

Management

Management by Sex

Bordellbesuche Um Kunden wohl zu stimmen und Mitarbeiter zu belohnen, organisieren auch Schweizer Unternehmen Ausflüge ins Rotlicht-Milieu. Der Staat zahlt mit. Denn die Auslagen werden von der Steuer abgezogen.

VERA SOHMER UND MARC BADERTSCHER

Die Feier in Budapest war nur für die Besten. 100 Top-Vertreter des deutschen Versicherers Hamburg-Mannheimer durften in die ungarische Hauptstadt reisen, um sich in der traditionsreichen Gellert-Therme zu entspannen. Neben dem Pool warteten 20 Prostituierte, mit Tüchern verhüllte Himmelbetten standen bereit. Es war eine Bonusparty der Extraklasse zur Belohnung der guten Resultate im Jahr 2007. Organisiert hatte die Sexorgie unter freiem Himmel die Geschäftsleitung. Die Veranstaltung kostete 83 000 Euro. Der Konzern zog alles von den Steuern ab.

Was in Deutschland für Aufsehen sorgte, passiert auch in der Schweiz. Hiesige Unternehmen machen Auslagen im Rotlichtmilieu ebenfalls steuerlich geltend. Das bestätigen mehrere Steuerverwaltungen. «Eine Umfrage bei der Division Bücherrevision zeigt, dass fast alle schon das

Der Firma wurde daraufhin eine Rechnung für den «Dolmetscher-Service» geschickt.

eine oder andere Mal damit zu tun hatten», sagt Adrian Hug, Steuerverwalter des Kantons Zürich. In Luzern ist es nicht anders, und in Bern sagt Steuerverwalter Bruno Knüsel: «Das kommt bei grossen und kleinen Firmen vor.» Konkrete Zahlen mag bei den Behörden niemand schätzen, doch eine Randerscheinung ist die Praxis nicht. «Ich sehe das in den Spesenbelegen noch heute», sagt ein selbstständiger Revisor. «Vielleicht etwas weniger häufig als früher.»

Üblicherweise sind es aussergewöhnliche Situationen, die zu einem Besuch im Rotlichtmilieu führen. Zum Beispiel nach einem geglückten Deal. «Gerade letzte Woche rief die Assistentin eines Firmenchefs an», erzählt die Geschäftsführerin eines Zürcher Escort-Service. «Sie bestellte vier Hostessen für die Feier eines Geschäftsabschlusses. Das kann die Firma problemlos intern abbuchen.»

Für die Steuern sind es Spesen

Gebucht werden die Dienstleistungen laut einer weiteren Leiterin einer Begleitagentur oft von Unternehmen aus der Finanzbranche. Meistens seien es Neureiche und weniger alteingesessene Firmen. In der Baubranche, zum Beispiel nach einer Aufrichte, seien Bordell-Besuche auf Firmenkosten ebenso gang und gäbe wie in der Exportbranche und im Handel, berichtet der Revisor für Kleinfirmen. Ein Banker erzählt, er sei bei einer grösseren Firmenübernahme dabei gewesen. Während der heissen Phase habe der Club-Besuch zum Standardprogramm gehört.

Rechtlich gesehen kann der Milieubesuch unter Umständen tatsächlich als Geschäftsaufwand verrechnet werden. Er hilft so, die Steuerlast zu reduzieren. Ob die Veranstaltungen «moralisch anrüchig» seien, ist für die Besteuerung nicht massgebend. «Entscheidend für die Abzugsfähigkeit von Kosten ist, ob diese geschäftsmässig begründet sind», teilt die Steuerverwaltung in Zürich mit. In Ausnahmefällen könne das der Fall sein. Dies muss der Steuerpflichtige aber nachweisen können. Dabei reicht der Hinweis allein nicht aus, dass die Sex-Dienstleistungen für Kunden eingekauft wurden. Es brauche den Nachweis, dass die Ausgaben in direktem Bezug zu Geschäftserträgen stehen.

Am ehesten ist das der Fall, wenn eine Firma Kunden oder Lieferanten empfängt

und ein Geschäft ansteht. Gerade im Umgang mit ausländischen Geschäftspartnern gehört das Rahmenprogramm am Abend oft dazu. «Wenn ein japanischer Kunde beim Abendessen die Bemerkung fallen lässt, ihm gefallen die europäischen Frauen, dann weiss man, was zu tun ist», erzählt ein Anwalt. «Wenn du den Deal und weiterhin guten Willen vom Kunden willst, dann organisierst du den weiteren Abend entsprechend.» Als Forderung oder gar als Bedingung für den Geschäftsabschluss werde der Wunsch nach Frauen allerdings nie vorgebracht.

Manchmal gehen die Geschäftspartner zusammen in einschlägige Lokale, aber das sei nicht zwingend so. Ein Mitarbeiter

einer Firma erzählt: «Anfragen, wo es La-gods zum Spass» gebe, kämen regelmässig, besonders von asiatischen oder arabischen Geschäftspartnern. Mitmachen muss niemand von uns, das wird nicht erwartet.» Ausreden wie «Ich bin zu müde» oder «Ich habe zu viel getrunken» würden sowohl von Kunden als auch von Kollegen akzeptiert. So könne man sich diskret aus der Affäre ziehen – ohne negative Folgen für die Geschäftsbeziehung.

Chef-Spielchen im Penthouse

Abgerechnet wird oft über die Firma. Die Belege sind neutral gehalten. Sie werden als Spesen deklariert, manchmal ist auch von «Kundenbetreuung» die Rede

Nach einiger Zeit sind alle nackt und haben Spass miteinander», schildert die Inhaberin eines Escort-Service den Ablauf. Meistens ist sie bei diesen grossen Anlässen selbst dabei, inkognito. Sie serviert das Essen, und das aus einem einfachen Grund: «So habe ich alles unter Kontrolle, und die Frauen fühlen sich sicherer.»

Die Frauen ihrer Agentur werden regelmässig für derlei Firmenanlässe gebucht. Die Aufwendungen belaufen sich auf 2000 Franken für die Penthouse-Miete plus mehrere Tausend für den Rest des Service. Im konkreten Penthouse-Fall habe der Firmeninhaber bar bezahlt, erinnert sich die Agentur-Chefin. Ob er die Kosten der Firma verbucht habe, wisse sie nicht. Manchmal stelle sie die Rechnung dem Unternehmen auch direkt zu.

Das Problem für die Steuerbehörden ist, dass die Milieukosten in der Spesenabrechnung der Firmen meistens nicht gleich als solche erkennbar sind. «Vor ein paar Monaten habe eine Sekretärin angerufen, um für ihren Chef eine attraktive Dame für Englisch, Französisch und Italienisch zu buchen», erzählt die Escort-Leiterin weiter. Dem Unternehmen wurde darauf eine Rechnung für den «Dolmetscher-Service» geschickt.

Unverfängliche Namen auf Abrechnung

Oft werden die Rechnungen auch direkt mit den Escort-Ladys beglichen. Im oberen Preissegment arbeiten viele von ihnen selbständig, führen eine eigene Firma und werden von den Agenturen nur vermittelt. Auf der Quittung oder dem Kreditkarten-Auszug erscheint dann nur der oft unverfängliche Name der Einzelfirma der entsprechenden Begleitdame. Meistens ist es allerdings trivialer. «In der Spesenabrechnung steht statt Club-Besuch oft einfach Champagner oder Essen und Getränke», sagt der Revisor von Kleinfirmen. Auch «Besprechung mit ...» sei eine geläufige Formulierung. Natürlich stehe der Name des Lokals jeweils auf dem

«Faktisch ist das nicht überprüfbar. Dafür fehlen die Ressourcen.»

Guido Jud
Steuerverwalter Zug

Beleg, aber das interessiere im Normalfall niemanden, auch ihn als Revisor nicht. Buchprüfungsfirmen gingen bei den Spesen nicht ins Detail, ausser die Firma wüschte es explizit. Sex auf Spesen wolle aber niemand thematisieren. Das ist offenbar auch bei anderen Prüffirmen der Fall. «Die Bereitschaft, über solche Themen Auskunft zu geben, hält sich sehr in Grenzen», sagt ein Mitarbeiter einer grossen Revisionsgesellschaft.

Für eine vertiefte Prüfung der Spesenbelege müssten die Steuerbehörden mehr Personal zur Verfügung haben. Bern macht «keine grossen Recherche-Übungen», in Luzern «fehlt die Zeit, um bei grossen Firmen die Spesenbelege zu kontrollieren», und in Zug sagt Steuer-Chef Guido Jud: «Faktisch ist das nicht überprüfbar. Dafür fehlen die Ressourcen. Andere Steuerfragen sind deutlich wichtiger.» In Zug pakt ein Steuerbeamter pro Tag 7 bis 8 Veranlagungen durch. Aus dem Jahresabschluss und den Steuererklärungsunterlagen allein gehen Ausgaben für Milieu-Besuche nicht hervor.

Wenn die Behörden trotzdem bei einer Stichprobe auf einen konkreten Fall stossen, beginnen die Probleme erst. So bleibt zu klären, ob der Aufwand wirklich geschäftsbedingt gewesen sei. Auch das braucht Zeit. Berns Steuerverwalter Knüsel

verweist auf ein weiteres Aufgabenfeld: die Korruptionsbekämpfung. «Wenn es danach riecht, dann versuchen wir zu reagieren und die Geschäftsbeziehung genauer anzuschauen», sagt Knüsel.

Statt «Besuch im Club» steht in der Abrechnung schlicht «Champagner».

Die Steuerbehörde sei auch nicht die Spezialistin in diesem strafrechtlichen Bereich. Aus konjunkturellen Gründen dürften die Milieu-Besuche von Firmen vorderhand nicht abnehmen. Jedenfalls berichten die Agenturen von bisher gleichbleibender Nachfrage für exquise Firmenanlässe.

Sex auf Spesen – die meisten Steuerverwaltungen sehen «kein übliches Geschäftsgebaren», sprechen von «eher kleinen Summen» und «abnehmender Praxis

bei Grossfirmen». Ein Fall wie die Budapest-Reise der deutschen Versicherungsvertreter sei nur schwer vorstellbar.

In der Branche erachtet man das Thema trotzdem weiterhin als moralisches Minenfeld. Die Behörden reagieren auf die Herausforderungen durch das sensitive Thema mit unterschiedlichen Strategien. Zürich wählt die sanfteste Variante. «Sicher wird das Steueramt seinen Ermessensspielraum, wo er besteht, nicht zugunsten fraglicher

Kanton Aargau: Dort teilt die Steuerbehörde mit, «Milieu-Besuche sind kategorisch und unter keinen Umständen als Spesen verrechenbar.» Am radikalsten ist Basel. Dort sagt die Steuerverwaltung: «Das Phänomen Mitarbeiter-Anlass im Milieu kennen wir nicht. Und zu Ausflügen mit Kunden ist nichts aktenkundig.»

«Die Nachfrage der Männer übersteigt das Angebot bei Weitem»

Käuflicher Sex ist offenbar auch in Unternehmen an der Tagesordnung. Er dient der Kundenbindung und auch als Belohnung für Leistung. Warum?

Klaus Heer: Sex ist ein Anreizsystem für Menschen, die Sexualität als Währung und Machtmittel verstehen. Und nichts ist bei Männern so begehrt wie simpler Sex ohne Komplikationen.

Was ist der Grund dafür?

Heer: Sex ist ein knappes Gut. Die Nachfrage der Männer übersteigt das Angebot bei Weitem. In den Alltagsbeziehungen erscheint der Aufwand für sexuelle Befriedigung viel zu gross. Der käufliche Sex hingegen ist attraktiv, aber meist teuer. Und so ist Bonus-Sex, für den man keinen Finger krümmen muss, ein besonders delikates Präsent.

Ist Sex in dieser Form Stressabbau oder Machtdemonstration?

Heer: Sex ist kein Überdruckventil. Wir geben ihm immer Bedeutung. Man kann mit Sex Überlegenheit ausdrücken.

Was würde passieren, wenn ein Mitarbeiter bei der Firmenorgie nicht mitmacht?
Heer: So etwas würde ich ein paar Männern zutrauen, die geübt sind im aufrechten Gang. Allerdings müsste jeder damit rechnen, dass die lieben Kollegen

Klaus Heer
Paartherapeut und Autor

sarkastisch und verletzend reagieren. Besonders wenn Alkohol im Spiel ist.

Was ist der Reiz, bei Betriebsfesten Stripperinnen auftreten zu lassen? Ist das nicht Ausdruck von Verklemmtheit?
Heer: Das Ganze hat immer eine Spur von Verruchtheit an sich. Man beteiligt sich an etwas, das nicht ganz in Ordnung ist. Schuld und Verklemmtheit geben den Vorgängen die besondere Würze.

Ist es den Teilnehmern am nächsten Tag nicht peinlich?

Heer: Natürlich! Aber Scham und Peinlichkeit in kleinen Dosen sind das scharfe Gewürz, das einen listernen Event besonders bestechend macht. Männer sind lebenslang geübt darin, widersprüchliche Gefühle unter einen Hut zu bringen.

Machtbewusstsein ist fast schon ein sexuelles Gefühl.»

Henry A. Kissinger, US-Politiker

Sie können sich ohne Probleme als treusorgende Gatten empfinden und an Firmenergien teilnehmen.

Man weiss etwas Geheimes voneinander: Macht Firmensex die Arbeitskollegen und Geschäftspartner nicht erpressbar?

Heer: Diese Gefahr ist vorhanden, aber beherrschbar. Schliesslich sitzen alle im selben Boot und sind ähnlich erpressbar.

Schweissen gemeinsame Sex-Erlebnisse Männer zusammen?

Heer: Genau! Es ist die exquisite, verschwörerische Intimität, die diese Männer vernetzt – ein Effekt, den die veranaltende Firma sicher auch im Auge hat.

Arbeitskolleginnen bleiben aussen vor.

Heer: Das könnte sein. Kolleginnen würden in diesem Szenario stören. Die Herren machen das lieber unter sich aus.

Sexuelle Dienstleistung einkaufen – wäre dies weniger üblich, wenn es mehr Frauen auf den Führungsetagen gäbe?

Heer: Schwer zu sagen. Möglich, dass die Frauen beim Karriereaufstieg dazu neigen, diese Verdrheiten der Männer zu imitieren. Sie sind wohl kaum immun gegen bewährte perverse Erfolgsgesetze.

INTERVIEW: VERA SOHMER

ANZEIGEN

BE SMART. BE HIP. BE SEEN.

Register Online at www.acte.org before 24 September and SAVE!

ACTE Paris

GLOBAL EDUCATION CONFERENCE

2-4 OCTOBER 2011

Join your colleagues, the leaders in the business travel industry, in Paris, as we come together for the Association of Corporate Travel Executives' (ACTE) 2011 ACTE Global Education Conference in Paris (2-4 October). This conference will continue to advance the industry by identifying new and innovative approaches to managed travel, enabling delegates to reach consensus through open and honest dialogue, and creating solutions and best practices that drive change.

The Steering Committee members are hard at work developing a programme that focuses on "Seek and Find" education sessions rather than "Show and Tell." In addition, a subcommittee developed a *French Track*, which features education sessions focused on topics important to the local marketplace and delivered in French. This track is being developed in partnership with the Association Française des Travel Managers (AFTM) and Voyages d'Affaires.