

»Deutschen Sortimenters« verschafft, so kann er darin den Artikel des Herrn Dr. Lehmann-Danzig finden, worin dieser in einer sehr umfangreichen Abhandlung den Reichsschatzsekretär zur Einführung einer solchen Steuer auffordert.

Mit Recht weist Herr Schaper, dessen Artikel ich mit großem Interesse gelesen habe, auf den Unterschied in der Belastung der Anzeigebblätter, die mehr als einmal wöchentlich erscheinen, und der wöchentlich nur einmal oder in größeren Zwischenräumen erscheinenden Blätter hin, der von vornherein zu der Frage nötige, warum eine stoffweise Gliederung nur bei ersteren vorgenommen worden sei und nicht auch bei letzteren die bekanntlich alle über einen Kamm geschoren und durchwegs nach dem höchsten Satz (10%) besteuert werden sollen. Am deutlichsten kommt diese ungleichmäßige Behandlung der beiden Gattungen von Anzeigebblättern in dem Voranschlag für das Erträgnis der Steuer zum Ausdruck; denn während die mehr als einmal wöchentlich erscheinenden Anzeigebblätter (also die gesamte Tagespresse und eine kleine Anzahl von Zeitschriften) bei einem Gesamt-Inseratenerträgnis von 185 846 894 M im Jahre nur 9 850 683 M Steuern bezahlen sollen, sind die wöchentlich nur einmal oder in größeren Zwischenräumen erscheinenden Anzeigebblätter (also das Gros der Zeitschriften) bei 226 455 750 M Inserateneinnahme mit einem Steuerbetrag von 22 645 575 M belastet, so daß also diese letzteren mehr als zwei Drittel der ganzen auf zirka 33 000 000 M veranschlagten Steuer zu tragen hätten.

München, den 17. November 1908.

Eduard Pohl.

### Zum Entwurf eines Gesetzes über die Anzeigensteuer.

Der Entwurf eines Anzeigensteuergesetzes ist augenscheinlich ohne Sachkenntnis ausgearbeitet worden; wenn dazu überhaupt aus interessierten sachverständigen Kreisen Informationen eingeholt wurden, so stammen diese ausschließlich aus der großen Tagespresse, während die Interessen der Zeitschriften, (»Anzeigebblätter, die wöchentlich einmal oder in größeren Zwischenräumen erscheinen«), die allein zwei Drittel des vorausgesetzten Ergebnisses aufbringen sollen, gänzlich unberücksichtigt geblieben sind. Eine Steuer, wie sie der Entwurf vorsieht, bedeutet eine einseitige und unberechtigte Belastung eines bestimmten Teiles der betroffenen Kreise, nämlich des Zeitschriftenverlages, und damit eine erhebliche Gefährdung eines wichtigen Faktors unseres Kultur- und Wirtschaftslebens. In Nachstehendem sollen nur die ausschließlich den Zeitschriftenverlag schädigenden Einseitigkeiten und falschen Annahmen des Entwurfs beleuchtet werden; von den die Tagespresse und den Zeitschriftenverlag gleichmäßig angehenden Punkten sei nur folgendes hervorgehoben:

Der Entwurf behauptet, die Steuer sei keine Zeitungssteuer, keine besondere Belastung der Presse; sie sei vom Anzeigenden und nicht vom Anzeigenblatt zu entrichten. Aber es ist dem Fachmann ohne weiteres klar, daß bei dem außerordentlich scharfen Wettbewerb auf dem Gebiete des Anzeigenwesens nur sehr wenig Anzeigebblätter überhaupt den Versuch machen werden, den Inserenten die Steuer tragen zu lassen, und daß sie sehr bald gezwungen sein werden, die Steuer selbst zu tragen, wenn sie konkurrenzfähig bleiben wollen! Aber selbst wenn es möglich und praktisch durchführbar wäre, daß die gesamte Presse einmütig die Steuer vom Inserenten bezahlen läßt, wie es der Entwurf vorsieht, bleibt derselbe Zustand. Der Entwurf gibt ja selbst zu (Absatz 7 der Begründung), daß »jeder in der Lage ist, sich

der Steuer zu entziehen oder ihren Betrag durch den Umfang seiner Anzeige selbst zu bemessen! In der Tat wird jeder Inserent nunmehr darauf bedacht, seine Anzeige so abzukürzen, daß der Betrag der Anzeigengebühr und der Steuer zusammen nicht mehr ausmacht, als der früher für die Anzeige zu entrichtende Betrag. Gerade der wichtigste Teil der Anzeigenden, die Großinserenten, die jährlich Zehntausende für Anzeigen ausgeben, haben nach einem durchdachten Plane einen Annoncenetat festgesetzt, den sie in wohlwogener Würdigung der Wichtigkeit der Reklame für das heutige Erwerbsleben so hoch als möglich festsetzen und den sie deshalb nicht noch überschreiten können; die Anzeigensteuer würde sie ohne weiteres zwingen, die Steuer in ihren Etat einzuschließen, da sie ihn nicht um die Höhe der Steuer vermehren können. Daß die großen Geschäfte ihre Reklame infolge der Steuer ebensowenig nennenswert einschränken, als sie dies infolge der beträchtlichen Steigerung der Einrückungsgebühren getan haben, die im Laufe der Zeit bei einer großen Anzahl von Anzeigebblättern eingetreten ist, ist eine Ansicht, die auf Mangel an Erfahrung und an Sachkenntnis beruht. Der Zeitschriftenverleger, den das Anwachsen der Auflage und die dadurch immer mehr steigenden Herstellungskosten zur Erhöhung seines Anzeigentaris zwangen, wußte genau, daß er damit einen Sprung ins Dunkle tat; die Erfahrung hat gelehrt, daß eine solche Erhöhung eine ganz erhebliche Abnahme der Zahl und des Umfanges der Inserate herbeiführte; im günstigen Falle wog der höhere Preis der Anzeigen den Rückgang ihrer Anzahl auf, und der einzige Gewinn war, daß bei gleichbleibendem Ertrag Umfang und Gewicht der Inseratenteile und damit die Herstellungs- und Vertriebskosten verringert wurden. Und dabei wußten die Inserenten noch, daß sie die Kosten der erhöhten Auflage ihrer Anzeigen und damit die größere Reklamewirkung des Blattes bezahlten; damals entsprachen sich Leistung und Gegenleistung, während jetzt der Inserent Summen bezahlen soll, von denen ihm nicht ein Pfennig zugute kommt.

Dem Wortlaut des Entwurfs nach soll allerdings der Inserent die Steuer zahlen — aber aus der Tasche des Verlegers, dessen Einnahme um die Höhe der Steuer verringert wird. Wenn § 11 die Steuer dem Inserenten zuschiebt, so wird das schon in § 12 widerrufen: Der Verleger haftet als Selbstschuldner, und damit tritt die ganze den Verleger belastende Tendenz des Entwurfs zutage; er spricht es hier selbst klar aus, daß er sich in letzter Linie an den Verleger hält, gleichgültig ob dieser den Steuerbetrag erhalten hat oder nicht. Die Steuer ist eine Zeitungssteuer, eine Belastung der Presse und bleibt es ohne Rücksicht darauf, ob sie vom Inserenten oder dem Anzeigenblatt bezahlt wird! Sie ist nach der Absicht des Entwurfs eine Besteuerung des Ersatzes der mündlichen oder schriftlichen Offerte — denn daß der von der Anzeige zu erwartende Nutzen besteuert werden soll, wie der Entwurf sagt, ist schon darum nicht durchzuführen, weil ein Nutzen nicht immer klar nachzuweisen, in manchen Fällen überhaupt nicht vorhanden ist — also eine Besteuerung nicht schon erzielter Werte, sondern des Mittels zur Erzielung von Werten, die aber in Wirklichkeit dem am Erfolg nicht beteiligten Verbreiter der Offerte, dem Anzeigenverleger, zur Last fällt und damit zu einer Umsatzsteuer wird. Vor allem aber ist sie in ihrer ungerechten und ungleichmäßigen Verteilung eine unmittelbare Gefährdung der Zeitschriften und Fachblätter.

Der Entwurf sieht eine Besteuerung der Zeitschriften und Fachblätter (d. h. der wöchentlich einmal oder in größeren Zwischenräumen erscheinenden Blätter) mit 10 vom Hundert vor, im Gegensatz zu den Zeitungen, die mit 2 bis 10 vom Hundert, im Durchschnitt mit 3,6 vom Hundert