Vom Lieferanten bis zum Kunden

Von F. Ebeling

Wenn in Kriegszeiten die Erzeugung für den zivilen Bedarf zurückgeht, so hat das verschiedene Ursachen, die dabei zusammenwirken können: Verringerung der Arbeitskräfte, Einengung des Rohstoffverbrauches und Heranziehung der Betriebe zur Kriegswirtschaft. Die Lieferanten können nur einen Teil der Nachfrage befriedigen, und es ist in diesem Zusammenhang für uns wichtig zu wissen, daß dieses Verhältnis von Erzeugung und Nachfrage sich in der Uhrenherstellung nicht gerade günstig auswirkt. Das zeigt ein Leistungsbericht der Leipziger Kriegsmesse, der zum Ausdruck brachte, daß die Nachfrage in Uhren das 2½fache der Liefermöglichkeiten betragen hat.

In dankenswerter Weise bemühen sich Erzeuger und Großhändler um eine gerechte Verteilung dessen, was geliefert werden kann. Es ist dabei durchaus anzunehmen, daß der größte Teil der Uhrenerzeugung an die Uhrengeschäfte abgegeben wird.

Durch einfaches Befragen der Aussteller aller Branchen auf der Leipziger Messe wurde festgestellt, wie sich die erzielten Verkaufs- und Bestellungsumsätze verteilen:

58 % Einzelhandel, 34 % Großhandel, 10 % Warenhäuser und Einkaufsvereinigungen.

Dieses Verhältnis kann sich, für die Umsätze in Uhren allein gesehen, durchaus verschieben. Auch die Verteilung der Uhrenproduktion in ganz Deutschland kann anders liegen. Die genannten Verteilungssätze berechtigen nicht zu der Annahme, daß der so oft zitierten bevorzugten Belieferung von Außenseitern unseres Gewerbes größte Bedeutung beizumessen ist.

Eine wichtige Frage bleibt: Findet der Uhrmacher einen Ausgleich für die Begrenzung seines Uhrenverkaufs? Die reinen Uhrenspezialgeschäfte sind da häufig in Verlegenheit. Ihre Bedeutung liegt ja gerade im absoluten Verkauf von Uhren. Neu aufgenommene andere Waren werden, auch wenn sie branchenüblich sind, bei ihnen nicht gesucht, abgesehen davon, daß solche Spezialgeschäfte immer nur ein kleines, wenig auswahlreiches Lager zusätzlicher Waren halten können und auch hier kaum ausreichend von den Lieferanten bedient werden können, da sie als Neukunden auftreten.

Daß diese Geschäfte trotzdem über die Zeit des Warenmangels hinwegkommen, dürfte im Interesse der Erhaltung aller hochwertig entwickelten Spezialgeschäfte liegen.

Haben es nun Uhrmachergeschäfte mit einem branchenmäßig erweiterten Warensortiment besser? Gewiß, sie haben die Gelegenheit, den Kunden die verschiedensten Geschenkmöglichkeiten zu vermitteln. Und mancher hat die Warengruppe „Geschenkartikel" auf feine Porzellan- und Kristallwaren sowie Kunstgewerbe ausgedehnt. Es ist selbstverständlich, daß diese Ausweitungen nicht zur Einrichtung einer „Sonder-Abteilung" führen dürfen, denn der Uhrmacher soll vor allen Dingen Uhrmacher sein.

Es ist klar, daß auch unter Einsatz aller Verkaufsmethoden die Absicht eines Kunden, eine Uhr zu kaufen, kaum auf andere Dinge gelenkt werden kann, wenn die Uhr als das verlangt wird, was sie auch immer sein soll: Ein Zeitmesser. Die große Nachfrage gerade nach Uhren zeigt das Bedürfnis aller Volkskreise nach genauer Zeit. Die Kriegszeit, in der die Anspannung aller Kräfte verlangt wird, erhebt sie zur selbstverständlichen Forderung. Daher soll ein verständiger Geschäftsmann die Meinung, daß der Kunde jetzt nichts zu fordern hat, gar nicht aufkommen lassen. Der Preiskommissar hat erklärt, daß der Uhrmacher nach pflichtmäßigem Ermessen über die Abgabe unserer Ware verfügen kann; darin kommt zugleich zum Ausdruck, daß man die einfachsten Regeln des Kundendienstes niemals außer acht lassen soll. Der Kunde hat sich allmählich in die Verhältnisse hineingewöhnt und anmaßende Wünsche werden in freundlicher Weise richtiggestellt. Wer heute eine liebenswürdige und vorbildliche Haltung zeigt, wird sich seinen Kundenkreis für die Zukunft sichern (Wertung!).

Wir wollen auch jetzt nicht nur zum reinen Verteiler herabsinken, sondern jedem Kunden eine individuelle Behandlung zuteil werden lassen. Wir wollen es um so lieber tun, als er ja jetzt seltener Gelegenheit hat, unser Geschäft zu besuchen.

Und wenn der Kunde lange fortbleibt, so daß er sich unserem Geschäft entfremden könnte, so wollen wir durch einen freundlichen Werbebrief uns sein Wohlwollen bis zu dem Zeitpunkt erhalten, an dem wir ihm wieder alles bieten können.

Die Erhaltung aller wirtschaftlichen Werte ist der Sinn unserer Anstrengungen. Darum die Frage: Was habe ich zur Erhaltung jedes meiner Kunden getan? Allgemein gesehen durch die Beachtung der einfachsten Regeln des Kundendienstes, durch den geschmackvollen und vorteilhaften Aufbau von nur wenigen Waren im Schaufenster, durch die Wahl eines aufklärenden Schaufensterthemas, durch die Erinnerung an den guten Ruf unseres Geschäftes; persönlich durch einen aufrichtig gehaltenen Werbebrief, in dem unsere Bemühung um den Empfänger des Briefes zum Ausdruck kommt.

Als Mittler zwischen Erzeuger und Käufer in Frieden und Krieg muß der Uhrmacher nach beiden Seiten die Hände reichen. Wer sie in die Tasche steckt, also seine Aufgaben nicht erfüllt, kann nicht verlangen, daß er auf beiden Seiten die gewünschte Beachtung findet.

Urkundensteuer auf Rechnungen

Nach einem Erlaß des Reichsministers der Finanzen vom 1. Oktober 1939 (S 5800 — 150 III) sind Rechnungen, die neben der tatsächlichen Rechnungserteilung noch Sondervereinbarungen, wie Bestätigung eines Auftrages, Zahlungsbedingungen, Gerichtsstand usw. enthalten, als einseitige Kaufurkunden anzusprechen, und es ist hierauf Urkundensteuer zu zahlen.

Die über diesen Erlaß gebrachten Veröffentlichungen haben dazu geführt, daß die Uhrmacher vielfach sämtliche durch ihr Geschäft laufende Rechnungen, die Vermerke über Gerichtsstand, Zahlungsbedingungen usw. aufweisen, für urkundensteuerpflichtig halten. Es sind daraufhin Aufforderungen an die Lieferanten ergangen, derartige Rechnungen nicht mehr zu schicken.

Dazu ist folgendes zu sagen:

Urkundensteuerpflicht entsteht überhaupt immer erst dann, wenn der Wert des Vertragsgegenstandes mehr als 150 RM beträgt. Es scheiden also von vornherein alle Rechnungen aus, die über nicht mehr als 150 RM lauten.

Des ferneren schreibt § 12 Abs. 4 Ziff. 1 UrkStG. vor, daß von der Besteuerung Kaufverträge ausgenommen sind, bei denen die Verkaufsgegenstände

1. im inländischen Betrieb des Verkäufers erzeugt oder hergestellt sind, oder
2. zum ausschließlichen Gebrauch oder Verbrauch im Betrieb des Käufers erworben werden, oder
3. zur Weiterveräußerung im Betrieb des Käufers — sei es in derselben Beschaffenheit, sei es nach vorheriger Bearbeitung oder Verarbeitung — bestimmt sind.

Die Urkundensteuerpflicht entfällt infolgedessen auch für sämtliche Rechnungen, die sich auf Warenlieferungen zwischen gewerblichen Erzeugern oder Großhändlern und gewerblichen Weiterveräußerern beziehen. Der Uhrmacher, der von seinem Lieferanten eine Rechnung über gelieferte Waren erhält, hat demnach eine Haftung für Urkundensteuer nicht zu befürchten, auch wenn auf der Rechnung der Gerichtsstand, die Zahlungsbedingungen od. dgl. angegeben sind.

Desgleichen entsteht keine Urkundensteuerpflicht, wenn der Uhrmacher seinerseits an einen gewerblichen Käufer (z. B. Fabrik, Bank od. dgl.) Waren liefert und hierüber Rechnung erteilt. Es bleibt sich dabei völlig gleichgültig, ob die Käufer die empfangenen Waren weitergeben, also z. B. die angelieferten Uhren in eine andere Anlage einbauen, oder ob sie die Waren in ihrem Betriebe selbst gebrauchen, z. B. eine Bank die Uhren für ihren Dienstbetrieb erwerben.

Etwas anderes ist es, wenn der Uhrmacher Waren an Privatkunden abgibt und eine Rechnung mit Zahlungsbedingungen, Gerichtsstand usw. erteilt. In diesem Falle entsteht, sobald der Rechnungsbetrag 150 RM übersteigt, Urkundensteuerpflicht, und zwar in Höhe von 1 ‰ der Rechnungssumme.

Verkauft also z. B. der Uhrmacher einem Privatkunden eine goldene Uhr zum Preise von 500 RM und gibt hierüber eine mit Zahlungsbedingungen, Gerichtsstand usw. ausgestattete Rechnung, so hat er an Urkundensteuer 0,50 RM abzuführen.

Mindestens beträgt die Urkundensteuer 0,50 RM. Die Steigerung der Steuer erfolgt in Abstufungen von je 0,50 RM. Dabei werden Pfennigbeträge über 0,25 RM nach oben, Pfennigbeträge bis 0,25 RM nach unten auf volle 0,50 RM abgerundet. Praktisch gilt demnach der Mindestsatz von 0,50 RM bei allen Werten zwischen 150 und 750 RM. Bei Verkaufsobjekten von mehr als 750 RM muß dann sofort 1 RM an Urkundensteuer entrichtet werden.

Mit der Einziehung der Urkundensteuer sind in fast allen Orten besondere Steuermarkenverwalter (Stempelverteiler) betraut.

Die ganze Frage der Urkundensteuerpflicht läßt sich vermeiden, wenn die Rechnungen keinerlei Zusatzvermerke enthalten, sondern sich lediglich auf die Rechnungserteilung beschränken.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19400100/218