

nicht umsatzsteuerpflichtig, wenn der Betreffende sich seine Leistungen gut bezahlen läßt.

Im Plakatwesen kommt es nicht selten vor, daß ein Auftrag nicht von dem Beauftragten unmittelbar ausgeführt, sondern ganz oder teilweise weitergegeben wird. Zum Beispiel beauftragt der Hersteller von Geschäftswagen einen Künstler, den kunstgewerblichen Teil der Bemalung eines Wagens mit einer Reklame zu übernehmen. In der Regel liegt dann der Fall so, daß der unmittelbar Beauftragte die selbständige Leistung desjenigen entgegen nimmt, der den Auftrag weiter gegeben hat, sodaß tatsächlich zwei selbständige Leistungen vorliegen, die beide ebenso selbständig der Umsatzsteuer unterliegen. Es kann aber auch so liegen, daß die Leistungen des Dritten dem ursprünglichen Auftraggeber unmittelbar zu gute kommen, sodaß insoweit der unmittelbar Beauftragte nur gewissermaßen der „Zwischenhändler“ ist.

Für derartige Fälle sieht § 7 des Umsatzsteuergesetzes eine Erleichterung vor: „Bei Abwicklung mehrerer von verschiedenen Unternehmern über dieselben Gegenstände oder Gegenstände gleicher Art abgeschlossener Umsatzgeschäfte sind nur die Lieferungen derjenigen Unternehmer steuerpflichtig, die den unmittelbaren Besitz übertragen.“

Diese Bestimmung ist zwar unmittelbar nur auf Lieferungen von Waren zugeschnitten, ist aber ihrem Geiste nach zweifellos auch auf sonstige Leistungen anwendbar. Wenn beispielsweise ein Bauunternehmer einen gesamten Bauauftrag übernimmt und ihn nun einzeln an die verschiedenen Bauhandwerker weitergibt, so fallen die Leistungen der Bauhandwerker auf den Baugrundstücken des Bauherrn unmittelbar dem Auftraggeber zu. Hier nimmt die Rechtsprechung unbedenklich die Steuervergünstigung des § 7 an.

So auch beim Reklameauftrag. Wenn in unserm obigen Beispiel etwa der Wagenbauer es übernimmt, einen neuen Wagen herzustellen, so würde allerdings die Leistung des Künstlers an ihn ein selbständiges Geschäft und die Lieferung des fertigen Wagens an den Auftraggeber auch eine selbständige Leistung sein. Wenn aber der Auftraggeber seinen Wagen ihm übergibt, damit er eine Reklame darauf male, so würde die Leistung des Unter-Unternehmers zwar im Auftrage des Zwischenunternehmers erfolgen, aber unmittelbar dem ursprünglichen Auftraggeber zufallen. In diesem Falle braucht also der Zwischenunternehmer nur den — schätzungsweise zu ermittelnden — Teil seiner Leistung zu versteuern, den er selbständig ausführt.

In einigen seltenen Fällen kommt auch bei Plakataufträgen die Luxussteuer von 15 % in Frage. Es bestimmt nämlich der § 21 II, Ziffer 3, daß der Luxussteuer unterliegen: Erzeugnisse des Buchdrucks auf besonderem Papier mit beschränkter Auflage, sowie sonstige Papierwaren, die aus handgeschöpftem oder Bütten-, China-, Japan- oder Reichspapier hergestellt sind. Werden also Reklameaufträge in dieser Art ausgeführt, so würden sie der Luxussteuer unterliegen.

II. Die Anzeigensteuer.

Nach § 25 des Umsatzsteuergesetzes erhöht sich die Steuer auf 10 v. H. des Entgelts bei der Übernahme von Anzeigen, soweit sie sich nicht auf öffentliche Wahlen beziehen. Als Übernahme einer Anzeige gilt: die Herstellung von Anzeigen durch Druck oder auf einem anderen Wege als durch Handschrift, Schreibmaschinenschrift, Handzeichnung oder Handmalerei; die Überlassung von Flächen und Räumen zur Aufnahme von Ankündigungen; die Vornahme von Ankündigungen auf andere Weise z. B. durch Beleuchtung, Umhertragung von Tafeln, Umherfahren von Reklamewagen, Ausrufen usw.

Was versteht man unter einer Anzeige? Wenn der Begriff auch vielleicht nicht einfach zu umschreiben ist, so ist doch das eine sicher, daß die Anzeige sich abhebt gegenüber der Mitteilung. Die Anzeige

ist eine solche Art von Mitteilung, die ihrem Wesen nach für einen größeren Personenkreis bestimmt ist und einen mehr oder weniger unpersonlichen Inhalt hat.

Die Anzeige ist ihrem Wesen nach durchaus nicht auf den gewerblichen Rechtsverkehr beschränkt. Ist die Reklame-Anzeige auch von so überwiegender Bedeutung, daß man mit gutem Grunde die Anzeigensteuer als Reklamesteuer bezeichnet, so darf diese Bezeichnung doch nicht irreführen. Auch nichtgeschäftliche Mitteilungen können ihrem Inhalte nach den Begriff der Anzeige erfüllen. So hat z. B. eine Familien-Todesnachricht genau so gut eine Anzeige zum Inhalt wie etwa ein politisches Plakat.

Was den Zweck der Anzeige betrifft, so macht das Gesetz nur die einzige Ausnahme, daß Anzeigen, die sich auf öffentliche Wahlen beziehen, anzeigensteuerfrei sind (nicht aber deswegen auch allgemein umsatzsteuerfrei). So würden unter die Anzeigensteuer auch solche Anzeigen fallen, die zum allgemeinen Wohl veranlaßt werden, so z. B. Aufrufe zur Rettung der Kinder, zur Bekämpfung des Bolschewismus, zur Bekämpfung des Judentums, zur Abwehr der Bekämpfung des Judentums usw. Selbst Plakate und sonstige Anzeigen, die von öffentlichen Behörden in Auftrag gegeben werden, sind anzeigensteuerpflichtig, so z. B. die von den amtlichen Wucherstellen verbreiteten Plakate zur Bekämpfung des Wucher- und Schleichhandels. Soweit es sich aber um das gemeine Wohl handelt, dürfte auf Grund der Reichsabgabenordnung wohl eine Freistellung oder Erstattung der Steuer erfolgen.

Zum Begriff der Anzeige ist erforderlich, daß sie in irgend einer Weise einen gedanklichen Inhalt hat. Die bloße Visitenkarte ist ebensowenig eine Anzeige, wie etwa ein Familienwappen oder, wenn der Ausdruck erlaubt ist, ein Blanco-Plakat. Wer also etwa Plakate herstellt und es dem Auftraggeber überläßt, diesen Plakaten nachträglich durch Einfügung von Namen, von Texten usw. einen Inhalt zu geben, würde nicht eine anzeigensteuerpflichtige Leistung übernehmen. Dieser Gedanke gibt die Möglichkeit einmal zu einer gesetzlich zulässigen Steuerersparnis, ferner aber auch zu einer verbotenen Steuerumgehung. So ist es z. B. niemandem verwehrt, vielfältige Plakate ohne gedanklichen Inhalt in Auftrag zu geben und die fertigen Plakate dann etwa einer Druckerei zu übersenden, die den freien Stellen einen Anzeigen-Inhalt gibt. In diesem Falle würde die vielleicht hochwertige Plakat-Herstellung der einfachen Umsatzsteuer unterliegen und die vielleicht geringwertige Druckherstellung allein der hohen Anzeigensteuer. Das wäre meines Erachtens ein gesetzlich zulässiger Weg der Steuerersparnis, denn es ist nirgends im Gesetz verboten — auch nicht durch den berühmten und berüchtigten § 5 der Reichsabgabenordnung —, seine geschäftlichen Maßnahmen so zu treffen, daß sie mit möglichst vielen steuerlichen Vorteilen verknüpft sind. Eine unzulässige Steuerumgehung würde es dagegen sein, wenn jemand demselben Unternehmen den Auftrag erteilt, erst ein nicht anzeigensteuerpflichtiges, als „Anzeige“ inhaltloses Plakat herzustellen und sodann den weiteren anzeigensteuerpflichtigen Druckauftrag hinsichtlich dieses Plakats zu übernehmen. Eine derartige Zerlegung eines seiner Natur nach einheitlichen Auftrages würde wegen der ungewöhnlichen Form dieses Verfahrens gemäß § 5 der Reichsabgabenordnung der Steuerbehörde gegenüber nicht gelten, es würde trotzdem das gesamte Entgelt der Anzeigensteuer unterliegen.

Die Anzeige muß, wie oben erwähnt, einen gedanklichen Inhalt haben. Zu diesem Zwecke ist es durchaus nicht unbedingt erforderlich, daß sie einen Text enthält. Es kann auch ein gedanklicher Inhalt durch bildliche Darstellung vermittelt werden. So wurde früher z. B. von einer Firma ein Plakat verbreitet, auf dem eine Wage dargestellt war, deren eine Wagschale eine kleine Büchse Fleischextrakt, deren andere ein riesiges Stück Fleisch enthielt.