

Sitzung vom 22. September 1999

1735. Anfrage (Steuerabzüge für Politwerbung der Firma Denner AG)

Kantonsrat Peider Filli, Zürich, hat am 23. August 1999 folgende Anfrage eingereicht:

Es ist bekannt, dass die Firmen der Denner-Gruppe (Denner AG, Waro, Franz Carl Weber) in ihren Geschäftsräumen Unterschriften für die so genannte «Maulkorb»-Initiative sammeln und Angestellten und von aussen angeheuerten Sammlerinnen und Sammlern Fr. 2 pro Unterschrift zahlen; dem erfolgreichsten Unterschriftensammler winkt zudem ein Preis in Höhe von Fr. 12000. Laut Aussagen von Firmenchef Gaydoul im «Sonntagsblick» vom 11. Juli 1999 ist es das Ziel von Denner, auf diesem Weg 100000 Unterschriften beizubringen. Zudem macht die Schweri-Gruppe in ganzseitigen Inseraten, die mit «Denner-AG» unterzeichnet sind, Werbung für die Initiative. Getextet sind die Denner-Inserate von der Firma medeag ag des Lega-Nationalrates Flavio Maspoli, der auch andere PR-Aufträge der Denner AG wahrnimmt.

In seinem Entscheid vom 27. August 1997 (SB 96.00058 und SB 96.00059) hat das Verwaltungsgericht zwar seine bisher restriktive Praxis bezüglich Abzugsfähigkeit von Politwerbung bekräftigt, zugleich aber in E. 3b, namentlich S. 8, offen gelassen, ob eine Firma Politwerbung, wenn sie diese offen unter ihrem Firmen-Logo betreibt, ähnlich wie beim Kultur- oder Sport-Sponsoring als betrieblichen Werbeaufwand absetzen kann. Die Abzugsfähigkeit beurteile sich «nach Massgabe der Werbewirkung, die solche Beiträge für das Unternehmen zu entfalten vermögen». Entscheidend sei, dass das gewohnte Erscheinungsbild der Firma «mit der politischen Aktion unmittelbar in Verbindung gebracht wird, sei es durch Platzierung an prominenter Stelle zum Beispiel auf Plakaten oder anderen Werbeträgern, sei es dadurch, dass politische Aktivitäten wie Unterschriftensammlungen oder öffentliche Diskussionen in oder vor Geschäftsräumen des Unternehmens in einer Weise durchgeführt werden, die deren Verbindung mit der Aktion offen zu Tage treten lässt».

In diesem Zusammenhang bitte ich den Regierungsrat um konkrete und detaillierte Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie sind nach heutiger Einschätzungspraxis und dem Entscheid des Verwaltungsgerichts vom 27. August 1997 die Aufwendungen der Denner-Gruppe für die so genannte «Maulkorb»-Initiative steuerlich zu beurteilen? Können
 - a) die Kosten für Inserate, die mit «Denner AG» unterzeichnet sind,
 - b) die Prämien für gesammelte Unterschriften, einschliesslich der Wettbewerbspreise,
 - c) die Kosten für die Unterschriftensammlung in den einzelnen Verkaufslokalenals geschäftsbedingte Werbeaufwendungen abgezogen werden?
2. Falls dies gemäss heutiger Praxis grundsätzlich bejaht werden muss, erwägt der Regierungsrat diesbezügliche gesetzliche Präzisierungen, um dies künftig zu verhindern? Falls er keine Schritte zu unternehmen gedenkt, warum nicht?
3. Ist der Regierungsrat nicht auch der Meinung, dass es staatspolitisch stossend ist, wenn finanzkräftige Wirtschaftskreise politische Entscheidungen nicht nur mit grossen Geldmitteln beeinflussen, sondern diese Einflussnahme auch noch steuermindernd geltend machen könnten?
4. Falls Frage 1 mit Nein beantwortet wird, was unternimmt die Finanzdirektion konkret, um bei Firmen, von denen bekannt ist, dass sie politische Aktivitäten mit finanzieren, die nötigen Kontrollen sicherzustellen? Wird er das Steueramt anweisen, dieser Frage entsprechende Beachtung zu schenken?
5. Sind zur Frage der Abzugsfähigkeit von politischen Werbeaufwendungen zurzeit Strafsteuer- oder Rechtsmittelverfahren hängig, oder ist es in den letzten vier Jahren ausser dem zitierten Verwaltungsgerichtsfall dazu gekommen (bitte um Zahlenangabe)?

Auf Antrag der Finanzdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

- I. Die Anfrage Peider Filli, Zürich, wird wie folgt beantwortet:

1. a) Das Verwaltungsgericht hat sich in einem Entscheid vom 27. August 1997 ausführlich mit dem so genannten Polit-Sponsoring befasst (Rechenschaftsbericht des Verwaltungsgerichts 1997 Nr. 36). Danach gilt der Aufwand für solches Sponsoring als geschäftsmässig begründet und damit auch steuerlich absetzbar, «soweit er» – so der Leitsatz im Rechenschaftsbericht des Verwaltungsgerichts – «Werbezwecken zu Gunsten des Unternehmens dient und dieses in seinem gewohnten werbemässigen Erscheinungsbild sowie in einer Weise auftritt, die es mit der politischen Aktion erkennbar in Verbindung bringt».

Im Einzelnen hielt das Gericht fest:

«Beim so genannten Polit-Sponsoring (...) ist grundsätzlich zwischen Zuwendungen an politische Parteien und solchen zu Gunsten politischer Aktionen zu unterscheiden. Die vorliegend zu behandelnden Zuwendungen für politische Aktionen werden in der Praxis dann als geschäftsmässig begründeter Aufwand zugelassen, wenn sie zur Abwehr eines unmittelbar gegen das Unternehmen gerichteten Angriffs verwendet werden (...). Es fragt sich, wie zu entscheiden ist, wenn politische Aktionen unterstützt werden, welche die geschäftliche Lage eines Unternehmens im Wettbewerb nicht bloss zu verteidigen, sondern darüber hinaus gehend zu verbessern trachten. Nach den vorstehenden allgemeinen Ausführungen zur geschäftsmässigen Begründetheit von Sponsorbeiträgen beurteilt sich diese Frage nach Massgabe der Werbewirkung, die solche Beiträge für das Unternehmen zu entfalten vermögen. Diese Wirkung kann etwa darin bestehen, dass sich eine im Detailhandel tätige Unternehmung in der Öffentlichkeit und damit auch in ihrem Marktsegment als ausdauernde Kämpferin für tiefe Konsumentenpreise profiliert. Solches setzt voraus, dass sie im Rahmen ihrer Unterstützung politischer Aktionen so auftritt, wie sie es in der Werbung für die von ihr angebotenen Produkte sowie allenfalls für ihr Ansehen in der Öffentlichkeit im Allgemeinen zu tun pflegt. Dieses werbemässige Erscheinungsbild äussert sich etwa im Schriftzug der Firma in der für das Unternehmen typischen grafischen Aufmachung. Entscheidend ist, dass dieses Erscheinungsbild mit der politischen Aktion unmittelbar in Verbindung gebracht wird, sei es durch Platzierung an prominenter Stelle, z.B. auf Plakaten oder anderen Werbeträgern, sei es dadurch, dass politische Aktivitäten wie Unterschriftensammlungen oder öffentliche Diskussionen in oder vor Geschäftsräumen des Unternehmens in einer Weise durchgeführt werden, die deren Verbindung mit der Aktion offen zu Tage treten lässt; das Unternehmen muss in diesem Sinn «Flagge zeigen» – unter Inkaufnahme aller geschäftlichen Risiken, die mit politischem Engagement verbunden sein können. Nur unter dieser Voraussetzung lässt sich dafür halten, das Unternehmen betreibe mit seinem Mitteleinsatz zu Gunsten der politischen Aktion in einem weiteren Sinn auch Werbung für sich selber, handle dergestalt in seinem eigenen Interesse und fördere so seine Unternehmensziele. Dieser Werbecharakter («caractère publicitaire») solcher Massnahmen erst rechtfertigt es, die Sponsoringaufwendungen im politischen Bereich als geschäftsmässig begründet anzuerkennen; das Handeln im Hintergrund vermag demnach keine geschäftsmässig begründeten Aufwendungen entstehen zu lassen, es sei denn, das Unternehmen sei unmittelbar Ziel eines politischen Angriffs. Das Kriterium des Werbecharakters begrenzt entsprechende Ausgaben auch dem Betrag nach, indem Kosten nur so weit zum Abzug gebracht werden dürfen, als die Unterstützungsmassnahmen, für die sie geleistet werden sind, in der Öffentlichkeit in Erscheinung treten und von den Adressaten ohne weiteres mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht werden.»

Zusammenfassend kann festgestellt werden:

- Soweit ein Unternehmen Zuwendungen zu Gunsten politischer Aktionen oder an politische Parteien leistet, ohne dabei nach aussen in Erscheinung zu treten, gelten solche Zuwendungen nicht als geschäftsmässig begründet und können daher auch nicht steuerlich abgesetzt werden, es sei denn, dass damit ein unmittelbar gegen das Unternehmen gerichteter politischer Angriff abgewehrt werden soll.
- Aufwendungen können nur so weit den geschäftsmässig begründeten und daher steuerlich absetzbaren Werbekosten zugerechnet werden, «als die Unterstützungsmassnahmen, für die sie geleistet worden sind, in der Öffentlichkeit in Erscheinung treten und von den Adressaten ohne weiteres mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht werden»; dabei müssen solche Massnahmen «die geschäftliche Lage eines Unternehmens im Wettbewerb ... zu verbessern trachten».

b) Es kann nicht näher auf die Frage eingegangen werden, ob und inwieweit die Denner-Gruppe Aufwendungen für die so genannte «Maulkorb-Initiative» steuerlich absetzen kann. Zum einen verbietet dies schon das Steuergeheimnis; zum anderen würde damit eine Beur-

teilung vorweggenommen, die im Rahmen des Einschätzungsverfahrens für die betreffende Steuerperiode vorzunehmen sein wird.

2. Die rechtliche Lage ist durch den erwähnten Entscheid des Verwaltungsgerichts geklärt. Dass sich im vorliegenden Zusammenhang – wie auch bei der Beurteilung der geschäftsmässigen Begründung anderer Aufwendungen eines Unternehmens – mitunter schwierige Abgrenzungsfragen stellen, liegt in der Natur der Sache. Gesetzliche Präzisierungen können dies nicht ändern.

3. Wie erwähnt, ist der Aufwand für so genanntes Polit-Sponsoring steuerlich nur abziehbar, soweit er Werbezwecken zu Gunsten des Unternehmens dient und dieses in seinem gewohnten werbemässigen Erscheinungsbild sowie in einer Weise auftritt, die es mit der politischen Aktion erkennbar in Verbindung bringt.

4. Die Einschätzungsdienste sind angewiesen, dem Entscheid des Verwaltungsgerichts vom 27. August 1997 die notwendige Beachtung zu schenken.

5. Es sind keine diesbezüglichen «Strafsteuer- oder Rechtsmittelverfahren» bekannt.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Finanzdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Der Staatsschreiber:
Husi