Kriegsgewinn — Anweisung für den Handel

In der vorigen Woche wurde die Anweisung des Reichskommissars für die Preisbildung zur Durchführung des § 22 der Kriegswirtschaftsverordnung im Bereich des Handels erlassen. Sie weicht in einer Reihe von Punkten von der für die Industrie ergangenen Weisung ab. Aber auch sie läßt deutlich den Willen des Preisbildungskommissars erkennen, daß es in allererster Linie darauf ankommt, die Preise zu senken. Die Preissenkung braucht keine totale zu sein, d. h. sich nicht auf alle Waren des Unternehmens zu erstrecken. Es wird in vielen Fällen angesichts der Höhe des Übergewinns nur möglich sein, die Preise der Gegenstände des lebenswichtigen Bedarfs zu senken.

1. Was ist Gewinn?

Gewinn ist der Gesamtgewinn des Unternehmens, nicht etwa der am einzelnen Stück erzielte Gewinn. Der kalkulatorische Aufschlag auf die einzelne Ware interessiert nicht.

2. Ermittlung des Gewinns

Ausgangspunkt ist der steuerpflichtige Gewinn. Der steuerpflichtige Gewinn bedarf in der Regel der Berichtigung. Von dem festgestellten Gewinn können unter anderem abgesetzt werden:

a) Rückstellungen für unterbliebene, aber notwendige Reparaturen;

b) außerordentliche Erträge, z. B. Erträge, die aus der Auflösung stiller Reserven entstanden sind; man denke an den eisernen Bestand von Lagerwaren, die infolge der Einstellung der Produktion und der starken ungeminderten Nachfrage der Kunden verkauft werden mußten;

c) der Unterschiedsbetrag zwischen den steuerlichen Abschreibungen und den verbrauchsbedingten Abschreibungen, wenn die steuerlichen Abschreibungen niedriger waren;

d) die Vermögensteuer;

e) Spenden in angemessener Höhe.

Fast noch wichtiger sind die Posten, die als Gewinn angesehen bzw. dem Steuergewinn hinzugerechnet werden müssen.

Das sind:

a) betriebsfremde Ausgaben, z. B. hohe Privatentnahmen;

b) übermäßige soziale Aufwendungen;

c) die Summen, die sich aus der Zahlung übertariflicher Löhne ergeben;

d) übermäßige Abschreibungen.

3. Was ist nun Kriegsgewinn?

Es ist der Unterschiedsbetrag zwischen dem nach der Ziffer 2 ermittelten Gewinn der Vergleichszeit und dem gleichfalls nach der Ziffer 2 ermittelten höheren absoluten Gewinn der Kriegszeit — der Zeit vom 1. September 1939 bis 31. März 1941.

Der Preiskommissar hat nun für den Handel keine einheitliche Vergleichszeit — kein einheitliches Vergleichsjahr — festgelegt. Dazu liegen die Verhältnisse im Handel zu verschieden. Vielmehr soll jeder Berufszweig im Einvernehmen mit der Reichsgruppe Handel das Vergleichsjahr festlegen. Die Uhrmacher haben daher noch konkrete Richtlinien zu erwarten. Es empfiehlt sich aber schon jetzt, das darf nochmals wiederholt werden, daß die Uhrmacher ihren Gewinn in der Kriegszeit feststellen und prüfen, welche der von ihnen geführten Artikel etwa für eine Preissenkung in Aussicht genommen werden müssen.

4. Kriegsgewinn und Umsatz

Der Umsatz ist in der Anweisung für den Handel ein wichtiges Merkmal. Man hat in ihr eine Umsatzsteigerung bis zu 25 % gegenüber dem Vergleichsjahr als nicht kriegsmäßig bedingt anerkannt. Das soll noch näher dargelegt werden.

a) Ist der Umsatz des Unternehmens in der Kriegszeit (1. September 1939 bis 31. März 1941) gleich hoch oder niedriger als im Vergleichsjahr, so kann durch Kostensenkungen dennoch ein höherer absoluter Gewinn in der Kriegszeit erzielt worden sein. Der Mehrgewinn ist abzuführen.
Liegt er unter 1000 RM, ist er zusätzlich zur Preissenkung zu verwenden.

b) Der Umsatz des Unternehmens in der Kriegszeit kann bis zu 25 % gegenüber dem Umsatz des Vorkriegsjahres gestiegen sein. Hier ist dann nur der den Gewinnsatz der Vergleichszeit übersteigende Betrag abzuführen. Dafür ein Beispiel:

Umsatz des Vergleichsjahres	100 000 RM
Umsatz der Kriegszeit	125 000 RM
Gewinn des Vergleichsjahres	10 000 RM
Gewinn der Kriegszeit	14 000 RM
Mehrgewinn im Kriege	4 000 RM
Abzuführender Betrag bzw. Preissenkungsbetrag: 4000 RM — (25 % von 10 000 RM = 2500 RM)	1 500 RM

c) Übersteigt der Umsatz der Kriegszeit 25 % des Umsatzes des Vergleichsjahres, so sind die ersten 25 % der Umsatzsteigerung wie im Beispiel b zu behandeln. Der darüber hinausgehende Betrag des Mehrgewinns ist abzuführen. Auch hierfür ein Beispiel:

Umsatz des Vergleichsjahres	200 000 RM
Umsatz der Kriegszeit	320 000 RM
Gewinn des Vergleichsjahres	25 000 RM
Gewinn der Kriegszeit	45 000 RM
Mehrgewinn im Kriege	20 000 RM
Abführungspflicht bzw. Preissenkungsbetrag: 20 000 RM — (25 % von 25 000 RM = 6250 RM)	13 750 RM

5. Persönliche Mehrleistung und Kriegsgewinn

Ein Beispiel: Ein Uhrmacher hat seine beiden Verkaufskräfte nach Kriegsbeginn abgeben müssen. Den Ausfall hat er durch weit erhöhte Eigenleistung und Mitarbeit seiner Frau wettgemacht. Hier war es möglich, die Kostenspanne (Gemeinkosten) zu senken. Dadurch entstand gegenüber dem Vergleichsjahr ein absoluter Mehrgewinn. Der durch diese persönliche Mehrleistung entstandene Mehrgewinn ist im Bereich der Richtlinien des Handels gleichfalls abführungspflichtig bzw. zur Senkung der Preise zu benutzen, denn der Krieg verlangt nur einmal den erhöhten Einsatz der Arbeitskraft; die Abführung des Mehrgewinns ist ein Beitrag zum Siege, ein geringer Beitrag, gemessen an den Opfern und Pflichten, die der Soldat an der Front täglich bringt und erfüllt.

6. Rationalisierung der Arbeit und Kriegsgewinn

Seit Jahren verlangt die Wirtschaftsführung Rationalisierung in allen Zweigen des Gewerbes. Man denke an die Typisierung von Erzeugnissen und die Normung von Einzelteilen in dieser oder jener Industrie. Oder man denke an die vereinfachenden, zeitsparenden Maßnahmen der Großhandlungen, z. B. Vereinfachung des Bestellwesens, der Auslieferungen, Abbau von kostensteigernden Faktoren aller Art. Rationalisierung bewirkt Senkung der Selbstkosten und ein Anschnellen des Gewinns bei gleichbleibender Handelsspanne. Der durch echte Rationalisierung entstandene Mehrgewinn soll dem Unternehmen verbleiben. Es geht nicht an, daß der Unternehmer, der aus Pflichtgefühl rationalisiert, schlechter gestellt wird als der Unternehmer, bei dem schon das Wort Rationalisierung ein Gefühl des Mißbehagens hervorruft.

7. Die Pflicht des einzelnen

Die Richtlinien nehmen dem Unternehmer nicht die Verantwortung ab. Sie sollen vielmehr sein Verantwortungsbewußtsein schärfen. Sein Mehrgewinn soll sich zugunsten des letzten Verbrauchers auswirken. Ob die Tatsache, daß die Produktionseinschränkungen in unserem Gewerbe künftig zu einer Minderung der Umsätze führen, berücksichtigt wird, wird noch darzustellen sein. Vor allem benutze der Uhrmacher die Anweisungen zum „Großreinemachen" in seiner Kalkulation. Die Zeit des über den Daumen gepeilten Aufschlags oder des traditionellen Einheitsaufschlags ist endgültig vorbei.

Zum Schluß nochmals der Hinweis:

Die Anweisungen für das Handwerk stehen noch aus. Die konkreten Richtlinien des Gold-, Silberwaren- und Uhreneinzelhandels müssen noch abgewartet werden.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19410100/159