

Anordnung Nr. 7*
über die Steuerveranlagung der privaten Wirtschaft
und der Genossenschaften.
(Veranlagungsrichtlinien 1959 — priv. —)

Vom 23. Februar 1963

I

Zur Änderung des § 26 Abs. 1 und des § 27 der Anordnung vom 2. Februar 1960 über die Steuerveranlagung der privaten Wirtschaft und der Genossenschaften (Veranlagungsrichtlinien 1959 — priv. —) (Sonderdruck Nr. 311 des Gesetzblattes) in der Fassung der Anordnung Nr. 5 vom 30. Januar 1962 über die Steuerveranlagung der privaten Wirtschaft und der Genossenschaften (Veranlagungsrichtlinien 1959 — priv. —) (GBl. II S. 87) wird folgendes angeordnet:

§ 1

Der § 26 Abs. 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Aufwendungen für gesellschaftliche Zwecke, die für Transparente, Raumgestaltung bei Belegschaftsversammlungen und dergleichen entstehen, sind Betriebsausgaben, soweit eigenes Material des Betriebes verwendet und die Arbeit von Betriebsangehörigen ausgeführt wird. Soweit es sich nicht um innerbetriebliche Leistungen handelt, können die Aufwendungen im Rahmen des Gesamtbetrages für die Werbung gemäß § 27 Absätzen 1 bis 4 bei der Ermittlung des steuerlichen Gewinnes als Betriebsausgaben behandelt werden.“

§ 2

Der § 27 erhält folgende Fassung:

„(1) Aufwendungen für die Massenwerbung (Zeitungsanzeigen, Diapositive, Kataloge, Prospekte usw.) sind als Betriebsausgaben anzuerkennen, soweit der Gesamtbetrag 50 % des im Veranlagungszeitraum 1962 als Betriebsausgabe anerkannten Betrages für Massenwerbung im Gebiet der Deutschen Demokratischen Republik (im folgenden: Inland) nicht übersteigt. Aufwendungen für zentrale Verkaufsveranstaltungen (Submissionen) und die werbende Ausgestaltung von Schaufenstern und Verkaufsräumen des Betriebes sind stets als Betriebsausgaben abzugsfähig. Keine Betriebsausgaben sind Aufwendungen für Anzeigen in nicht lizenzierten Druckerzeugnissen, für Repräsentationsanzeigen in allen Zeitungen und Zeitschriften und für Glückwunschkarten aller Art.

(2) Aufwendungen für die im Inland durchgeführte individuelle Werbung, bei der sich für den Empfänger des Werbetextes ein persönlicher Vorteil ergibt, sind keine Betriebsausgaben. Aufwendungen für Warenproben sind bei den Herstellerbetrieben Betriebsausgaben. Der Gesamtbetrag der Herstellerabgabepreise der ausgegebenen Warenproben darf jedoch 50 % des im Veranlagungszeitraum 1962 als Betriebsausgabe anerkannten Betrages für die individuelle Werbung im Inland nicht übersteigen.

(3) Aufwendungen der Brauereien, Kellereien und Spirituosenhersteller für die Werbung sind

unabhängig von der Begrenzung nach Abs. 1 Satz 1 und Abs. 2 Betriebsausgaben, soweit der Gesamtbetrag

bei Brauereien 0,15 DM je hl Bierausstoß,
bei Kellereien 0,20 DM je hl verkauften Weines
und bei Spiri- 0,20 DM je hl Spirituosenausstoß
tuosenherstellern

nicht übersteigt. Hierzu gehören auch die Aufwendungen für Kostproben und Kundenspesen sowie für Bieruntersetzer bei Brauereien. Die Aufwendungen für Kostproben und Kundenspesen bei Brauereien dürfen jedoch 0,03 DM je hl Bierausstoß nicht übersteigen.

(4) Als Aufwendungen der Zigarren- und Zigarettenhersteller für die Werbung sind abweichend von Abs. 1 Satz 1 und Abs. 2 nur die im Vertrieb gewährten Rauchproben als Betriebsausgaben abzugsfähig. Diese Aufwendungen dürfen jedoch

| | |
|-----------------------------|---|
| bei Zigarettenherstellern | 0,03 DM je 10 000 Stüde verkaufter Zigaretten |
| und bei Zigarrenherstellern | 0,03 DM je 1000 Stück verkaufter Zigarren |

nicht übersteigen.

(5) Aufwendungen für die Massenwerbung im Export (z. B. fremd- bzw. mehrsprachige Prospekte usw.) sowie Aufwendungen für Warenproben, Muster und dergleichen, die mit Genehmigung des zuständigen Außenhandelsorgans im Export versandt wurden, sind unabhängig von den Bestimmungen der Absätze 1 bis 4 Betriebsausgaben.

(6) Aufwendungen für die individuelle Werbung im Interesse des Exportes sind, abweichend von den Absätzen 1 bis 4, als Betriebsausgaben abzugsfähig, wenn der Einzelhandelsverkaufspreis des aus Werbungsgründen dem Exportkunden übergebenen bzw. übersandten Artikels 30 DM nicht übersteigt. Die Aufwendungen für die individuelle Werbung im Interesse des Exportes werden jedoch nur insoweit als Betriebsausgaben anerkannt, als das Verhältnis derartiger Aufwendungen zum Exportumsatz des gleichen Jahres das Verhältnis des im Jahre 1962 hierfür als Betriebsausgabe anerkannten Betrages zum Exportumsatz im Jahre 1962 nicht übersteigt

(7) Der Leiter der Abteilung Finanzen des Rates des Kreises ist im Einvernehmen mit den für die Anleitung der Betriebe verantwortlichen staatlichen Organen bei Vorliegen der volkswirtschaftlichen Notwendigkeit der Werbemaßnahmen berechtigt, auf Antrag die Überschreitung der für die Abzugsfähigkeit der Werbeaufwendungen als Betriebsausgaben festgelegten Grenzen zu genehmigen. Für 1963 ist eine solche Genehmigung insbesondere dann zu erteilen, wenn Verträge über Werbemaßnahmen vorliegen, die vor Inkrafttreten dieser Anordnung abgeschlossen wurden.“

§ 3

Diese Anordnung tritt mit ihrer Verkündung in Kraft und ist ab dem Veranlagungszeitraum 1963 anzuwenden.

Berlin, den 23. Februar 1963

Der Minister der Finanzen

I. V.: Sandig
Erster Stellvertreter des Ministers

t Anordnung Nr. 6 (GBl. II 1962 Nr. 96 S. 823)