils zur Leistung von Unterhaltszahlungen an getrennt lebende Ehepartner oder Pflichtunterhaltszahlungen, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person an eine im anderen Vertragsstaat ansässige Person leistet, sind in beiden Vertragsstaaten von der Besteuerung ausgenommen.

(5) a) Beiträge, die von einer in einem Vertragsstaat unselbständig tätigen Person getragen und an eine im anderen Vertragsstaat errichtete und dort steuerlich anerkannte Pensionskasse geleistet werden, sind im erstgenannten Staat bei der Ermittlung des steuerpflichtigen Einkommens dieser Person in der gleichen Weise, unter den gleichen Bedingungen und Einschränkungen abzuziehen und zu behandeln wie Beiträge, die an eine im erstgenannten Staat steuerlich anerkannte Pensionskasse gezahlt werden, sofern

- i) die Person nicht unmittelbar vor Aufnahme ihrer Tätigkeit in diesem Staat ansässig war und schon vor diesem Zeitpunkt Beiträge für sie an die Pensionskasse geleistet worden sind; und
- ii) die zuständige Behörde dieses Vertragsstaats festgestellt hat, daß die Pensionskasse allgemein einer Pensionskasse entspricht, die in diesem Staat als solche für steuerliche Zwecke anerkannt ist.

b) Im Sinne der lit. a

- i) bedeutet „Pensionskasse“ eine Einrichtung, an der die Person teilnimmt, um hinsichtlich der in lit. a erwähnten unselbständigen Arbeit Ruhegehaltsansprüche zu erwerben; und
- ii) ist eine Pensionskasse in einem Staat für steuerliche Zwecke anerkannt, wenn hinsichtlich der an diese Kasse geleisteten Beiträge in diesem Staat Steuerentlastungen zu gewähren sind.

Artikel 19**Öffentlicher Dienst**

(1) Löhne, Gehälter und ähnliche Vergütungen, einschließlich Ruhegehälter, Renten und ähnliche Leistungen, die aus öffentlichen Kassen eines Vertragsstaats oder einer seiner Gebietskörperschaften an einen Staatsbürger dieses Vertragsstaats für eine als Dienstnehmer dieses Vertragsstaats oder einer seiner Gebietskörperschaften in Ausübung öffentlicher Funktionen ausgeübte Tätigkeit oder persönliche Dienstleistung gezahlt werden, dürfen nur in diesem Vertragsstaat besteuert werden.

(2) Auf Vergütungen und Ruhegehälter für Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit einer gewerblichen Tätigkeit eines Vertragsstaats oder einer seiner Gebietskörperschaften erbracht werden, sind die Artikel 14 (Selbständige Arbeit), 15 (Unselbständige Arbeit), 17 (Künstler und Sportler) und 18 (Ruhegehälter) anzuwenden.

(3) Absatz 1 gilt auch für Vergütungen, die an die österreichischen Außenhandelsdelegierten der Wirtschaftskammer Österreich und an die Mitglieder der österreichischen Außenhandelsstellen gezahlt werden, jedoch nur insoweit, als diese Personen in den Vereinigten Staaten öffentliche Funktionen ausüben, sofern die Empfänger dieser Vergütungen Staatsbürger Österreichs sind.

Artikel 20**Studenten und Lehrlinge**

Zahlungen, die ein Student, Praktikant oder Lehrling erhält, der sich in einem Vertragsstaat zum Vollzeitstudium an einer anerkannten Bildungseinrichtung oder zur Vollzeitausbildung aufhält und der im anderen Vertragsstaat ansässig ist oder dort unmittelbar vor der Einreise in den erstgenannten Staat ansässig war, dürfen im erstgenannten Staat nicht besteuert werden, sofern diese Zahlungen aus Quellen außerhalb dieses Staates stammen und für seinen Unterhalt, sein Studium oder seine Ausbildung erfolgen. Die in diesem Artikel vorgesehene Steuerbefreiung gilt für einen Praktikanten oder Lehrling nur hinsichtlich eines Zeitraumes, der drei Jahre vom Zeitpunkt seiner erstmaligen Einreise in den erstgenannten Vertragsstaat zu Ausbildungszwecken nicht übersteigt.

Artikel 21**Andere Einkünfte**

(1) Einkünfte einer in einem Vertragsstaat ansässigen Person, die in den vorstehenden Artikeln nicht behandelt wurden, dürfen ohne Rücksicht auf ihre Herkunft nur in diesem Staat besteuert werden.

(2) Absatz 1 ist auf andere Einkünfte als solche aus unbeweglichem Vermögen im Sinne des Artikels 6 Absatz 2 (Einkünfte aus unbeweglichem Vermögen) nicht anzuwenden, wenn der in einem Vertragsstaat ansässige Empfänger im anderen Vertragsstaat eine gewerbliche Tätigkeit durch eine dort gelegene Betriebsstätte oder eine selbständige Arbeit durch eine dort gelegene feste Einrichtung ausübt und die Rechte oder Vermögenswerte, für die die Einkünfte gezahlt werden, tatsächlich zu dieser Betriebsstätte oder festen Einrichtung gehören. In diesem Fall ist Artikel 7 (Unternehmensgewinne) beziehungsweise Artikel 14 (Selbständige Arbeit) anzuwenden.

Artikel 22**Vermeidung der Doppelbesteuerung**

(1) In Übereinstimmung mit dem Recht der Vereinigten Staaten und vorbehaltlich der dort vorgesehenen Begrenzungen (unter Beachtung künftiger, seine allgemeinen Grundsätze wahrender Änderungen) rechnen die Vereinigten Staaten bei einer in den Vereinigten Staaten ansässigen Person oder einem Staatsbürger der Vereinigten Staaten auf die Einkommensteuer der Vereinigten Staaten folgendes an:

- a) die von dem Staatsbürger oder der ansässigen Person oder für diese Person an Österreich gezahlte Einkommensteuer und
- b) im Fall einer Gesellschaft der Vereinigten Staaten, der mindestens 10 vom Hundert der stimmberechtigten Anteile einer in Österreich ansässigen Gesellschaft gehören, von der die Gesellschaft der Vereinigten Staaten Dividenden bezieht, die von der ausschüttenden oder für die ausschüttende Gesellschaft an Österreich gezahlte Einkommensteuer auf die Gewinne, aus denen die Dividenden gezahlt werden.

Im Sinne dieses Absatzes gelten die in Artikel 2 Absätze 2 lit. b und 3 (Unter das Abkommen fallende Steuern) genannten Steuern als Einkommensteuern.

(2) Ist ein Staatsbürger der Vereinigten Staaten in Österreich ansässig, so gilt folgendes:

- a) Bei Einkünften, die nach diesem Abkommen bei Bezug durch eine in Österreich ansässige Person ohne Staatsbürgerschaft der Vereinigten Staaten von der Steuer der Vereinigten Staaten befreit wären oder einem ermäßigten Satz der Steuer der Vereinigten Staaten unterlägen, rechnet Österreich auf die österreichische Steuer nur die allenfalls gezahlte Steuer an, die die Vereinigten Staaten nach diesem Abkommen erheben dürfen; dabei werden die Steuern nicht berücksichtigt, die lediglich nach Artikel 1 Absatz 4 (Persönlicher Geltungsbereich) auf Grund der Staatsbürgerschaft erhoben werden dürfen;
- b) für Zwecke der Berechnung der Steuer der Vereinigten Staaten auf die in lit. a genannten Einkünfte rechnen die Vereinigten Staaten auf die Steuer der Vereinigten Staaten die Einkommensteuer an, die nach der in lit. a genannten Anrechnung an Österreich gezahlt worden ist; die so gewährte Anrechnung darf den Teil der Steuer der Vereinigten Staaten nicht schmälern, der nach lit. a auf die österreichischen Steuern anrechenbar ist; und
- c) ausschließlich zum Zweck der Vermeidung der Doppelbesteuerung in den Vereinigten Staaten nach lit. b gelten Einkünfte, die in lit. a genannt sind, ungeachtet des Absatzes 4 als aus Österreich stammend, soweit dies erforderlich ist, um die Doppelbesteuerung dieser Einkünfte nach lit. b zu vermeiden.

(3) In Österreich wird die Doppelbesteuerung wie folgt vermieden:

- a) Bezieht eine in Österreich ansässige Person Einkünfte und dürfen diese Einkünfte nach diesem Abkommen in den Vereinigten Staaten besteuert werden – ausgenommen eine Besteuerung ausschließlich auf Grund der Staatsbürgerschaft gemäß Artikel 1 Absatz 4 (Persönlicher Geltungsbereich) –, so rechnet Österreich auf die vom Einkommen dieser Person zu erhebende Steuer den Betrag an, der der in den Vereinigten Staaten gezahlten Steuer vom Einkommen entspricht. Der anzurechnende Betrag darf jedoch den Teil der vor der Anrechnung ermittelten österreichischen Steuer vom Einkommen nicht übersteigen, der auf die Einkünfte, die in den Vereinigten Staaten besteuert werden dürfen, entfällt. Eine gemäß Artikel 10 Absatz 6 (Dividenden) erhobene Steuer wird den steuerpflichtigen Einkünften zugerechnet, die im Rahmen der Betriebsstätte in dem Jahr, für das die Steuer erhoben wird, erzielt werden.
- b) Einkünfte einer in Österreich ansässigen Person, die nach dem Abkommen von der Besteuerung in Österreich auszunehmen sind, dürfen gleichwohl in Österreich bei der Festsetzung der Steuer für das übrige Einkommen der Person einbezogen werden.

(4) Zur Vermeidung der Doppelbesteuerung gemäß Absatz 1 dieses Artikels und vorbehaltlich der Quellenregeln des innerstaatlichen Rechts der Vertragsstaaten, die für die Begrenzung der Anrechnung ausländischer Steuern gelten, ist die Quelle der Einkünfte und Gewinne ausschließlich wie folgt zu bestimmen:

- a) Einkünfte und Gewinne, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person bezieht und die im anderen Vertragsstaat nach diesem Abkommen besteuert werden dürfen – ausgenommen eine Besteuerung ausschließlich auf Grund der Staatsbürgerschaft gemäß Artikel 1 Absatz 4 (Persönlicher Geltungsbereich) –, gelten als aus dem anderen Staat stammend;
- b) Einkünfte und Gewinne, die eine in einem Vertragsstaat ansässige Person bezieht und die im anderen Vertragsstaat nach diesem Abkommen nicht besteuert werden dürfen, gelten als aus dem erstgenannten Staat stammend.

Die Bestimmungen dieses Absatzes gelten nicht für die Anrechnung von anderen als den in Artikel 2 Absätze 2 lit. b und 3 (Unter das Abkommen fallende Steuern) genannten ausländischen Steuern auf die Steuer der Vereinigten Staaten.

Artikel 23

Gleichbehandlung

(1) Staatsangehörige eines Vertragsstaats dürfen im anderen Staat keiner Besteuerung oder damit zusammenhängenden Verpflichtung unterworfen werden, die anders oder belastender ist als die Besteuerung und die damit zusammenhängenden Verpflichtungen, denen Staatsangehörige des anderen Staates unter gleichen Verhältnissen unterworfen sind oder unterworfen werden können. Diese Bestimmung gilt ungeachtet des Artikels 1 (Persönlicher Geltungsbereich) auch für Personen, die in keinem Vertragsstaat ansässig sind. Für Zwecke der Steuer der Vereinigten Staaten befinden sich ein Staatsangehöriger der Vereinigten Staaten, der nicht in den Vereinigten Staaten ansässig ist, und ein

österreichischer Staatsangehöriger, der nicht in den Vereinigten Staaten ansässig ist, nicht in gleichen Verhältnissen.

(2) Die Besteuerung einer Betriebsstätte, die ein Unternehmen eines Vertragsstaats im anderen Vertragsstaat hat, darf im anderen Staat nicht ungünstiger sein als die Besteuerung von Unternehmen des anderen Staates, die die gleiche Tätigkeit ausüben. Diese Bestimmung ist nicht so auszulegen, als verpflichte sie einen Vertragsstaat, den im anderen Vertragsstaat ansässigen Personen Steuerfreibeträge, -vergünstigungen und -ermäßigungen auf Grund des Personenstandes oder der Familienlasten zu gewähren, die er seinen ansässigen Personen gewährt.

(3) Sofern nicht Artikel 9 Absatz 1 (Verbundene Unternehmen), Artikel 11 Absatz 4 (Zinsen) oder Artikel 12 Absatz 5 (Lizenzgebühren) anzuwenden ist, sind Zinsen, Lizenzgebühren und andere Entgelte, die ein Unternehmen eines Vertragsstaats an eine im anderen Vertragsstaat ansässige Person zahlt, bei der Ermittlung der steuerpflichtigen Gewinne dieses Unternehmens unter den gleichen Bedingungen wie Zahlungen an eine im erstgenannten Staat ansässige Person zum Abzug zuzulassen. Dementsprechend sind Schulden, die ein Unternehmen eines Vertragsstaats gegenüber einer im anderen Vertragsstaat ansässigen Person hat, bei der Ermittlung des steuerpflichtigen Vermögens dieses Unternehmens unter den gleichen Bedingungen wie Schulden gegenüber einer im erstgenannten Staat ansässigen Person zum Abzug zuzulassen.

(4) Unternehmen eines Vertragsstaats, deren Kapital ganz oder teilweise unmittelbar oder mittelbar einer im anderen Vertragsstaat ansässigen Person oder mehreren solchen Personen gehört oder ihrer Kontrolle unterliegt, dürfen im erstgenannten Staat keiner Besteuerung oder damit zusammenhängenden Verpflichtung unterworfen werden, die anders oder belastender ist als die Besteuerung und die damit zusammenhängenden Verpflichtungen, denen andere ähnliche Unternehmen des erstgenannten Staates unterworfen sind oder unterworfen werden können.

(5) Dieser Artikel steht der Erhebung der in Artikel 10 Absätze 6 und 7 (Dividenden) bezeichneten Steuer durch einen Vertragsstaat nicht entgegen.

(6) Dieser Artikel gilt für Steuern jeder Art und Bezeichnung, die von einem Vertragsstaat oder einer seiner Gebietskörperschaften erhoben werden.

Artikel 24

Verständigungsverfahren

(1) Ist eine Person der Auffassung, daß Maßnahmen eines Vertragsstaats oder beider Vertragsstaaten für sie zu einer Besteuerung führen oder führen werden, die diesem Abkommen nicht entspricht, so kann sie unbeschadet der nach dem innerstaatlichen Recht dieser Staaten vorgesehenen Rechtsmittel ihren Fall der zuständigen Behörde des Vertragsstaats, in dem sie ansässig ist, oder dessen Staatsangehöriger sie ist, unterbreiten.

(2) Hält die zuständige Behörde die Einwendung für begründet und ist sie selbst nicht in der Lage, eine befriedigende Lösung herbeizuführen, so wird sie sich bemühen, den Fall durch Verständigung mit der zuständigen Behörde des anderen Vertragsstaats so zu regeln, daß eine dem Abkommen nicht entsprechende Besteuerung vermieden wird. Die Verständigungsregelung ist ungeachtet der Fristen des innerstaatlichen Rechts der Vertragsstaaten durchzuführen.

(3) Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten werden sich bemühen, Schwierigkeiten oder Zweifel, die bei der Auslegung oder Anwendung des Abkommens entstehen, in gegenseitigem Einvernehmen zu beseitigen. Insbesondere können die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten das Einvernehmen herstellen über:

- a) die übereinstimmende Zurechnung von Einkünften, Abzügen, Anrechnungs- oder Freibeträgen bei der Betriebsstätte eines Unternehmens eines Vertragsstaats, die im anderen Vertragsstaat liegt;
- b) die übereinstimmende Aufteilung von Einkünften, Abzügen, Anrechnungs- oder Freibeträgen zwischen Personen;
- c) die übereinstimmende Qualifikation bestimmter Einkünfte;
- d) die gemeinsame Bestimmung des Staates, aus dem die Einkünfte stammen; und
- e) die gemeinsame Auslegung eines Ausdrucks.

Sie können auch gemeinsam darüber beraten, wie eine Doppelbesteuerung in den Fällen vermieden werden kann, die im Abkommen nicht behandelt sind.

(4) Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten können zur Herbeiführung einer Einigung im Sinne der vorstehenden Absätze unmittelbar miteinander verkehren.

(5) Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten verständigen sich über eine abgestimmte Anwendung dieses Abkommens, einschließlich der Bestimmungen des Artikels 16 (Grenzen der Abkommensvergünstigungen). Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten können Bestimmungen zur sinngemäßen Durchführung dieses Abkommens erlassen.

Artikel 25

Informationsaustausch und Amtshilfe

(1) Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten tauschen unaufgefordert oder auf Ersuchen die Informationen aus, die zur Durchführung dieses Abkommens oder des innerstaatlichen Rechts der Vertragsstaaten betreffend die unter diesen Artikel fallenden Steuern erforderlich sind, soweit die diesem Recht entsprechende Besteuerung nicht dem Abkommen widerspricht. Die Durchführung der Bestimmungen des innerstaatlichen Rechts der Vertragsstaaten betreffend Steuern schließt auch finanzstrafrechtliche Erhebungen in bezug auf Finanzvergehen, die sich auf die unter diesen Artikel fallenden Steuern beziehen, ein. Die zuständigen Behörden der Vertragsstaaten können einen regelmäßigen Informationsaustausch vereinbaren. Der Informationsaustausch ist durch Artikel 1 (Persönlicher Geltungsbereich) nicht eingeschränkt. Alle Informationen, die ein Vertragsstaat erhalten hat, sind ebenso geheimzuhalten wie die auf Grund des innerstaatlichen Rechts dieses Staates beschafften Informationen und dürfen nur den Personen oder Behörden (einschließlich der Gerichte und der Verwaltungsbehörden) zugänglich gemacht werden, die mit der Veranlagung oder Erhebung, der Vollstreckung oder Strafverfolgung, mit der Entscheidung von Rechtsmitteln oder der Kontrolle der Verwaltung hinsichtlich der unter diesen Artikel fallenden Steuern befaßt sind. Diese Personen oder Behörden dürfen die Informationen nur für diese Zwecke verwenden. Sie dürfen die Informationen in einem öffentlichen Gerichtsverfahren oder in einer Gerichtsentscheidung offenlegen.

(2) Absatz 1 ist nicht so auszulegen, als verpflichte er einen Vertragsstaat,

- a) Verwaltungsmaßnahmen durchzuführen, die von den Gesetzen und der Verwaltungspraxis dieses oder des anderen Vertragsstaats abweichen;
- b) Informationen zu erteilen, die nach den Gesetzen oder im üblichen Verwaltungsverfahren dieses oder des anderen Vertragsstaats nicht beschafft werden können;
- c) Informationen zu erteilen, die ein Handels-, Industrie-, Gewerbe- oder Berufsgeheimnis oder ein Geschäftsverfahren preisgeben würden oder deren Erteilung dem Ordre public widerspräche.

(3) Ersucht ein Vertragsstaat gemäß diesem Artikel um Erteilung von Informationen für die Erhebung von Steuern, so wird der andere Vertragsstaat die Informationen, auf die sich das Ersuchen bezieht, auf die gleiche Weise und im gleichen Umfang einholen, als handle es sich bei der Steuer des erstgenannten Staates um die Steuer des anderen Staates und als würde sie vom anderen Staat erhoben. Über besonderes Ersuchen der zuständigen Behörde eines Vertragsstaats stellt die zuständige Behörde des anderen Vertragsstaats Informationen nach diesem Artikel in Form von qualifizierten Zeugenaussagen (depositions of witnesses) und beglaubigten Kopien unredigierter Originaldokumente (einschließlich Bücher, Papiere, Erklärungen, Aufzeichnungen, Konten oder Schriftstücke) im gleichen Umfang zur Verfügung, wie diese Aussagen und Dokumente nach den Gesetzen und der Verwaltungspraxis des anderen Staates in bezug auf seine eigenen Steuern beschafft werden können.

(4) Die Steuerbehörden eines Vertragsstaats dürfen Dokumente an Personen im anderen Vertragsstaat im Postweg zustellen. Jeder Vertragsstaat wird die Rechtsfolgen einer solchen Zustellung für Zwecke seiner Besteuerung nach seinem innerstaatlichen Recht bestimmen.

(5) Die vorstehenden Absätze dieses Artikels finden in gleicher Weise auf Amtshilfeleistungen Anwendung, die nach den Verfahrensvorschriften eines Finanzstrafverfahrens erbracht werden. Ersuchen um Verhaftungen von Personen sind jedoch von diesem Abkommen nicht erfaßt.

(6) Im Sinne der vorstehenden Absätze dieses Artikels gilt das Abkommen für Steuern jeder Art, die von einem Vertragsstaat erhoben werden.

(7) Die Vertragsstaaten verpflichten sich, einander bei der Einbringung der Steuern insoweit Hilfe zu leisten, als dies erforderlich ist um sicherzustellen, daß die durch dieses Abkommen gewährte Entlastung von der Steuer eines Vertragsstaats nicht Personen zugute kommt, die hiezu nicht berechtigt sind, wobei vorausgesetzt wird, daß

- a) der ersuchende Staat eine durch die zuständige Behörde beglaubigte Ausfertigung eines Dokumentes beibringt, in der ausdrücklich festgestellt wird, daß die darin aufscheinenden Beträge, für deren Einbringung das Einschreiten des anderen Staates begehrt wird, rechtskräftig festgesetzt und vollstreckbar sind;
- b) ein Dokument, das gemäß den Bestimmungen des Absatzes 7 beigebracht wird, von dem ersuchten Staat gemäß seinen gesetzlichen Vorschriften als vollstreckbar erklärt wird. Es wird weiters bestimmt, daß dieses Dokument nach geltendem österreichischen Recht von den Finanzlandesdirektionen als vollstreckbar erklärt wird;
- c) der ersuchte Staat bei der Vollstreckung nach den Rechtsvorschriften vorgeht, die für die Vollstreckung seiner eigenen gleichartigen Steuerforderungen vorgesehen sind, wobei jedoch die einzubringenden Steuerforderungen im ersuchten Staat nicht als bevorrechtete Forderungen behandelt werden. Der Antrag auf gerichtliche Vollstreckung wird in der Republik Österreich von der Finanzprokurator oder von dem an ihrer Stelle zuständigen Finanzamt gestellt; und
- d) Einwendungen gegen Bestand oder Höhe der Forderungen ausschließlich der Entscheidung durch die zuständige Stelle des ersuchenden Staates vorbehalten sind.

Dieser Absatz verpflichtet keinen Vertragsstaat, Verwaltungsmaßnahmen durchzuführen, die von jenen abweichen, die bei der Einbringung der eigenen Steuern vorgenommen werden, oder die seiner Souveränität, Sicherheit, dem Ordre Public oder seinen wesentlichen Interessen widersprechen.

Artikel 26

Diplomaten und Konsularbeamte

Dieses Abkommen berührt nicht die steuerlichen Vorrechte, die den Diplomaten und Konsularbeamten nach den allgemeinen Regeln des Völkerrechts oder auf Grund besonderer Übereinkünfte zustehen.

Artikel 27

Durchführung

Dieses Abkommen ist nicht so auszulegen, als hindere es die Vertragsstaaten, ihre im innerstaatlichen Recht vorgesehenen Abzugsteuersysteme weiterhin anzuwenden. Sieht jedoch das Abkommen in bezug auf diese Besteuerung eine Befreiung oder Ermäßigung vor, so wird der über diese abkommensgemäße Begrenzung hinaus eingehobene Betrag über Ersuchen des zur Entlastung berechtigten Steuerpflichtigen rückerstattet.

Artikel 28

Inkrafttreten

(1) Dieses Abkommen bedarf der Ratifikation. Die Ratifikationsurkunden werden so bald wie möglich in Washington ausgetauscht.

(2) Das Abkommen tritt am ersten Tag des zweiten Monats in Kraft, der dem Monat folgt, in dem der Austausch der Ratifikationsurkunden erfolgt ist. Seine Bestimmungen über die Zuteilung von Besteuerungsrechten finden in bezug auf die im Abzugsweg einbehaltenen Steuern für Beträge, die am oder nach dem ersten Tag des zweiten Monats gezahlt oder gutgeschrieben werden, der dem Zeitpunkt unmittelbar folgt, in dem das Abkommen in Kraft tritt, und in bezug auf die übrigen Steuern vom Einkommen für alle Steuerzeiträume, die am oder nach dem ersten Jänner beginnen, der dem Zeitpunkt unmittelbar folgt, in dem das Abkommen in Kraft tritt, Anwendung.

(3) Wären einer Person, die Anspruch auf die Vergünstigungen nach dem am 25. Oktober 1956 in Washington unterzeichneten Abkommen zwischen der Republik Österreich und den Vereinigten Staaten von Amerika zur Vermeidung der Doppelbesteuerung auf dem Gebiete der Steuern vom Einkommen *) (im folgenden als „das Abkommen von 1956“ bezeichnet) hat, nach dem genannten Abkommen weitergehende Steuerentlastungen zugestanden als nach diesem Abkommen, so ist das Abkommen von 1956 als Ganzes auf Antrag der Person noch auf den ersten Veranlagungszeitraum oder das erste Steuerjahr anzuwenden, das jenem Zeitpunkt folgt, in dem dieses Abkommen sonst nach Absatz 2 anzuwenden wäre.

(4) Das Abkommen von 1956 ist auf Einkünfte, auf die dieses Abkommen nach den Absätzen 2 und 3 dieses Artikels Anwendung findet, nicht mehr anzuwenden. Das Abkommen von 1956 tritt an dem Tag außer Kraft, an dem es nach den vorstehenden Bestimmungen dieses Artikels letztmals anzuwenden ist.

*) Kundgemacht in BGBl. Nr. 232/1957

Artikel 29**Kündigung**

Dieses Abkommen bleibt in Kraft, solange es nicht von einem Vertragsstaat gekündigt wird. Jeder Vertragsstaat kann das Abkommen jederzeit nach Ablauf von fünf Jahren nach seinem Inkrafttreten unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von mindestens sechs Monaten schriftlich auf diplomatischem Weg kündigen. In diesem Fall findet das Abkommen in bezug auf die im Abzugsweg einbehaltenen Steuern auf Beträge, die am oder nach dem ersten Jänner gezahlt oder gutgeschrieben werden, der dem Zeitpunkt unmittelbar folgt, in dem die Frist von sechs Monaten abgelaufen ist, und in bezug auf die übrigen Steuern auf alle Steuerzeiträume, die am oder nach dem ersten Jänner beginnen, der dem Zeitpunkt unmittelbar folgt, in dem die Frist von sechs Monaten abgelaufen ist, nicht mehr Anwendung.

ZU URKUND DESSEN haben die hiezu gehörig Bevollmächtigten der beiden Vertragsstaaten dieses Abkommen unterzeichnet.

GESCHEHEN zu Wien, am 31. Mai 1996, in zwei Urschriften, jede in deutscher und englischer Sprache, wobei beide Texte gleichermaßen authentisch sind.

Für die Republik Österreich:

B. Ferrero-Waldner

Für die Vereinigten Staaten von Amerika:

Swanee Hunt

CONVENTION

**BETWEEN THE REPUBLIC OF AUSTRIA AND THE UNITED STATES OF
AMERICA FOR THE AVOIDANCE OF DOUBLE TAXATION AND THE
PREVENTION OF FISCAL EVASION WITH RESPECT TO TAXES ON INCOME**

The Republic of Austria and the United States of America, desiring to conclude a convention for the avoidance of double taxation and the prevention of fiscal evasion with respect to taxes on income, have agreed as follows:

Article 1**Personal Scope**

1. Except as otherwise provided in this Convention, this Convention shall apply to persons who are residents of one or both of the Contracting States.
2. This Convention shall not restrict in any manner any exclusion, exemption, deduction, credit, or other allowance now or hereafter accorded
 - (a) by the laws of either Contracting State, or
 - (b) by any other agreement between the Contracting States.
3. Notwithstanding the provisions of subparagraph 2(b):
 - (a) Notwithstanding any other agreement to which the Contracting States may be parties, a dispute concerning whether a measure is within the scope of this Convention shall be considered only by the competent authorities of the Contracting States, as defined in subparagraph 1(e) of Article 3 (General Definitions) of this Convention, and the procedures under this Convention exclusively shall apply to the dispute.
 - (b) Unless the competent authorities determine that a taxation measure is not within the scope of this Convention, the nondiscrimination obligations of this Convention exclusively shall apply with respect to that measure, except for such national treatment or most-favored-nation obligations as may apply to trade in goods under the General Agreement on Tariffs and Trade. No national treatment or most-favored-nation obligation under any other agreement shall apply with respect to that measure.
 - (c) For the purpose of this paragraph, a „measure“ is a law, regulation, rule, procedure, decision, administrative action, or any other form of measure.

Appendix 3: COICOP categories

COICOP	Category	CPI	Dig. Adv.
11	Food	10.2947	Yes
12	Non-alcoholic beverages	1.2184	Yes
21	Alcoholic beverages	1.5325	No
22	Tobacco	1.8571	No
31	Clothing	3.67537	Yes
32	Footwear, including repairs	0.92528	Yes
41	Actual rentals for housing	5.4995	No
43	Maintenance and repair of the dwelling	6.03266	Yes
44	Water supply and miscellaneous services	3.63571	No
45	Electricity, gas and other fuels	4.04758	Yes
51	Furniture and furnishings	3.01881	Yes
52	Household textiles	0.38833	Yes
53	Household appliances	1.19042	Yes
54	Glassware, tableware and utensils	0.4023	Yes
55	Tools and equipment for house and garden	0.53991	Yes
56	Goods and services for household maintenance	1.04606	Yes
61	Medical products, appliances and equipment	1.91331	Yes
62	Out-patient services	2.10388	No
63	Hospital services	1.47359	No
71	Purchase of vehicles	4.25481	Yes
72	Operation of personal transport equipment	6.99297	Yes
73	Transport services	2.16827	Yes
81	Postal services	0.03641	Yes
82	Telephone equipment	0.36636	Yes
83	Telephone services	1.45605	Yes
91	Audio-visual, photographic and information equipment	1.07407	Yes
92	Other durables for recreation and culture	0.23396	Yes
93	Other recreational items, equipment, garden and pets	2.59763	Yes
94	Recreational and cultural services	3.9144	Yes
95	Newspapers, books and stationary	1.15841	Yes
96	Package holidays	2.15617	Yes
101	Pre-primary and primary education	0.14501	No
102	Secondary education	0.10311	No
103	Post-secondary non-tertiary education	0.0789	No
104	Tertiary education	0.1848	No
105	Education not definable by level	0.45895	No
111	Catering services	11.3885	Yes
112	Accommodation services	1.65364	Yes
121	Personal care	2.40011	Yes
123	Personal effects n.e.c.	0.74311	Yes
124	Social Protection	0.77514	No
125	Insurance	4.15098	Yes
126	Financial Services	0.11291	Yes
127	Other services n.e.c.	0.59921	Yes
Sum not applicable to digital advertisement:		17.849	
Sum applicable to digital advertisement:		82.151	

Table 1: COICOP categories with CPI weights and digital advertisement applicability

Appendix 4:Price Elasticity Table

NR	Consumption category	Price elasticity	Purch. dig. adv.
1	Accommodation services	-1.9	Yes
2	Actual rentals for housing	-0.1	No
3	Alcoholic beverages	-0.4	No
4	Audio-visual, photographic and information	-0.7	Yes
5	Catering services	-0.1	Yes
6	Clothing	-0.6	Yes
7	Electricity, gas and other fuels	0.0	Yes
8	Financial services	-0.2	Yes
9	Food	-0.4	Yes
10	Footwear	-0.4	Yes
11	Furniture and furnishing, carpets and other	-0.3	Yes
12	Glassware, tableware and household utensils	-0.6	Yes
13	Goods and services for routine household maintenance	-0.6	Yes
14	Hospital services	-0.1	No
15	Household appliances	-0.4	Yes
16	Household textiles	-0.2	Yes
17	Imputed rentals for housing	-0.2	No
18	Insurance	0.1	Yes
19	Maintenance and repair of the dwelling	0.1	Yes
20	Medical products, appliances and equipment	-0.4	Yes
21	Newspapers, books and stationery	-0.4	Yes
22	Non-alcoholic beverages	-0.4	Yes
23	Operation of personal transport equipment	-0.3	Yes
24	Other major durables for recreation and culture	0.0	Yes
25	Other recreational items and equipment	-0.2	Yes
26	Other services n.e.c.	-0.2	Yes
27	Outpatient services	-0.7	No
28	Package holidays	-1.0	Yes
29	Personal care	-0.3	Yes
30	Personal effects n.e.c.	-0.8	Yes
31	Postal services	-0.3	Yes
32	Pre-primary and primary education	-0.3	No
33	Purchase of vehicles	0.3	Yes
34	Recreational and cultural services	-0.3	Yes
35	Social protection	-0.1	No
36	Tobacco	-0.4	No
37	Tools and equipment for house and garden	-0.1	Yes
38	Transport services	-0.3	Yes
39	Water supply and miscellaneous services	0.9	No
Average price elasticity applicable to DST:		-0.4	

Table 2: Price elasticities and digital advertising relevance across consumption categories

Appendix 5: Partial Equilibrium

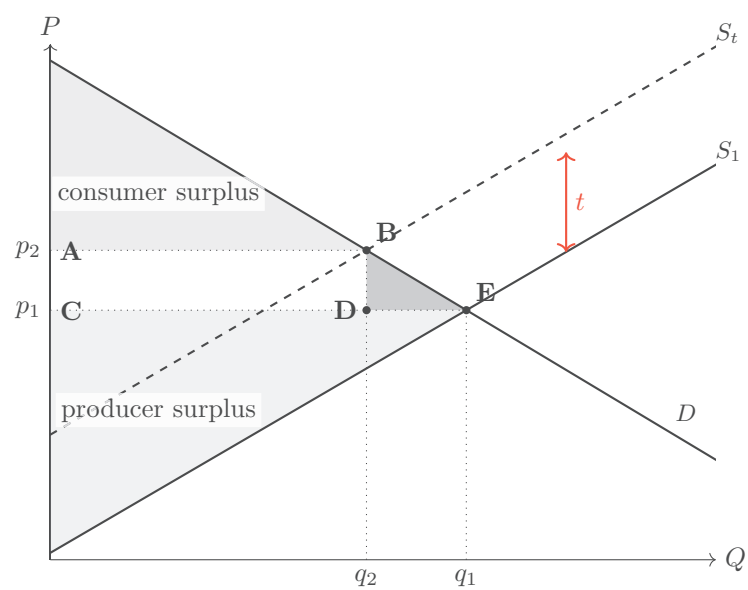


Figure 1: Partial equilibrium effects of a digital services tax (schematic).

Appendix 6: Comparison DST and Non DST State:

Non DST State:



$$Pi_1 = p_1q_1 - VCa(q_1) - AF_1 - FC_a \quad C_1 = p_1q_1$$

DST State:



$$Pi_2 = p_2q_2 - VCa(q_2) - AF_2 - FC_a \quad C_2 = p_2q_2$$

Appendix 7: Upstream Pass on

Upstream Pass-On Rate Analysis

Alexander Hofer

Introduction

I analyze the impact of Austria's Digital Services Tax (DST) on platform incentives. In particular, I examine the platform's revenue-maximizing upstream pass-on rate α , assuming a 100% downstream pass-on to consumers.

Parameter Setup

```
# Tax and market parameters
t <- 0.05           # DST rate
k <- 0.15           # Platform commission rate
r <- 1.0           # Downstream pass-on rate
epsilon_D <- -0.4   # Price elasticity of demand

# Effective DST per transaction
T <- t * k
```

$$T = t \cdot k = 0.05 \cdot 0.15 = 0.0075$$

Derivative Function

The revenue derivative is modeled as:

$$R'(\alpha) = A\alpha^2 + B\alpha + C$$

with:

```
# Coefficients of the quadratic derivative
A <- 3 * r^2 * T^2 * epsilon_D * t
B <- 2 * (r^2 * T^2 * epsilon_D + epsilon_D * r * T * t + r * T * t)
C <- epsilon_D * r * T + r * T * t
```

$$A = -3.375e-06$$

$$B = 4.05e-04$$

$$C = 0.0545$$

Appendix 7: Upstream Pass on

Discriminant and Roots

I solve the quadratic equation $R'(\alpha) = 0$ using:

```
Delta <- B^2 - 4 * A * C
alpha1 <- (-B + sqrt(Delta)) / (2 * A)
alpha2 <- (-B - sqrt(Delta)) / (2 * A)
```

$$\Delta = 8.99775\text{e-}07, \quad \alpha_1 = -80.53, \quad \alpha_2 = 200.53$$

Both roots lie outside the economically relevant interval $\alpha \in [0, 1]$.

Interpretation

Looking at the sign of the derivative at $\alpha = 0$:

```
R_prime_0 <- C
```

$$R'(0) = 0.0545 > 0$$

Since the derivative is strictly positive in the feasible range, revenue increases with α . Thus:

Optimal upstream pass-on rate: $\alpha = 1$

Conclusion

This analysis shows that under a 5% DST and 15% platform commission rate, the platform's revenue increases with the upstream pass-on rate. Since the optimal value lies outside $[0, 1]$, I conservatively assume full upstream pass-on $\alpha = 1$ in the scenario.

Appendix 8: Downstream Pass on

DST Pass-On Analysis for Austria

Alexander Hofer

DST Pass-On Estimation

This section estimates the downstream pass-on of Austria's Digital Services Tax (DST) to consumers.

Parameters and Data

```
# Input assumptions
E_2019 <- 834e6
DST_rate <- 0.05
semi_elasticity <- 0.05
ad_spend_share_turnover <- 0.011
share_consumption_exposed_to_ads <- 0.8215

# Data for 2020-2024
DST_revenues <- c(43.058643e6, 80.18059691e6, 96.26854756e6, 103.3473654e6, 124.1311052e6)
backcalculated_taxable_revenues <- DST_revenues / DST_rate
private_consumption <- c(269.644013071e9, 290.307388114e9, 320.31266455e9, 344.045700671e9, 368.045700671e9)
total_ad_spending <- c(6.551e9, 6.507e9, 6.521e9, 6.652e9, 7.131e9)
years <- 2020:2024

data_dst <- tibble(
  Year = years,
  DST_Revenue = DST_revenues,
  Taxable_Ad_Revenue = backcalculated_taxable_revenues,
  Private_Consumption = private_consumption,
  Total_Ad_Spending = total_ad_spending
)

# Special adjustment for 2020
E_2020 <- E_2019 * (1 + DST_rate)
data_dst$Taxable_Ad_Revenue[1] <- E_2020
```

Appendix 8: Downstream Pass on

```
data_dst <- data_dst %>%
  mutate(
    Budget_Shift = if_else(Year == 2020,
                          E_2019 * DST_rate,
                          Taxable_Ad_Revenue * DST_rate),
    Ad_Spending_Share_Affected = Budget_Shift / Total_Ad_Spending,
    Consumer_Price_Variation_pct = Ad_Spending_Share_Affected * semi_elasticity,
    Consumption_Exposed = Private_Consumption * share_consumption_exposed_to_ads,
    Total_Consumer_Cost_EUR_v2 = Consumer_Price_Variation_pct * Consumption_Exposed,
    Share_Recharged_to_Consumers_pct_v2 = (Total_Consumer_Cost_EUR_v2 / DST_Revenue) * 100,
    Passon_App5 = (Total_Consumer_Cost_EUR_v2 / Budget_Shift) * 100
  )
```

Summary Table: Appendix 5 Results

```
summary_table <- data_dst %>%
  transmute(
    Year,
    `DST Revenue (M EUR)` = round(DST_Revenue / 1e6, 1),
    `Consumer Cost (M EUR)` = round(Total_Consumer_Cost_EUR_v2 / 1e6, 1),
    `Pass-on (% of DST)` = round(Share_Recharged_to_Consumers_pct_v2, 1),
    `Budget Shift (M EUR)` = round(Budget_Shift / 1e6, 1),
    `Pass-on (% of Budget)` = round(Passon_App5, 1)
  )

knitr::kable(summary_table, caption = "DST Pass-On to Consumers (Appendix 5 Method)", booktabs = TRUE)
```

Table 1: DST Pass-On to Consumers (Appendix 5 Method)

Year	DST Revenue (M EUR)	Consumer Cost (M EUR)	Pass-on (% of DST)	Budget Shift (M EUR)	Pass-on (% of Budget)
2020	43.1	70.5	163.7	41.7	169.1
2021	80.2	146.9	183.3	80.2	183.3
2022	96.3	194.2	201.8	96.3	201.8
2023	103.3	219.6	212.4	103.3	212.4
2024	124.1	257.4	207.3	124.1	207.3

Appendix 9: Distribution of the Tax Burden

DST Burden Analysis: Austria 2020–2024

Alexander Hofer

Introduction

This section estimates the burden of Austria's Digital Services Tax (DST) for the period 2020–2024, based on assumptions about pass-through behavior and firm-level advertising dynamics. The results differentiate the burden between advertisers and consumers using a partial equilibrium framework. Data is based on publicly reported DST revenues in Austria.

Assumptions and Input Data

```
dst_inputs <- tibble(  
  year = 2020:2024,  
  dst_rate = rep(0.05, 5),  
  dst_revenue_million = c(43.06, 80.18, 96.27, 103.35, 124.13),  
  upstream_passon = rep(1.0, 5),  
  downstream_passon = rep(1.0, 5),  
  elasticity = rep(-0.4, 5),  
  ad_share = rep(0.011, 5),  
  advertiser_margin = rep(0.75, 5),  
  variable_cost_share = rep(0.25, 5)  
) %>%  
  mutate(ad_spend_million = dst_revenue_million / dst_rate)
```

DST Burden Function

```
calculate_dst_burden <- function(dst_rate, ad_spend_million, upstream_passon, downstream_passon) {  
  
  advertiser_revenue <- ad_spend_million / ad_share  
  price_increase_pct <- (ad_spend_million * dst_rate * upstream_passon * downstream_passon) /  
  volume_effect <- price_increase_pct * elasticity  
  consumer_burden <- advertiser_revenue * price_increase_pct * (1 + volume_effect)  
  
  revenue_minus_cost_nodst <- advertiser_revenue - ad_spend_million  
  variable_cost_nodst <- advertiser_revenue * variable_cost_share  
  revenue_dst <- advertiser_revenue * (1 + price_increase_pct) * (1 + volume_effect)  
  revenue_minus_cost_dst <- revenue_dst - ad_spend_million * (1 + dst_rate * upstream_passon)
```

Appendix 9: Distribution of the Tax Burden

```
variable_cost_dst <- variable_cost_nodst * (1 + volume_effect)

advertiser_burden <- revenue_minus_cost_nodst - revenue_minus_cost_dst + variable_cost_nodst
total_burden <- consumer_burden + advertiser_burden

tibble(
  consumer_burden = consumer_burden,
  advertiser_burden = advertiser_burden,
  total_burden = total_burden
)
```

Results

```
dst_results <- dst_inputs %>%
  rowwise() %>%
  mutate(result = list(
    calculate_dst_burden(
      dst_rate = dst_rate,
      ad_spend_million = ad_spend_million,
      upstream_passon = upstream_passon,
      downstream_passon = downstream_passon,
      elasticity = elasticity,
      ad_share = ad_share,
      variable_cost_share = variable_cost_share
    )
  )) %>%
  unnest(cols = result) %>%
  mutate(
    consumer_share = consumer_burden / total_burden,
    advertiser_share = advertiser_burden / total_burden
  )
```

Table: DST Incidence by Year

```
knitr::kable(
  dst_results %>%
    select(year, consumer_burden, advertiser_burden, total_burden, consumer_share, advertiser_share)
  caption = "Estimated Digital Services Tax Burden Allocation in Austria (2020-2024)",
  booktabs = TRUE,
  digits = 2
)
```

Appendix 9: Distribution of the Tax Burden

Table 1: Estimated Digital Services Tax Burden Allocation in Austria (2020–2024)

year	consumer_burden	advertiser_burden	total_burden	consumer_share	advertiser_share
2020	43.05	21.54	64.59	0.67	0.33
2021	80.16	40.11	120.27	0.67	0.33
2022	96.25	48.16	144.41	0.67	0.33
2023	103.33	51.70	155.02	0.67	0.33
2024	124.10	62.09	186.19	0.67	0.33

Robustness Analysis

```
robust_scenarios <- tibble(
  scenario = c(
    "Baseline",
    "Lower upstream pass-through",
    "Lower downstream pass-through",
    "Higher elasticity",
    "Higher ad share",
    "Overshifting (beta > 1)"
  ),
  upstream_passon = c(1.0, 0.8, 1.0, 1.0, 1.0, 1.0),
  downstream_passon = c(1.0, 1.0, 0.8, 1.0, 1.0, 1.2),
  elasticity = c(-0.4, -0.4, -0.4, -0.6, -0.4, -0.4),
  ad_share = c(0.011, 0.011, 0.011, 0.011, 0.015, 0.011)
)
```

```
robust_scenarios
```

```
## # A tibble: 6 x 5
##   scenario                upstream_passon downstream_passon elasticity ad_share
##   <chr>                  <dbl>                <dbl>         <dbl>    <dbl>
## 1 Baseline                1                  1          -0.4     0.011
## 2 Lower upstream pass-thr~ 0.8                1          -0.4     0.011
## 3 Lower downstream pass-t~ 1                  0.8        -0.4     0.011
## 4 Higher elasticity        1                  1          -0.6     0.011
## 5 Higher ad share          1                  1          -0.4     0.015
## 6 Overshifting (beta > 1)  1                  1.2        -0.4     0.011
```

Helpfunction

```
calculate_robust_burden <- function(upstream_passon_s,
                                     downstream_passon_s,
                                     elasticity_s,
                                     ad_share_s) {
```

Appendix 9: Distribution of the Tax Burden

```
tmp <- dst_inputs %>%
  rowwise() %>%
  mutate(
    result = list(
      calculate_dst_burden(
        dst_rate = dst_rate,
        ad_spend_million = ad_spend_million,
        upstream_passon = upstream_passon_s,
        downstream_passon = downstream_passon_s,
        elasticity = elasticity_s,
        ad_share = ad_share_s,
        variable_cost_share = variable_cost_share
      )
    )
  ) %>%
  tidyr::unnest(result) %>%
  ungroup()

tibble(
  consumer_burden_total = sum(tmp$consumer_burden),
  advertiser_burden_total = sum(tmp$advertiser_burden),
  total_burden = sum(tmp$total_burden),
  consumer_share = consumer_burden_total / total_burden,
  advertiser_share = advertiser_burden_total / total_burden
)
```

Robustness Results and Table

```
robust_results <- robust_scenarios %>%
  rowwise() %>%
  mutate(
    burden = list(
      calculate_robust_burden(
        upstream_passon_s = upstream_passon,
        downstream_passon_s = downstream_passon,
        elasticity_s = elasticity,
        ad_share_s = ad_share
      )
    )
  ) %>%
  tidyr::unnest(burden) %>%
  ungroup() %>%
  mutate(
    consumer_share = round(consumer_share81, 3),
```

Appendix 9: Distribution of the Tax Burden

```

    advertiser_share = round(advertiser_share, 3)
  )

robust_results_print <- robust_results %>%
  dplyr::select(
    scenario,
    consumer_burden_total,
    advertiser_burden_total,
    total_burden,
    consumer_share,
    advertiser_share
  ) %>%
  dplyr::mutate(
    consumer_share = round(consumer_share, 2),
    advertiser_share = round(advertiser_share, 2)
  ) %>%
  dplyr::rename(
    Scenario = scenario,
    `Consumer burden` = consumer_burden_total,
    `Advertiser burden` = advertiser_burden_total,
    `Total burden` = total_burden,
    `Consumer share` = consumer_share,
    `Advertiser share` = advertiser_share
  )

knitr::kable(
  robust_results_print,
  caption = "Robustness of the Estimated Digital Services Tax Burden Allocation (aggregated over 2020–2024)",
  booktabs = TRUE,
  digits = 2
)

```

Table 2: Robustness of the Estimated Digital Services Tax Burden Allocation (aggregated over 2020–2024)

Scenario	Consumer burden	Advertiser burden	Total burden	Consumer share	Advertiser share
Baseline	446.89	223.59	670.48	0.67	0.33
Lower upstream pass-through	357.53	178.86	536.39	0.67	0.33
Lower downstream pass-through	357.53	268.26	625.79	0.57	0.43
Higher elasticity	446.84	335.39	782.23	0.57	0.43
Higher ad share	446.86	223.63	670.48	0.67	0.33
Overshifting ($\beta > 1$)	536.25	178.94	715.18	0.75	0.25

Appendix 10: Use of Artificial Intelligence

For the preparation of this master's thesis, artificial intelligence tools were used as supportive aids. In particular, ChatGPT was employed to assist with the structuring of the thesis, the formulation of research questions, and the paraphrasing of selected text passages.

It is important to emphasize that ChatGPT was used exclusively as a supporting tool. All content generated or revised with the assistance of ChatGPT was critically reviewed by the author prior to inclusion, with respect to its academic validity, correctness, and consistency with scientific standards. The responsibility for the content, interpretation, and conclusions of this thesis lies solely with the author.