

Auch hier bestehen ungewöhnliche Differenzen zwischen deutschen und anglo-amerikanischen Gepflogenheiten. Während man in Deutschland das veröffentlichte Bilanzschema in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle auf ganz wenige nichtsagende Posten hat zusammenschumpfen lassen, die beim Abdruck in den Zeitungen noch weiter zusammengelegt werden, gibt man in England und Amerika ganz allgemein viele Dutzende von Posten mit allen Details. Der vorangehende Bericht über das abgelaufene Geschäftsjahr verkündet in Deutschland meist die sehr unmaßgebliche Ansicht der Herren Direktoren von volkswirtschaftlichen Fragen und sagt über den Geschäftsgang selten mehr, als daß er „gut“, „zeitweise sehr gut“ gewesen wäre, und daß der Auftragsbestand „genügend“ sei; aus den englischen Berichten jedoch erfährt man wirklich etwas über den Geschäftsgang, die einzelnen Abschlüsse, die Kontrahenten, die Aussichten. Das Bedürfnis nach Auslandskrediten, das zu einer Anpassung an die ausländischen Publizitätssitten zwingt, wird hier jedoch als guter Erzieher wirken.

Bedauerlicherweise haben die Aufsichtsbehörden die bisherige Verschlechterung der Publizitätssitten — denn eine Verschlechterung gegenüber der Vorkriegszeit ist zweifellos eingetreten — nicht nur ruhig mit angesehen, sondern auch noch durch die Gesetzgebung unterstützt. Überhaupt geht der Staat nicht mit dem besten Beispiel voran. Der Reichsbankausweis ist überaus undurchsichtig, unklar und mangelhaft, und das ganz ohne Not, denn ein gründlicher Kenner vermag ihn sehr wohl zu analysieren und kann unter Hinzuziehung anderer Veröffentlichungen die ungefähre Größe der nicht gesondert ausgewiesenen Posten mit einiger Genauigkeit vermuten. Warum also werden die Reichs- und Staatsguthaben nicht von den Privatguthaben getrennt wie noch bis zur Umstellung im Oktober vorigen Jahres? Warum ist das Konto des Reparationsagenten nicht ausgewiesen? Was steckt alles in dem Posten „Sonstige Aktiven“?

Wie sehr die Kargheit der Bilanzpublikationen die Rationalisierung unseres Wirtschaftslebens hemmt, von der doch unsere ganze Zukunft abhängt, dafür bietet ein Beispiel die in den Vereinigten Staaten sehr verbreitete, bei uns aber von Dr. Hans Heymann fast vergeblich propagierte „Sachlebensversicherung“. Diese bedeutet nichts anderes als eine Ausgestaltung der Abschreibungsmethoden nach wissenschaftlichen Grundsätzen (Abnutzungstabellen usw.) und Reservestellungen bei einer Versicherungsgesellschaft in Gestalt von Prämienzahlungen, so daß die Gelder jederzeit und auf „erstes Risiko“ ganz zur Verfügung stehen und völlig liquide sind. Dieses Verfahren hat nur Aussichten, wenn die Versicherungsgesellschaft, die ihrerseits natürlich sehr wohl Kredite gewähren kann, vollen Einblick in die gesamte Geschäftsgebarung ihrer Kunden hat — vieler Kunden, denn jede Versicherung beruht auf dem „Prinzip der großen Zahl“.

Einen weiteren Fall öffentlicher Kontrolle teilte Prof. Frenzel vor dem Verband deutscher Waren- und Kaufhäuser kürzlich mit. In der Union werden alle Zeitungen von Staats wegen gezwungen, alle Vierteljahr die Höhe ihrer Auflage anzugeben, weiter in welchen Gegenden sie ihre Bezieher haben und aus welchen Kreisen sich diese zusammensetzen und wie hoch deren Durchschnittseinkommen ist. Gleichzeitig werden der Papiereinkauf, der Farbenverbrauch und der Verkauf von Altpapier kontrolliert. Auf diese Weise hat der Inserent sehr viel mehr Klarheit über die Wirkungsmöglichkeit seiner Reklame als hierzulande. Wie notwendig hier größtmögliche Klarheit ist, begreift man, wenn man hört, um welche Summen es sich handelt. Die Reklameunkosten von 62 größeren Unternehmungen betragen nach einer Zusammenstellung der „Amerikanischen Stimmen“, New York, zirka 30 Mill. Dollar jährlich für Inserate in Tageszeitungen und nicht ganz 20 Mill. Dollar für Anzeigen in Zeitschriften. Auch in Deutschland werden erhebliche Summen