

Herstellungs- bzw. Selbstkostenpreis.

(Vgl. Nr. 182.)

Im § 8 des preussischen Einkommensteuergesetzes, und wohl in Übereinstimmung mit den Steuergesetzen der meisten anderen Staaten, heißt es:

»Von dem Hohertrage der Einkommensquellen (Kapitalvermögen, Grundvermögen, Handel und Gewerbe, Gewinnbringende Beschäftigung) sind die Aufwendungen zur Erwerbung, Sicherung und Erhaltung des Ertrags (Werbungskosten) in Abzug zu bringen. Als Werbungskosten, also Propaganda- und Vertriebskosten gelten: Kosten für Unterhaltung von Gebäuden, Versicherungsprämien, Pacht- und Mietzins, Heizung, Beleuchtung, Gehälter, Löhne, Versicherungsbeiträge für das Personal, Gewerbesteuer, Beiträge zu den Handelskammern, Abschreibungen usw.«

Hiernach und unter Berücksichtigung der §§ 40 und 261 des Handels-Gesetzbuches sind bei Berechnung der Lagerwerte für Inventur- und Steuerzwecke nur die eigentlichen Herstellungskosten zu berücksichtigen.

Werden die Verlagswerke in eigener Druckerei hergestellt, dann halte ich die Einrechnung des Gewinnausschlags der Druckerei nicht für richtig.

Der Selbstkostenpreis setzt sich also zusammen aus Herstellungskosten und Werbungskosten.

Der Verkaufspreis muß selbstverständlich aus Herstellungskosten und Gewinn-Ausschlag bestehen.

Halle (E.). Adelbert Kirsten,
Verfasser des Lehrbuches der doppelten Buchführung für den Sortimentsbuchhandel.

Ein kaufmännisch rechnender Verleger wird zu den Selbstkosten eines Werkes nicht nur lediglich die Herstellungskosten (Honorar, Satz, Druck, Papier, Zeichnungen, Klischees, Matrern, Stereotypplatten, Broschur, Einband usw.) rechnen, sondern auch die für den Vertrieb des Werkes als notwendig vorgesehenen Reklamekosten (Prospecte, Anzeigen, Porto usw.) und einen Anteil der allgemeinen Handlungs-Unkosten (Miete, Steuer, Gehälter usw. usw.).

Ferner werden die selbstdruckenden Verleger auch die Herstellungs-Gewinn-Ausschläge mit in die Herstellungskosten einsetzen, sofern sie für den Druckerei-Betrieb gesondertes Konto führen. Sie sind dann in derselben Lage wie die Verleger, die bei fremden Druckereien herstellen lassen und diesen doch auch einen Gewinn zahlen müssen.

Bei der Einschätzung der Lagerverräte wird der Verleger zweckmäßig die Herstellungskosten mit den Gewinnausschlägen der Druckerei einsetzen, dagegen ohne den Anteil an den allgemeinen Handlungsunkosten, wodurch bereits eine entsprechende Abschreibung entsteht. Ob und wie weit darüber hinaus eine Abschreibung von den Herstellungskosten erfolgen soll, muß sich nach der Gangbarkeit des einzelnen Werkes richten.

E.

J. E.

Unter Herstellungskosten sind alle die Aufwendungen zu verstehen, die dazu dienen, um beispielsweise im Verlagsbuchhandel ein Werk fix und fertig verkaufsbereit zu erhalten; unter die allgemeinen Unkosten (Betriebs- oder auch Vertriebskosten) gehören alle die Aufwendungen, die dazu dienen, die verkaufsbereiten Werke wieder in Geld umzusetzen. Schematisch läßt sich die Sache etwa so darstellen:

Satz und Druck.	Anzeigen.
Papier.	Prospecte.
Honorar.	Verbreitung derselben.
Klischees usw.	Miete, Heizung usw.
Buchbinder.	Kommissionär.
Frachten und Gehälter für Herstellungszwecke.	Frachten und Gehälter für Vertriebszwecke.
usw. usw. usw.	usw. usw. usw.
Ergibt: Herstellungskosten.	Ergibt: Unkosten.

Beides zusammen: Selbstkosten.

Hierdurch dürfte wohl der Unterschied zwischen Herstellungs- und Selbstkosten genügend bejaht und geklärt sein.

Stellt der Verleger die Werke im eigenen Betrieb ganz oder teilweise her, so pflegt es üblich und auch ganz richtig zu sein, daß das Druckereikontor und das Verlagsbureau als getrennte Betriebe und untereinander wie mit fremden Firmen arbeiten. Das Druckereikontor berechnet die Preise, die sich nach seiner Rechnung unter Berücksichtigung eines entsprechenden Gewinnausschlages als notwendig

und angemessen erweisen, und das Verlagsbureau bewilligt keine höheren Preise, als es bei anderen Druckereien zu zahlen hätte. Es ist jedenfalls durchaus normal, daß in den Herstellungskosten ein Reingewinn der Druckerei enthalten ist. Ob dieser Reingewinn der eigenen oder einer fremden Druckerei zugeflossen ist, kann dem Verlagsbureau ziemlich gleichgültig sein, und es ist jedenfalls gar kein Grund einzusehen, warum die eigene Druckerei dem Verlagsbureau zu Liebe zu den Selbstkosten liefern und ohne Gewinn arbeiten sollte.

Inwieweit Unkosten aller Art dem Verlagskonto bzw. dann auch den einzelnen Werken belastet werden sollten, ist Ansichtssache. Wie ich früher einmal des längeren ausführte (vgl. Vbl. 1910, Nr. 159), ist es das Richtige, wenn Aufwendungen, die sich leicht aussondern lassen oder einen größeren Betrag ausmachen, den einzelnen Werken bzw. dann auch dem Hauptverlagskonto belastet werden. Dies ist jedoch nur insoweit zulässig, als es für die Gewinn- und Verlustrechnung und nicht etwa für die Bewertungsfrage der Vorräte geschieht.

Daß daher die Anfrage Absatz 3 und 4 falsch ist, ist wohl ebenso klar, wie daß die Steuerbehörde im Unrecht ist, wenn sie von dem Steuerpflichtigen eine derartige Bewertung der Vorräte fordert. Ich nehme bezüglich des Steuerstreites allerdings an, daß es sich lediglich um die Einkommensverhältnisse oder um den Wehrbeitrag oder Ähnliches handelt und nicht etwa um eine aus einem komplizierten Fall herausgegriffene Unterfrage. Im übrigen dürfte sich für den Einsender eine Durchsicht von Thiele: Bilanz und Steuerpflicht (Leipzig, Poeschel, Preis M 1.20 ord.) empfehlen.

Berlin NW. 52, Paul-Str. 24.

Hans Stoll.

»Kriegspreise.«

In der ersten August-Woche zeigte der Gea-Verlag, Berlin W. 35, im Börsenblatte die Liebenowsche Kriegskarte von Mitteleuropa an, und zwar zum Preise von M 3.50 für 10 Stück. In der Anzeige stand ausdrücklich: »Expedition kann nur gegen Nachnahme oder Voreinsendung erfolgen.« Am Tage des Erscheinens der Anzeige bestellte ich 50 Karten und schrieb dazu, daß der Betrag nachgenommen werden sollte. Am 9. August erhalte ich eine Drucksache mit der Anmerkung: »Unter Rückgabe Ihrer Originalbestellung bedauern wir recht sehr — analog unserer Offerte — nur gegen Voreinsendung des Betrages liefern zu können.« Ich hatte also fünf Tage verloren, währenddem ich Europa-Karten längst von einem anderen Verlage bekommen hätte. Das Beste ist aber, daß der Gea-Verlag die Gelegenheit benutzt, um, wie so viele nicht gerade rühmlich genannte Firmen anderer Fabrikationsgebiete, den Preis von M 3.50 auf M 5.— für 10 Stück zu erhöhen. Handelt es sich bei den Karten auch nicht um Lebensmittel, bei denen der ungerechtfertigte Ausschlag bereits von Rechts wegen verfolgt wird, so ist der Preisausschlag auf die Karten, der durch nichts anderes als die starke Nachfrage veranlaßt wurde, doch unbedingt zu bekämpfen. Die Sortimentler sollten sich daher für spätere Zeiten den Gea-Verlag merken und schon jetzt die Karten anderer Verleger vorziehen, die ihre Angebote nicht nur für zwei Tage aufrecht erhalten, wenn sie ein paar Pfennige mehr verdienen können.

Peine.

Curt Rother.

Eine ähnliche Beschwerde über den Gea-Verlag geht uns von der Firma Weitbrecht & Marissal in Hamburg zu. Sie stellt außerdem fest, daß die Liebenowsche Kriegskarte von Mitteleuropa dem Publikum von der »Neuen Hamburger Zeitung« für 40 Pfg. angeboten wird, also zum Nettopreise für Buchhändler! Red.

Erwiderung.

Der Preis von 35 S pro Stück bei Abnahme von Posten der »Liebenowschen Kriegskarte von Mitteleuropa« war von uns in erster Linie so niedrig festgesetzt und der Verkaufspreis freigegeben worden, weil wir dem Sortiment Gelegenheit geben wollten, die Karte in Massen zu einem billigeren Preise als bisher (80 S) abzugeben. Unsere Erwartungen aber sahen wir getäuscht. Die Karte wird hier in Buchhandlungen allgemein mit 1 M angeboten; in den ersten Tagen der Mobilmachung wurde gelegentlich sogar 1 M 50 S dafür verlangt. Wer macht da die »Kriegspreise«?! — Wenn die »Neue Hamburger Zeitung« die Karte mit 40 S anbietet, so beweist dies lediglich, daß sie sich an den Preistreiberien nicht beteiligt. Hat sie ihren ersten Abschluß mit uns aufgebraucht, so wird sie übrigens auch ihren Preis zu erhöhen gezwungen sein, wenn sie nicht neben ihren Unkosten auch noch bares Geld zugeben will. — Was uns zur Erhöhung unseres Nettopreises auf 50 S mit veranlaßt hat, liegt nach obigem auf der Hand; im übrigen lehnen wir es ab, unsere geschäftlichen Maßnahmen in der Öffentlichkeit zu rechtfertigen.

Berlin.

Gea Verlag G. m. b. H.
Hermann Albers.

Verantwortlicher Redakteur: Emil Thomas. — Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig, Deutsches Buchhändlerhaus, Hospitalstraße. Druck: Hamm & Seemann. Sämtlich in Leipzig. — Adresse der Redaktion und Expedition: Leipzig, Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus).