

V O R S C H L A E G E

zur

H E B U N G D E S D E U T S C H E N E X P O R T S

nach

K A N A D A

Von

Dr. E. F. Poppe

Montreal, Que., den 2.2.1939.

I N H A L T :

I. Kanada's Einfuhr aus Deutschland	Seite	2
II. Ursachen des Rückgangs	"	2 - 10
1. Einheimische Industrie	"	2 - 5
2. Amerikanische Konkurrenz	"	5 - 7
a) Währung	"	5 - 6
b) Geographische Lage	"	6
c) Verkaufs-Organisation	"	6 - 7
d) Zahlungs-Bedingungen	"	7
3. Boykott.	"	7 - 10
III. Richtlinien für die Hebung des deutschen Exports nach Kanada	"	10 - 15
1. Zusammenfassung der gegenwärtigen Lage	"	10 - 12
2. Richtlinien	"	12 - 15
a) Organisation	"	12
b) Beratung durch Aussenhandelsstellen	"	12 - 13
c) Konsignationslager und Kredit-Gewährung	"	13
d) Heranziehung der Deutschen in Kanada"	"	13 - 15
IV. Konkreter Vorschlag zur Gründung einer deutschen Import-Organisation	"	15 - 18
1. Rechtsform	"	15
2. Namen	"	16
3. Aufgaben	"	16 - 17
4. Finanzierung	"	17 - 18
5. Ueberwachung	"	18
V. Schlussbemerkungen	"	18 - 19

I. Kanada's Einfuhr aus Deutschland.

Deutschland's Export nach Kanada ist von \$ 10.279.482 im Jahre 1934 auf \$ 11.982.695 im Jahre 1937 gestiegen, jedoch im Verhältnis zur kanadischen Gesamteinfuhr in der gleichen Zeit von 2,3% auf 1,7% zurückgegangen.

Soweit bisher veröffentlichte Zahlen erkennen lassen, ist die deutsche Ausfuhr nach Kanada im Jahre 1938 in absoluten Zahlen wie auch im Verhältnis zur kanadischen Gesamteinfuhr ganz beträchtlich gefallen.

II. Ursachen des Rückgangs.

1. Einheimische Industrie. Der Bruttowert der kanadischen industriellen Produktion ist von \$ 2.086.847.847 im Jahre 1933 auf \$ 3.002.403.814 im Jahre 1936 gestiegen, also um ca. 44%. - Das bedeutet zwar nicht, dass die gesamte Mehrproduktion von ca. 915 Millionen vom einheimischen Konsum aufgenommen wurde. Denn in der gleichen Zeit zwischen 1933 und 1936 ist der kanadische Gesamtexport um ca. 328 Millionen Dollar gestiegen, während die Gesamteinfuhr im gleichen Zeitraum nur um ca. 152 Millionen zugenommen hat.

Eine genaue Untersuchung und Beleuchtung dieser Zahlen würde hier zu weit führen, aber die Tendenz, die auch durch die Erfahrungen praktischer Geschäftsleute bestätigt wird, ist unverkennbar: Die einheimische Industrie ergreift einen Einfuhr-Artikel nach dem andern für die einheimische Fabrikation und verdrängt damit ausländische Produzenten vom kanadischen Markt.

Die kanadische Industrie leidet jedoch andererseits trotz hoher Zölle unter starken Begrenzungen. Der kanadische Markt mit 11 Millionen Bewohnern ist verhältnismässig klein. Die Fabrikation ist daher nur bei wenigen Artikeln im Wege der Massen-Erzeugung möglich. Die meisten Artikel werden in fast handwerklichen Erzeugungs-Methoden hergestellt und sind daher teuer, häufig auch minderwertig. Wo aber Einrichtungen für eine Massen-Erzeugung, wie z.B. Vollautomaten, vorhanden sind, werden sie bei weitem nicht ausgenutzt und wirken daher ebenfalls verteuernd auf die Gestehungs-Kosten.

Ferner muss sich der kanadische Fabrikant, selbst wenn er die erforderliche Maschinerie besitzt, auf eine geringe Anzahl von Typen, Modellen und Grössen beschränken, weil die Herstellungs-Kosten der Maschinen-Werkzeuge, verglichen mit den erzielbaren Umsätzen, zu hoch sind.

Somit bleibt nach wie vor für qualitativ hochwertige deutsche Produkte und auch für eine grosse Anzahl deutscher Massenprodukte der kanadische Markt offen.

Die Einfuhr-Möglichkeiten für solche Artikel, die auch in Deutschland hauptsächlich in handwerklichen Betrieben hergestellt werden, können allerdings allmählich verschwinden, ausgenommen für solche Artikel, die sich auf eine hochentwickelte deutsche Halbfabrikate-Industrie stützen.

Wichtig ist jedoch zu erkennen, dass Händler und Fabrikant in Kanada, wenn brauchbare Waren kanadischer Erzeugung zu ihrer Verfügung stehen, nicht mehr die Neigung haben, grössere

Import-Aufträge für solche Waren ans Ausland zu vergeben. Das erspart dem kanadischen Käufer die Spekulation, ob er nicht zuviel oder, z.B. bei Mode-Artikeln, nicht die falschen Artikel auf Lager legt. Gleichzeitig erspart dies ihm die längere Festlegung von Kapitalien in einem grossen Warenlager. Diese Vorteile sind so gross, dass selbst die Möglichkeit eines Imports zu niedrigeren Preisen häufig unbeachtet bleibt. Bei solchen Artikeln kann der deutsche Exporteur nur dann erfolgreich arbeiten, wenn er seinem Agenten in Kanada ein Auslieferungslager zur Verfügung stellt, von dem kleinere und kurzfristige Aufträge ausgeführt werden können.

Schliesslich muss noch auf eine andere sehr wichtige Folge-Erscheinung in Verbindung mit der Zunahme der einheimischen Erzeugung hingewiesen werden. Die kanadischen Fabrikanten, die ihre Waren in früheren Jahren fast ausschliesslich durch einheimische Grossisten vertrieben haben, sind grossenteils dazu übergegangen, ihre Erzeugnisse direkt an die Händler zu verkaufen. Das hat zur Folge, dass der kanadische Grosshändler für eine ganze Anzahl von Waren-gattungen an Bedeutung beträchtlich eingebüsst hat. Je mehr sich Kanada industrialisiert, umso stärker wird dies in Er-schung treten, da die kanadische Industrie schon jetzt nur einen Bruchteil ihrer Erzeugungs-Kapazität ausnutzen kann. Sie wird daher versuchen, durch direkte Bearbeitung der Händ-

ber

kanadischer wie ausländischer, deren kostspieligere Artikel, wie Apparate, Maschinen etc. sie auf reiner Kommissions-Basis und gegen finanzierte Teilzahlungen verkaufen.

Hieraus sollte sich für den deutschen Exporteur die Erkenntnis ergeben, sich nicht mehr über Gebühr auf den kanadischen Grosshändler zu verlassen, sondern seine eigene Vertriebsorganisation in Kanada aufzubauen.

2. Amerikanische Konkurrenz. Ueber die Hälfte der Gesamteinfuhr Kanada's entfällt auf die Vereinigten Staaten. Von \$ 232.548.055 im Jahre 1933 ist die Einfuhr aus den Staaten auf \$ 393.720.662 im Jahre 1937 angewachsen. Der prozentuale Anteil der Staaten an der kanadischen Einfuhr zeigt allerdings keine nennenswerte Erhöhung, nämlich von 54,9% im Jahre 1934 auf 58,6% im Jahre 1937, dürfte aber für 1938 eine weitere Erhöhung aufweisen. Ein Vergleich mit der kanadischen Einfuhr aus dem britischen Reich zeigt, dass die Einfuhr aus den Staaten genau doppelt so hoch ist, wie die aus dem Mutterland nebst Kolonien.

Infolge seiner geographischen Lage und der gemeinsamen englischen Sprache ist Kanada für die Staaten der natürlichste Exportmarkt. Im Verhältnisse zu Deutschland werden die Staaten in ihrem Export nach Kanada durch mehrere Faktoren begünstigt:

a) Währung. Die Währung steht nicht im Wege, der kanadische Dollar steht praktisch pari mit dem amerikanischen Dollar, während das seit Jahren bestehende Währungs-Verhältnis zwi-

schen Reichsmark und dem kanadischen Dollar von rund 40 ¢ pro RM, vor allem seit der Beseitigung jeglicher Sondermark, eine beträchtliche Erschwerung der deutschen Ausfuhr nach Kanada bedeutet.

b) Geographische Lage. Geographisch liegen die Vereinigten Staaten für den Export nach Kanada überaus günstig. Gewöhnliche Post zwischen NewYork oder Chicago und Montreal oder Toronto braucht einen Tag, gegenüber 7 bis 10 Tagen zwischen Deutschland und Kanada. Lieferung ab Lager angenommen, vergehen zwischen dem Tag der kanadischen Auftrags-Erteilung an amerikanische Lieferanten durch die Post und der Ankunft der Ware in Kanada per Express 3 bis 4 Tage, gegenüber 3 bis 4 Wochen für deutsche Lieferungen.

c) Verkaufs-Organisation. Die meisten bedeutenden Industriefirmen der Staaten haben Zweigunternehmen in Kanada, meist unter der Leitung von Amerikanern. In vielen Fällen sind die Zweigunternehmen nicht nur Verkaufs-Büros, sondern haben ein Warenlager zur Verfügung, häufig auch Werkstätten für Montage, Reparatur, Umpacken usw. - Deutsche Zweigunternehmen in Kanada sind jedoch nur in ganz geringer Anzahl zu finden.

Amerikanische Firmen, die kein Zweigunternehmen in Kanada unterhalten, besitzen hier wenigstens einen oder mehrere Agenturen, die sich ausschliesslich dem Verkauf für ihre Firmen widmen und die durchweg auf fester Gehaltsbasis mit zusätzlichen Kommissionen oder Bonussätzen arbeiten. Auslagen für Büro- und Reisekosten werden diesen Agenturen vergütet. Auch Agenturen dieser Art werden nur in geringer Anzahl von deutschen Firmen unterhalten.

Nur in Fällen, wo es sich um kleine amerikanische Firmen handelt oder wo eine intensive Bearbeitung des kanadischen Marktes nicht angestrebt wird, begnügen sich die amerikanischen Exporteure mit kanadischen Vertretern, die gegen Kommission arbeiten und dafür zumeist noch andere Vertretungen nebenbei haben. In solchen Fällen kommt es auch vor, dass die Amerikaner ganz auf kanadische Vertretungen verzichten und stattdessen Kanada durch amerikanische Reisende einmal oder zweimal im Jahre bereisen lassen.

Hier muss erwähnt werden, dass die allermeisten deutschen Exporteure sich mit eben solchen reinen Kommissions-Vertretern begnügen, meistens Kanadiern oder kanadischen Firmen, die neben der deutschen Vertretung mehrere kanadische oder amerikanische oder sonstige Auslands-Vertretungen innehaben, darunter nicht selten von Konkurrenz-Fabrikaten. In vielen Fällen begnügen sich die deutschen Exporteure sogar mit einer oder mehreren Verbindungen mit kanadischen Importeuren oder Grossisten, die häufig nicht einmal über eine regelrechte, Kanada umfassende Verkaufs-Organisation verfügen, sondern kaum mehr als lokale oder bestenfalls provinzielle Bedeutung besitzen.

Nichtig!

d) Zahlungs-Bedingungen. Ein weiterer Nachteil für den deutschen Exporteur ist schliesslich, dass der Amerikaner die gleichen Zahlungs-Bedingungen stellt, wie der kanadische Konkurrent, d.h. Kredit einräumt, während der deutsche Exporteur zumeist Zahlung gegen Dokumente verlangt.

3) Boykott. Von allen Faktoren, die den Rückgang des deutschen Exports nach Kanada herbeigeführt haben, ihn auch

in Zukunft noch zu verschärfen geeignet sind, tritt der jüdische Boykott gegen deutsche Waren am meisten in die Erscheinung. Um dem Boykott zu begegnen, ist es notwendig, ihn in seinen Methoden und in seiner ganzen Bedeutung zu erkennen. Wenn es sich bei dem Boykott nur darum handelte, dass die ca. 200.000 zählende jüdische Bevölkerung den Kauf und Verbrauch deutscher Waren ablehnte, so wäre das nicht von allzu grosser Bedeutung. Wichtiger ist jedoch, dass die kanadischen Juden in einer Anzahl von Industrie- und Handelszweigen massgebend sind. Jüdische Geschäfte und Käufer lehnen ausnahmslos Waren deutscher Herkunft ab, nicht immer weil die betreffenden Inhaber selbst von der Richtigkeit und dem Nutzen des Boykotts überzeugt wären, sondern weil sie mit ihren jüdischen Angestellten und den jüdischen Organisationen in Konflikt kommen würden.

Was aber keinesfalls übersehen werden sollte, ist, dass der jüdische Boykott gut organisiert ist. Diese Organisation arbeitet mit schwarzen Listen und droht jüdischen und nicht-jüdischen Firmen, sie auf die Liste zu setzen, wenn sie deutsche Waren führen. Die Boykott-Organisation hat in den jüdischen Angestellten in Handel und Industrie eine ganze Armee von Spionen zur Verfügung. Ausserdem hat der Jüdische Boykott die volle Unterstützung seitens der kanadischen Presse, denn die Juden, die sich mit Vorliebe dem Geschäft in konsumreifen Artikeln zuwenden, sind die bedeutendsten Reklame-Inserenten der Tageszeitungen und der Zeitschriften. Unter dem Einfluss der Presse unterstützt auch ein Teil der nicht-jüdischen Bevölkerung den Boykott.

Die grossen Warenhäuser und Einheitspreis-Geschäfte führen noch deutsche Waren, aber vorwiegend doch nur solche, die - wie Blumen, Knöpfe, Schmucksachen etc. - keine deutsche Herkunfts-Bezeichnung tragen. Wenn der Käufer solcher Artikel in den Geschäften nach der Herkunft fragt, wird ihm irgendein anderes Land als Herkunftsland vom Verkäufer angegeben. Trägt der Artikel jedoch das deutsche Herkunftszeichen, wie ich das z.B. bei Ski-Schuhen gefunden habe, dann hört man schon bei einem blossen Hinweis auf den deutschen Ursprung der Ware von dem Verkäufer einen Schwall von Entschuldigungen und selbst den unsinnigen Hinweis auf Oesterreich und das Sudetenland als den Ursprungsländern vor dem Anschluss. Selbst angesehenen, konservativen Geschäfte, z.B. der optischen Branche, die unter 100 Kunden vielleicht nur einige 3 Juden zählen, haben viele Waren mit deutschen Herkunftszeichen vom Verkauf zurückgezogen und versuchen, diese Zeichen auszukratzen oder auszuätzen. Solche Firmen haben selbst zumeist kein Wohlwollen für den Boykott. Sie wissen genau, dass die Instrumente, die sie heute als schweizer oder tchecho-slowakische Erzeugnisse kaufen, zumeist in Deutschland hergestellt wurden. Aber ihre Ungewissheit, welchem Schaden sie sich aussetzen und wieviel nichtjüdische Kunden mit dem Boykott sympathisieren, zwingt sie, vom Handel in gestempelten deutschen Waren abzusehen.

Aehnlich liegen die Dinge bei vielen nichtjüdischen kanadischen Importeuren und Grosshändlern. Wenn sie die gleiche oder eine ähnliche Ware aus andern Ländern be-

ziehen können, tun sie das, und die Folge ist, dass sie in vielen Fällen ihre deutschen Verbindungen ruhen lassen.

Aber andererseits darf die Bedeutung des Boykotts auch nicht überschätzt werden. Zunächst ist festzustellen, dass die kanadischen Juden zum allergrössten Teil in Montreal und Toronto ansässig sind. Man kann schätzen, dass von den ca. 200.000 kanadischen Juden etwa 60.000 in Toronto, Ont., etwa 25.000 in Winnipeg, Man., ungefähr 3000 in Vancouver und etwa 100.000 in Montreal, Que. wohnen. Die kleinen Städte in Ontario und Quebec sind dem Einfluss des jüdischen Boykotts bei weitem nicht so stark ausgesetzt, wie Toronto und Montreal. Besonders ist die französische Bevölkerung in der Provinz Quebec nicht sehr am Boykott interessiert. Ferner sind die Seeprovinzen und der Westen ^{ausgenommen Winnipeg} dem Einfluss des Boykotts nur in geringem Masse ausgesetzt. Vor allem aber ist die kanadische Industrie, soweit sie nicht von Juden beherrscht wird, immer noch Abnehmerin für qualitativ hochwertige oder besonders billige deutsche Erzeugnisse.

III. Richtlinien für die Hebung des deutschen Exports nach Kanada.

1. Zusammenfassung der gegenwärtigen Lage. Der Verfasser dieser Schrift weiss aus seiner mehrjährigen Erfahrung als Vertrauensmann des "Echo" Auslandsverlags in Berlin, dass sich die deutschen Exporteure nach wie vor die erdenklichste Mühe geben, den kanadischen Markt für ihre Erzeugnisse zu gewinnen. Es fehlt ihnen jedoch in der Regel jegliche Kenntnis der Markt-Verhältnisse. Nur in wenigen Fällen machen sich

bedeutendere deutsche Firmen die Unkosten, die mit einer gewissenhaften vorherigen Marktuntersuchung durch einen Sachverständigen in Kanada verbunden sind. In manchen Fällen eignen sich die betreffenden Artikel gar nicht zur Einfuhr. In allen Fällen aber suchen die deutschen Firmen nur Provisions-Vertreter oder einige direkte Verbindungen mit Importeuren. Und beides ist leider fast zwecklos, denn bei den kanadischen Agenten und Importeuren ist das Interesse an deutschen Vertretungen und Verbindungen gering. Es beschränkt sich auf konkurrenzlose oder besonders lohnende Artikel, die bereits im kanadischen Markt eingeführt sind. Die Vertretungen für solche Artikel sind naturgemäss in festen Händen, meist von kanadischen Firmen. Hier und da nimmt eine kanadische Firma noch eine neue Verbindung mit einem deutschen Exporteur auf. Der deutsche Exporteur schickt Preise, Drucksachen und Muster, und der kanadische Agent lässt die Verbindung nur zu oft schon nach den ersten Widerständen einschlafen. Die Bemühungen und Kosten des deutschen Exporteurs waren umsonst.

Diese Lage und die Erfolglosigkeit, zu der die Import-Bemühungen deutscher Privatpersonen und amtlicher Stellen in Kanada verurteilt zu sein scheinen, machen auf den Eingeweihten einen geradezu traurigen Eindruck. Wenn der deutsche Export nicht weiteren Boden in Kanada verlieren soll, darf es so nicht weitergehen. Deutschland braucht Devisen für unentbehrliche ausländische Rohstoffe und für seinen wichtigen Auslandsdienst. Neue Mittel und Wege müssen gefunden und energisch beschrritten werden.

Die Schwierigkeiten, die sich der Steigerung des deutschen

Exports nach Kanada in den Weg stellen, sind nicht gering, aber sie können überwunden werden. Ich habe die noch offen stehenden Export-Möglichkeiten in Verbindung mit den einzelnen Ursachen des Rückgangs angegeben. Sie sollten ausgenutzt werden.

Bevor ich einen konkreten Vorschlag entwickle, möchte ich zunächst einige allgemeine Forderungen formulieren, wie sie sich aus der geschilderten Lage in Kanada fast von selbst ergeben.

2. Richtlinien.

a) Organisation. Die individuellen Export-Bemühungen deutscher Exporteure, ausgenommen einiger grosser kapitalstarker Unternehmungen, sind unter den obwaltenden Umständen meist nur ein zaghaftes, unsicheres Tasten und Suchen und verlaufen fast in der Regel im Sande. Die aufgewendeten Kosten für Muster usw. sind fast durchweg als Verschwendung anzusehen. An die Stelle sollten organisierte Exportgruppen der verschiedenen Industriezweige treten, wodurch auch vermieden würde, dass sich mehrere deutsche Exporteure mit den gleichen Fabrikaten an die gleichen Abnehmer und Agenten wenden.

b) Beratung durch die Aussenhandels-Beratungsstellen.

Die amtlichen Beratungsstellen in der Heimat sollten nicht so sehr auf das Exportverlangen, sondern die Exportfähigkeit des exportierenden Fabrikanten Wert legen. Exporteure, die einen lohnenden Export nach den Staaten haben, besitzen gute Aussicht, auch den kanadischen Markt zu gewinnen. Sie sollten dementsprechend beraten und angehalten werden. Von einer Bearbeitung des kanadischen Marktes von den Vereinigten Staaten aus

sollte dagegen dringend abgeraten werden. Zu der gefühlsmässigen Abneigung der kanadischen Käufer, europäische Waren über New York zu kaufen, kommt die nur zu häufig berechnigte Ueberzeugung, dass die Ware durch diesen Umweg unnötig verteuert wird.

c) Konsignations-Läger und Kredit-Gewährung. Deutsche Exporteure, die gegen kanadische Konkurrenz zu kämpfen haben, deren Artikel sich auch zur Lagerung eignen, sollten ihren kanadischen Vertretern auf Verlangen und nach sorgfältiger Ueberprüfung der Verhältnisse kleine Konsignations-Läger überlassen. Auch sollten sie zuverlässigen kanadischen Kunden auf Verlangen offene Kredite von 30 bis 60 Tagen einräumen. Wo ein offener Kredit für den Exporteur nicht tragbar ist, sollte wenigstens ein Wechselkredit angeboten werden.

d) Heranziehung der Deutschen in Kanada. Einige Reichsdeutsche oder Volksdeutsche, die sich in Kanada mit dem Import oder Vertrieb deutscher Waren befassen oder die auf Grund von Vorbildung und Erfahrung für eine solche Tätigkeit geeignet sind, sollten tatkräftig und in geeigneter Weise zur Mitarbeit herangezogen werden. Was diesen deutschen Menschen allerdings meistens fehlt, ist Kapital. Sie sind Einwanderer der letzten 10 bis 15 Jahre und haben entweder ihr Kapital in der kanadischen Depression verloren oder eben infolge der Depression keine Gelegenheit gehabt, ein Kapital anzusammeln. Ich erachte aber diesen Umstand nicht als einen Nachteil für unsern Zweck, denn gerade die finanzielle Unabhängigkeit

der deutschen Alteinwanderer unter den Importeuren, Grosshändlern und Fabrikanten in Kanada hat diese Kreise dem kapitalistischen Prinzip unterworfen, d.h. in fast allen Fällen die Abwendung von der Einfuhr und Verarbeitung deutscher Erzeugnisse herbeigeführt in dem Augenblick, wo Erzeugnisse anderer Länder billiger gekauft oder unter weniger erschwerenden Umständen gehandelt werden konnten.

Gerade die späteingewanderten, kapitalarmen Deutschen sind für unsern Zweck die geeigneten Helfer. Sie sind der Heimat meistens noch sehr verbunden, sie haben die traurigen Jahre der Nachkriegszeit in Deutschland miterlebt und bekennen sich zum National-Sozialismus oder sind ihm zugeneigt.

Diese Deutschen können natürlich keine Agenturen für deutsche Exporteure auf reiner Kommissions-Basis aufbauen. Die Mittel zur Existenz und zur Bestreitung der Büro- und Reisekosten müssten ihnen garantiert sein, wenigstens für die Zeit ihrer Aufbau-Arbeit. Diese Agenturen würden in ihrer Arbeit nicht vom Prinzip des Profits für die Agenturen geleitet sein, sondern sich unter dem Gesichtspunkt des Dienstes für den Import deutscher Erzeugnisse einsetzen, auch solcher, deren Vertrieb besondere Anstrengungen erfordert. Wenn solche Agenturen ansehnliche Umsätze in deutschen Waren erzielen, dann sollte der möglicherweise eintretende Fall, dass die aufgewendeten Vertriebskosten in der ersten Zeit den üblichen Kommissions-Satz von 10% vom Umsatz etwas übersteigen, nicht ins Gewicht fallen. Denn 5% oder auch 10%, die hier über die üblichen Kommissionen hinaus verausgabt werden, sind besser

*würde
bereits
in 100000
phrasen!*

angewendet und dabei geringere Einbussen als private Verluste des deutschen Exporteurs infolge reduzierter Preise oder staatliche Einbussen infolge von Subventionen, Export-Rückgangs etc.- Diesen deutschen Agenturen sollte auch die Möglichkeit eröffnet werden, Agenturen zu übernehmen, die bisher in kanadischen Händen gelegen haben, vor allem solcher, die vernachlässigt oder doch nicht so gefördert worden sind, wie es das deutsche Interesse erfordert.

IV. Konkreter Vorschlag zur Gründung einer deutschen Import-Organisation.

Nachdem ich im vorigen Abschnitt einige grundlegende Gedanken für die Hebung des deutschen Exports nach Kanada entwickelt habe, komme ich nunmehr zu einem konkreten Vorschlag für die Durchführung. Der Kernpunkt dieses Vorschlags ist die Einrichtung einer Geschäftsstelle in Kanada unter der Leitung eines zuverlässigen, fähigen, landeskundigen deutschen Geschäftsmannes. Hinsichtlich Rechtsform, Namen, Aufgaben, Finanzierung und Ueberwachung dieser Geschäftsstelle mache ich im Einzelnen folgende Vorschläge:

1. Rechtsform. Es kann späterer Entscheidung vorbehalten bleiben, ob sich eine einfache Registrierung des Geschäfts, seines Namens und seines oder seiner Inhaber empfiehlt oder ob eine Haftungs-Begrenzung und die Ausgabe von Geschäfts-Anteilen in Verbindung mit einer Korporations-Gründung zweckmässiger sind.

2. Namen. Diese Geschäftsstelle könnte unter dem Namen "German Import Agencies" oder, wenn mit Rücksicht auf den Boykott Öffentlichkeit möglichst vermieden werden soll, unter dem Namen "Transatlantic Import Agencies" oder einem ähnlichen Namen operieren. Wichtig ist nur, dass in dem Namen der Geschäftsstelle nach aussen ein privater Charakter zum Ausdruck kommt.

3. Aufgaben. Die Geschäftsstelle soll:

- a) das Interesse für deutsche Waren bei den kanadischen Abnehmern fördern,
- b) geeignete Personen und Firmen, unter besonderer Berücksichtigung in Kanada ansässiger Deutscher, für die Uebernahme von Agenturen deutscher Exporteure interessieren, solche Agenturen auch selbst gründen und gegebenenfalls selbst die Einführung der Agenturen durchführen, um sie später an geeignete Personen zu übertragen,
- c) in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen amtlichen deutschen Stellen in Kanada schon bestehende wie auch neue deutsche Agenturen überwachen und unterstützen, gegebenenfalls auch die Uebertragung vernachlässigter Agenturen in die Wege leiten,
- d) die zuständigen amtlichen deutschen Stellen bei der Durchführung solcher wirtschaftlicher Aufgaben und Pläne unterstützen, bei denen die amtlichen Stellen sich Zurückhaltung auferlegen müssen oder die zu geschäftlichen Transaktionen führen, die das Vorhandensein einer den deutschen Amtsstellen verantwortlichen Vertragspartei erfordern,
- e) den jüdischen Bestrebungen, die kanadische Gesetz-

gebung hinsichtlich der Herkunfts-Bezeichnung konsumfertiger Waren zu verschärfen, entgegen zu arbeiten, indem die Geschäftsstelle - in enger Zusammenarbeit mit den amtlichen deutschen Stellen wie auch den Agenturen - die Möglichkeiten erkundet und auch zur Anwendung bringt, die trotz Beachtung der gesetzlichen Bestimmungen dennoch zu Erleichterungen im Verkauf führen, wie z.B. Umpacken der Ware, Montage, französische Herkunfts-Bezeichnung für englisch-sprechende Absatzgebiete und umgekehrt, usw.-,

f) durch sorgfältige Marktuntersuchungen für bestimmte Waren die betreffenden deutschen Exporteure in die Lage versetzen, sich über Wettbewerb, Preise, Verkaufsmöglichkeiten usw. zu unterrichten, bevor sie zu weiteren Massnahmen schreiten,

4. Finanzierung. An Gehältern für den Leiter der Geschäftsstelle und 1 oder 2 Hilfskräfte, ferner Büro- und Reisekosten wird für das erste Jahr ein Betrag von etwa $\$ 7000.00$ bereitzustellen sein. Dieser Betrag sollte von solchen deutschen Industriellen und Wirtschafts-Gruppen aufgebracht werden, die an der Aufnahme oder an der Hebung ihres Exports nach Kanada interessiert sind und dieser Geschäftsstelle ihre Agenturen übertragen wollen. Da das Ziel dieser Geschäftsstelle sein muss, sich von Zuschüssen nach dem ersten Jahr unabhängig zu machen, sollten ihr von Anfang an solche Agenturen übertragen werden, die sich bereits als lohnend erwiesen haben, die aber gegenwärtig noch in englisch-kanadischen Händen liegen. Die Geschäftsstelle würde also schliesslich

über eigene Einnahmen verfügen, die zur Deckung der Kosten der Geschäftsstelle verwendet werden würden. Im Einzelnen würden sich die Einnahmen zusammensetzen aus:

- a) Kommissionen
- b) Gewinnen aus etwaigen Lager-Verkäufen
- c) Vergütungen für Marktuntersuchungen, Auskünfte und sonstige Bemühungen.

Auf diese Weise würde eine Organisation geschaffen werden, die den gesamten deutschen Export-Interessen dienen würde, die aber von dem zweiten Jahre ab durch angeschlossene Agenturen von exportfähigen deutschen Industriellen und Wirtschafts-Gruppen getragen werden würde.

5. Ueberwachung. Die Geschäftsstelle sollte hinsichtlich ihrer allgemeinen Geschäftsführung und Finanzgebarung der Ueberwachung seitens einer dazu bestimmten amtlichen Stelle unterstehen, am besten der Handels-Abteilung des deutschen Konsulats. Hinsichtlich der Auswahl deutscher Agenten, gemäss Punkt 4 dieses Kapitels, sollte vor allem auch eine enge Zusammenarbeit mit den partei-amtlichen Stellen in Kanada erfolgen.

V. Schlussbemerkungen.

Ich bin mir bewusst, dass diese Denkschrift in Ihrer Schilderung der kanadischen Einfuhr-Verhältnisse nicht vollständig ist. Ich bin mir auch darüber klar, dass Vorschläge ähnlicher oder anderer Art zur Hebung des deutschen Exports nach Kanada schon gemacht worden sind, ohne allerdings bisher sehr merkbliche Anzeichen einer Durchführung

erkennen zu lassen. Ich habe keinen Zweifel, dass die Hauptschwierigkeit für die Durchführung meiner Vorschläge hinsichtlich der Geschäftsstelle in der Bereitstellung des Betrags für die Kosten im ersten Jahre liegt.

Es besteht jedoch andererseits für mich auch kein Zweifel, dass die Durchführung aller geschäftlich praktischen Vorschläge, gleichgültig welcher Art, das Vorhandensein der hier vorgeschlagenen Geschäftsstelle voraussetzt.

Der Führer hat am 30. Januar die Parole ausgegeben, dass Export für Deutschland eine Lebensnotwendigkeit sei und mit allen Mitteln gefördert werden müsse. Ich habe die Ueberzeugung, dass Kanada zu den Ländern gehört, die vermehrte Aufmerksamkeit verdienen, und dass hier eingesetzte Mittel in Verbindung mit der Mobilisierung geeigneter deutscher privater Kräfte zu dem gewünschten Erfolg führen werden.-
