

27. III. 1917

M6

Preis der Anzeigen

Kolonialzelle 60 d. Abendbl. 75 d.
 Reklamen 27. —. Abendbl. 42.50.
 Familienanzeigen 4 L. —. zuzügl.
 10% Tonerungszuschlag. Platz- u.
 Daten-Vorschrift, ohne Verbind-
 lichkeit. — Anzeigen nehmen ant.
 Unsere Expeditionen in Frankfurt
 a. M.: Gr. Lachenheimerstr. 3337,
 Schillerstr. 20. Mainz: Schillerpl. 3,
 Berlin: Mauorstraße 18/18. Dresden A:
 Waisenhausstr. 25. München: Pern-
 sastr. 5. Offsbach: Bieberstr. 34.
 Stuttgart: Poststr. 7. Zürich: Nord-
 strasse 62. Uns. übr. Agentur,
 u. d. Annonc.-Exped. Ferner in
 New York: 20 Broad Street.
 Verlag u. Druck der Frankfurter
 Societäts-Druckerei G. m. b. H.
 Postcheckkonto Frankfurt (Main) 4430.

ung

r Zeitung.)

mor 40, 41, 42, 43.

Die Förderung des deutschen Außenhandels.

Von Dipl.-Ing. Dr. Th. Schuchart.

Wir veröffentlichen diese Darlegungen eines Fachmannes zu einer Frage von großer Bedeutung, ohne uns mit ihnen in allen Punkten zu identifizieren. D. Red.

Die Regierungen unserer Hauptwettbewerber am Weltmarkt haben in den letzten Jahrzehnten auf den Ausbau ihrer Außenhandelsförderung sehr beträchtliche Sorgfalt verwandt. Diese Bestrebungen haben während des Krieges eine gewaltige Ausdehnung erfahren, und alle Anzeichen sprechen dafür, daß wir für die Zukunft mit einer starken Weiterentwicklung der Einrichtungen auf diesem Gebiete in der ganzen Welt zu rechnen haben. Wenn demgegenüber in Deutschland von Amtswegen noch so gut wie nichts in dieser Richtung geschehen ist, so hat doch die deutsche Geschäftswelt energisch zur Selbsthilfe gegriffen. Insbesondere hat auch diese an sich schätzenswerte Privatinitiative aus organisatorischen Gründen den erstrebten Erfolg bisher nicht zu zeitigen vermocht. Es entstand eine große Zahl doppelstaatlicher Wirtschaftsverbände und Vereinigungen aller Art, die sich für einzelne Länder die Förderung wirtschaftlicher Beziehungen angelegen sein ließen, dazu eine Anzahl Institute und Einrichtungen, die insbesondere dem wirtschaftlichen Nachrichtendienst vom Ausland zu dienen suchten. Ihnen allen fehlte aber ein einheitliches und abgerundetes Programm, das Arbeits- und Kostenersparnis hätte bringen können. Kein Wunder deshalb, daß bei der wachsenden Erkenntnis dieser und sonstiger organisatorischer Mängel die Frage einer planmäßigen nationalen Außenhandelsförderung heute in erhöhtem Maße die Öffentlichkeit beschäftigt. Die dazu gemachten Verbesserungsvorschläge bewegen sich hauptsächlich in zwei Richtungen.

Eine große Gruppe sieht das Heil der Zukunft in der Errichtung von deutschen Auslands-Handelskammern. Man verspricht sich von ihnen besonderen Erfolg durch ihre enge Verbindung mit privaten Inlandsorganisationen, die den geographisch begrenzten Arbeitsgebieten jener Kammern im einzelnen entsprechen würden. In der Tat haben viele Handelsländer mit dieser Art privater wirtschaftlicher Auslandsvertretung gute Erfahrungen gemacht. Dagegen haben die wenigen Versuche, die von deutscher Seite in dieser Richtung gemacht wurden, samt und sonders zu Fehlschlägen geführt. Wie weit bei Auslandskammern auf Erfolg gerechnet werden kann, hängt im wesentlichen von der Leistungsfähigkeit, dem Einfluß und dem Ansehen der Kammer ab. Hier liegt der schwächste Punkt. Die Auslandskammer Handelsblätter mit dieser Art privater wirtschaftlicher Auslandsvertretung ist nur als freie Schöpfung der am deutschen Ein- und Ausfuhrhandel im Ausland mitinteressierten Geschäftsleute denkbar. Geschäftliche Rivalität und der Mangel an Gemeinsamkeitsgefühl stehen hier im Wege. Auch die Betätigung fremdnationaler Häuser begegnet Widerständen, da man ihnen in Bezug auf die Verfassung und Verwaltung der Kammer im Interesse der Erhaltung ihres nationalen Charakters nur eingeschränkte Rechte zu bewilligen vermag. Die andere Schwäche dieses Systems liegt in der Schwierigkeit der Zusammenfassung aller in entsprechender Richtung arbeitenden Inlandsorganisationen, zumal der doppelstaatlichen Verbände. Trotz deren Vielgestaltigkeit scheint es, daß sie sich bei der Verschiedenheit ihres Arbeitsplanes und ihren wechselnden Mitgliederbeständen zu festen und verlässlichen Stützpunkten vorerst noch wenig eignen. Auch die Herstellung einer engen Arbeitsgemeinschaft der Kammern mit den Wirtschaftsverbänden und den inländischen Reichsbehörden, ohne die ihre Tätigkeit in der Luft hängt, würde manchen Schwierigkeiten begegnen.

Der andere Weg zur Förderung des nationalen Außenhandels führt auf größtmöglicher Zusammenfassung der auf die Gesamtheit aller fremden Länder gerichteten Bestrebungen in einem Reichswirtschaftsamte. Im Rahmen eines solchen soll nach den Vorschlägen von Professor Dr. Apt ein Außenhandelsamt gegründet werden, in dem sich die verschiedenen privaten Wirtschaftsgruppen durch berufene Vertreter unter Leitung eines Aufsichtorgans betätigen, in dem also neben den Vertretern des Wirtschaftslebens solche der Reichsregierung sitzen. Zu seinen Hauptaufgaben soll auch die Schaffung und Unterhaltung eines ausgedehnten Netzes von Handelsfachverständigen und ein darauf aufbauender Nachrichtendienst vom Ausland

und Gewand eine löstliche neue Einheit schaffen. Die Klein-