

Andererseits begründet keineswegs jeder textliche Inhalt auch gleichzeitig den Begriff der Anzeige. Eine Mitteilung, die z. B. nur den Zweck hat, einen Gegenstand als das zu bezeichnen was er ist, ist niemals eine Anzeige. Wenn also beispielsweise Warenumschließungen mit plakatähnlichen Bezeichnungen ihres Inhalts versehen werden wie z. B. Kölnisches Wasser, Türkischer Tabak, Nitralampen der A G S, so würde von einer Anzeige und damit von einer Anzeigensteuerpflicht nicht die Rede sein können. Sowie aber der Ausdruck mehr enthält als eine bloße Mitteilung der Herkunft, der Firma usw., sobald sie irgend eine Art Empfehlung enthält, würde sie als Anzeige anzusehen sein. Die Bezeichnung beispielsweise „Echter Mamepe, alleiniger Hersteller Firma so und so“, würde über den Rahmen der bloßen Warenbezeichnung hinausgehen, denn sie enthält die Ankündigung, daß die betreffende Firma auch der alleinige Hersteller ist. Lautet dagegen die Aufschrift nur: „Echter Mamepe, Hersteller Firma so und so“, so würde der Begriff der Anzeige nicht gegeben sein.

Auf die Form der Anzeige, des Plakats usw. kommt es nicht an. Wie schon aus den obigen Beispielen hervorgeht, ist anzeigensteuerpflichtig nicht nur diejenige Anzeige, die in sich selbst isoliert und in den Verkehr gebracht wird, sondern auch jede Anzeige, die in irgendeiner Verbindung, etwa in Form von Flaschenetiketten, von Warenverpackungen, von Ausstattungen, von Schachteln, Kisten, Fässern usw. in den Verkehr kommt.

Neben der Herstellung von Anzeigen durch Druck usw. ist auch die Vornahme von Ankündigungen auf andere Weise der Anzeigensteuer unterworfen.

Schon aus dieser Nebeneinanderstellung geht hervor, worauf das Gesetz hinaus will. Nur die unmittelbare, der Anzeige dienende Tätigkeit soll anzeigensteuerpflichtig sein, jene nur vermittelnde, jede Hilfstätigkeit nicht. Wenn also beispielsweise der Verleger den Auftrag bekommt, eine Zeitungsanzeige mit Druckstock zu veröffentlichen und er den Druckstock einem Drittunternehmer in Auftrag gibt, so ist die Herstellung des Druckstockes nicht anzeigensteuerpflichtig. Es würde also zum mindesten in diesem Falle eine doppelte Steuer nicht erhoben werden.

Was unter dem Begriff der „Vornahme von Ankündigungen auf andere Weise“ zu verstehen ist, erläutert das Gesetz selbst durch einige Beispiele, nämlich Beleuchtung, Umhertragen von Tafeln, Umherfahren von Reklamewagen, Ausrufen. Alles das sind Beispiele, in denen die aufgewendete Tätigkeit unmittelbar anzeigender Natur ist. Auch hier bleibt jede vermittelnde Tätigkeit außer Betracht. Der Photograph, der die Platten oder Filme herstellt für eine Kinoreklame, würde daher auf keinen Fall eine anzeigensteuerpflichtige Leistung übernehmen.

Die Tätigkeit braucht übrigens nicht selbst unmittelbar anzeigender Natur zu sein, wenn sie nur zu einer unmittelbar anzeigenden Wirkung führt. Der Drucker von Reklameanzeigen, der gleichzeitig die Versendung übernimmt, trägt selbst durch die Übernahme der Versendung zur anzeigenden Wirkung bei. Es würde also wohl zweifellos auch die Vergütung für die Versendung anzeigensteuerpflichtig sein. Bare Auslagen dagegen, so z. B. Porto usw., würden nicht hierher gehören.

Bei dem Nebeneinander der Herstellung von Anzeigen einerseits

und der Vornahme von Ankündigungen andererseits ist die Möglichkeit einer doppelten Anzeigensteuerpflicht zweifellos gegeben. Wenn jemand etwa einem Anschlagssäulenunternehmer einen Plakatauftrag erteilt und dieser Unternehmer etwa, weil seine Druckerei still liegt, den Druckauftrag einem dritten Unternehmer weitergibt, so unterliegen die Druckkosten einmal der Anzeigensteuerpflicht in dem Rechtsverhältnis zwischen dem Drittunternehmer und dem Anschlagssäulenunternehmer, sodann noch einmal derselben Steuer, da diese Kosten in das Gesamtentgelt des Anschlagssäulenunternehmers noch einmal eingerechnet werden. Während in ähnlichen Fällen das Gesetz Vorsorge getroffen hat zur Verhinderung oder Milderung derartiger doppelter Besteuerungen, ist bei der Anzeigensteuer eine Befreiungsvorschrift nicht gegeben und der Steuerpflichtige ausschließlich auf den Härteparagrafen der Reichsabgabeordnung angewiesen. Es wäre zu erwägen, ob man auch in derartigen Fällen den oben angeführten Paragraphen 7 heranziehen könnte, doch erscheint dieser Weg höchst unsicher.

Man wird in solchen Fällen zulässiger Weise derartige Härten vermeiden können, indem der Zwischenunternehmer den Auftraggeber veranlaßt, unmittelbar den Drittunternehmer mit der Teilleistung zu betrauen. Wenn also in obigem Beispiel der Besteller an die Druckerei den Plakatauftrag erteilt und die Druckerei beauftragt, die gedruckten Plakate dem Anschlagssäulenunternehmer zu übersenden damit der sie an die Anschlagssäulen klebe, so fällt zum mindesten das Entgelt für den Druckauftrag nur einmal unter die Anzeigensteuer.

Es liegt nahe, zu fragen, ob nicht der Zwischenunternehmer in solchen Fällen den Auftrag unmittelbar im Interesse des ersten Auftraggebers weitergeben darf. Bei unbefangener Auffassung des Gesetzes wird man die Frage auch unbedenklich bejahen müssen. Der Unternehmer ist dann insoweit nichts anderes als der Kommissionär des Auftraggebers. Da aber die Rechtsprechung gerade in Hinsicht auf das Kommissionsverhältnis — zweifellos entgegen dem Geiste des Gesetzes — eine Mehrheit von Umsätzen statt eines einzigen Umsatzes annimmt und damit auch eine Mehrheit von Umsatzsteuerpflichten, so muß der Erfolg dieses Vorgehens zum mindesten als zweifelhaft bezeichnet werden. Zuverlässig ist allein der oben ange deutete Weg, daß der Auftraggeber selbst unmittelbar die verschiedenen Teilaufträge erteilt.

Der Anzeigensteuer unterliegt schließlich die Überlassung von Flächen und Räumen zur Aufnahme von Ankündigungen. Es handelt sich hier also im wesentlichen um den Plakatflächen-Mietvertrag. Das Gesetz will es verhindern, daß die Anzeigensteuer dadurch umgangen wird, daß nicht der Unternehmer die Reklame „macht“, sondern nur die Gelegenheit zu ihr gibt und sie von dem Auftraggeber selbst „machen“ läßt.

Nur der eigentliche Reklamemietvertrag ist anzeigensteuerpflichtig. Wer innerhalb eines Mietvertrages nur eine Fläche oder einen Raum zur Reklame ausnußt, braucht diese Tätigkeit nicht besonders zu versteuern. Der Mieter eines Ladens hat beispielsweise ohne weiteres das Recht, die Hausfassade, soweit sie den Laden unmittelbar begrenzt, zur Anbringung von Geschäftsschildern zu benutzen. Mietet er dagegen von der Hausfassade noch einen Teil hinzu, der nicht unmittelbar an seinen Laden grenzt, so würde dieser Zusatzmietvertrag zweifellos der Anzeigensteuer unterliegen.