

Der deutsche Export nach Canada.

Betrachtungen ueber die gegenwaertige Exportlage.

Vorschlaege zur Hebung
der deutschen Ausfuhr.

Nach den Statistiken des deutschen Ausfuhramtes wurden im Jahre 1938 Waren im Werte von 26,2 Millionen ~~Dollar~~ nach Canada ausgefuert und fuer 76,5 Millionen ~~Dollar~~ aus Canada eingefuehrt.
Ru.

Nach Pruefung der Ein- und Ausfuhrzahlen der letzten Jahre muss man leider feststellen, dass die Einfuhr canadischer Waren nach Deutschland von Jahr zu Jahr zugenommen hat, dass demgegenueber aber die Ausfuhr deutscher Waren nach Canada nicht in entsprechendem Masse stieg, ja sogar stagnant verblieb und in den letzten 2 Jahren abnahm.

Die Zahlen fuer die deutsche Ausfuhr nach Canada fuer die letzten Jahre waren:

1936/37 ... 11,684 Millionen Dollar
1937/38 11,397 Millionen Dollar.

Fuer 1938/39 ist nach deutschen Angaben der Wert nochmals etwas gefallen.

Nach canadischen Handelsstatistiken nahm Deutschland 1935/36 noch den dritten Platz unter allen Versorgungslaendern Canadas ein, musste aber 1936/37 mit dem 4. Platz vorlieb nehmen und fiel im nachfolgenden Jahre 1937/38 auf den 5. Platz.

Dieses Fallen der deutschen Ausfuhr nach Canada findet keine Begrueundung in der wirtschaftlichen Aufnahmefaehigkeit Canadas. Alle Hauptversorgungslaender Canadas waren in der Lage, ihre Ausfuhr nach Canada in den obigen Jahren zu steigern. Die Vergleichszahlen dieser Ausfuhrsteigerung fuer die Jahre 1937/38 gegenueber 1936/37 sind wie folgt:

England:	11,9 %	mehr Ausfuhr,
Japan :	20,5 %	" "
U. S. A.	23,8 %	" "
Australien:	28,5 %	" "
Tschechei :	30,6 %	" "
Neuseeland:	37,6 %	" "
Schweiz :	40,8 %	" "
Italien :	94,9 %	" "
Sued-Afrika	475,3 %	" "

Die obigen Zahlen muessen zum Nachdenken Veranlassung geben. Jeder Deutsche wird sie mit Bedauern lesen, die Importeure deutscher Waren verfolgen diese Zahlen mit steigendem Unbehagen und groesster Besorgnis. Fuer sie bedeuten diese Zahlen Sein- oder Nichtsein,

Als Deutscher und als Leiter einer Im- und Exportfirma, die sich bei ihren Importen ausschliesslich auf deutsche Waren beschränkt, habe auch ich selbstverständlich die obige Entwicklung mit steigender Sorge verfolgt und nach den Gründen dieser Entwicklung geforscht. Meine ausgedehnten Reisen durch ganz Canada gaben mir einige Antwort, Reisen in U.S.A., Mexico und vielen europäischen Staaten gaben Veranlassung zu vergleichenden Betrachtungen. Weitere acht Geschäftsreisen nach Deutschland in den letzten 3 Jahren vervollständigten meine Suche nach den Gründen.

Politische Weltereignisse haben in manchen Ländern die deutsche Wareneinfuhr gefördert, in manchen anderen dagegen sie sehr eingeschränkt. Auch die canadischen Importeure deutscher Ware haben eine steigende Boykottbewegung deutscher Waren bekämpfen müssen, doch erst in den letzten Monaten ist es dem Judentum gelungen, auch weite christliche Kreise fuer die Boykottbewegung zu gewinnen.

Das Judentum und die deutschfeindlichen Kreise haben leider ihre Hetzcampagne ohne nennenswerten Widerstand von deutscher Seite zu finden, zu einem gewissen Erfolge führen können.

Und die Juden stellen nur 1,5 % der canadischen Gesamtbevölkerung. Ihnen stehen 5% deutschstämmige Bewohner gegenüber. Ausserdem sind 30% aller Canadier französischer Abstammung, und auch sie stehen innerlich dem Judentum feindlich und ablehnend gegenüber.

Das Judentum hat aber in hohem Masse den uebertragenden Wert der Propaganda erkannt und hat mit Hilfe grosser kommerzieller Propaganda indirekt auch den politischen Teil der Tageszeitungen gekauft. Deutschland dagegen hat seine geringen Aufwendungen durch Ungeschicktheit und Zersplitterung noch weiter gefaehrdet.

Das Bureau der Leipziger Mustermesse liess noch bis vor einigen Monaten ihre Werbefeldzüge in canadischen Zeitungen durch New Yorker Agenten durchführen. Und grosse deutsche Unternehmungen vergeben noch heute ihre Werbeanzeigen getrennt. Aber gerade die Hapag, der Norddeutsche Lloyd und die deutsche Reichsbahn sollten doch den uebrigen deutschen Firmen als Beispiel vorangehen und gerade in der wichtigen Faerage der Werbung ihre Kraefte zusammenschliessen.

Gemeinschaftswerbung ist das erste Gebot fuer eine Besserung der deutschen Ausfuhr nach Canada. Allein auf dem Umwege ueber Handelsanzeigen ist auch der politische Teil der canadischen Zeitungen zu beeinflussen. Und mit der Groesse der zu vergebenden Werbeanzeigen steigt und faellt auch die Liebe der canadischen Zeitungen fuer Deutschland und fuer deutsche Waren. Die canadischen Zeitungen verfolgen hier das Gebot der Selbsterhaltung.

Ich werde spaeter meine Ratschlaege erlautern und Mittel und Wege zeigen, um der deutschen Ausfuhr zu helfen.

Weiterhin musste ich in letzter Zeit immer haeufiger feststellen, dass deutsche Fabrikanten sich auf dem hiesigen Markt gegenseitig unterbieten. Sie senken sehr oft ihre Preise derart, dass sie sowohl wie auch der Importeur das Vertrauen an der Ehrbarkeit verlieren. Verdienste koennen alsdann nicht mehr erwartet werden. Leider werden aber durch solche unsinnigen Preisangebote langjaehrige Verbindungen gestoert und vielfach sogar vernichtet. Ausserdem ist es unendlich schwer, einmal gesenkte Preise wieder auf ein tragbares Niveau zurueckzubringen.

Auch hier muesste eine zu schaffende Zentralstelle Abhilfe schaffen und solchen Firmen, die den canadischen Markt neu erschliessen wollen, mit sachgemaessen, Angaben dienen.

Die deutschen Fabrikanten muessen gleichfalls in weit groesserem Masse die Eigenart und die Geschmacksrichtung des canadischen Marktes beruecksichtigen. Wir erhalten vielfach bei Lampen ein falsches Gewinde, fuer eingesandte Musterraeder passen hiesige Ersatzteile nicht, in der Auswahl der Farben trifft man nicht den Geschmack des hiesigen Marktes etc etc.

Selbstverstaendlich lassen sich solche Uebelstaende in Laufe der Zeit beheben, aber der einmal gemachte Irrtum hat in der Zwischenzeit gute Geschaeftsaussichten zerstoert.

Auch hier koennte eine neutrale Zentralstelle mit Rat zur Seite stehen und eine bessere sachgemaesse Lieferung von Anfang an gewaehrleisten.

Die deutsche Ware verschwindet mehr und mehr von den Verkaufsstaaenden der grossen Kaufhaeuser. Dem kaufenden Publikum wird dadurch die Moeglichkeit genommen, vergleichende Betrachtungen ueber Preis und Guete mit fremden, minderwertigen Ersatzwaren anzustellen.

Die deutsche Regierung muesste hier helfend einspringen und im Verein mit den exportierenden Firmen Zentralmusterschauen einrichten.

Ich habe seit langem eingehend die Massnahmen verfolgt, die fremde Staaten in den letzten Jahren ergriffen haben, um gleichen Missstaenden zu begegnen.

Ich verweise auf die vorzueglichen Einrichtungen, die Canada, Suedafrika, Neuseeland und Australien in England durchgefuehrt haben.

Diese Laender haben eine Zentralstelle geschaffen, Ausschuesse gebildet und Werbemaassnahmen ergriffen, deren Auswirkungen sich in steigenden Umsaetzen zeigten.

Canada hat durch Parlamentsbeschluss in den letzten 11 Jahren bedeutende Summen ausgeworfen, um seinen Export nach England zu foerdern. Im Jahre 1928 wurden \$ 100 000 gespendet, im nachfolgenden Jahre \$ 150 000, im Jahre 1934 wurde diese Summe auf \$ 200 000 erhoehrt, im Jahre 1935 auf \$ 250 000, stieg weiterhin auf \$ 300 000 und erreichte im Jahre 1937 die stattliche Summe von \$ 350 000. Im letzten Jahre wurde die gleiche Summe fuer eine allgemeine Werbepropaganda ausgeworfen.

Im Jahre 1936 wurden \$ 25 000 zusätzlich fuer Fischereierzeugnisse gespendet, und Canada gab mit Genehmigung des Parlamentes fuer Ausstellungen jeweils \$ 125 000 bis 500 000 Dollar aus.

Neuseeland ergriff aehnliche Massnahmen in Grossbritannien. Neben einer Zentralstelle richtete es 4 Ausschuesse fuer seine 4 Hauptexportwaren ein. Diese Ausschuesse beraten in allen Fragen der Warenversicherung, der Frachtraten, der Verschiffungsmoeglichkeiten und vor allem auch in der wichtigen Frage der Agenturvergebung und der Agentenueberwachung. Die Ausschuesse berichten ueber Aenderungen des modischen Geschmackes, und durch diese sachgemaeisse Beratung vermeiden sie dem Fabrikanten daheim manche Verluste. Die angeforderte Ware passt sich der jeweiligen Geschmacksrichtung des Landes an, und deshalb laeuft sie nicht Gefahr, spaeter verschleudert zu werden.

Auch die neuseelaendische Zentralstelle spendete groessere Summen, um den Absatz ihrer Waren zu heben. So wurden im letzten Jahre insgesamt rund 330 000 Dollar aufgewendet. Von dieser Summe uebernahmen die Importeure rund 38 000 Dollar auf sich, aus Verkaeufen von Musterwaren erzielte man rund \$ 6000,00 und der Rest wurde von der Regierung Neuseelands gegeben. \$ 19000 gab man fuer die Werbung von Butter /Man verwendete diese Summen fuer die nachfolgenden Ausgaben: Fuer Werbeanzeigen \$ 7000, fuer Ausstellungen und Schauen \$ 100 000 und fuer Mieten \$ 20000.

Auch Australien ergriff aehnliche Massnahmen und spendete jaehrlich \$ 225 000 bis \$375 000 fuer Gemeinschaftswerbung.

Auch hier wurden die Ausschuesse und Werbeausgaben durch eine Umlage der exportierenden Firmen zum Teil finanziert. Die Ausschuesse haben keinerlei finanzielle Interessen an den Erfolgen.

Der erzielte Exporterfolg hat in ueberzeugenderweise die Berechtigung der Ausgabe solcher gewaltigen Summen fuer Warenwerbung gezeigt. Und eine guenstige Presse ist wohl in nicht geringem Masse diesen Ausgaben fuer Handelswerbung zuzuschreiben.

Leider ist von deutscher Seite bisher nichts geschehen, um in aehnlicher Weise ihre Exporteure und hiesigen Importeure deutscher Waren zu unterstuetzen. Die hiesigen Firmen sind nicht allein auf sich selbst angewiesen, sondern leiden noch durch unsachgemaeisse und ungerechtfertigte Preisunterbietung durch solche Firmen, die sich einen neuen Markt in Canada errichten wollen.

gleiche/ Ich bin der festen Ueberzeugung, dass /Massnahmen von deutscher Seite in Canada ergriffen, zu gleichen Erfolgen fuehren wuerden. Besonders, wenn man die Erfahrungen der oben angefuehrten Laender sich zu Nutze machen wuerde. Die Suedafrikanische Union hat mit ihrem Exporterfolge bewiesen, dass eine geschickte Gemeinschaftswerbung, verbunden mit Musterschauen, in Canada zu einem vollen Erfolg fuehrt: die Steigerung betrug 475,3 % in einem Jahre.

Ich schlage also vor, eine Zentralstelle zu schaffen, die alle obengenannten Massnahmen und Anregungen durchzufuehren hat.

Dieser Zentralstelle muessten Raeumlichkeiten zur Ausstellung qualitativ hochstehender Waren zur Verfuegung stehen. Hier, nennen wir es einmal

im
"H a u s d e r d e u t s c h e n
I n d u s t r i e",

wuerden solchen Firmen, die bisher nicht ueber die erforderlichen Erfahrungen beim Export nach Canada verfuegen, Gelegenheit gegeben, unter sachgemaesser Beratung und Aufsicht geeignete Waren dem canadischen Kaeufer vorzufuehren. Die Leitung des Hauses der deutschen Industrie wuerde bei der Auswahl eines geeigneten Agenten beraten koennen, es staenden ihr alle Angaben betreffend Frachten, Versicherungen, Zollfragen und bestehender einschraenkender Landesbestimmungen zur Verfuegung. Aber auch Firmen, die bisher schon den canadischen Markt mit Erfolg gepflegt haben, wuerden mit grossem Nutzen sich gern der Ausstellungsraeume und der Hilfsmittel des Hauses der deutschen Industrie bedienen. Es liessen sich Erfolge mit bedeutend geringeren Ausgaben erzielen. Da diese Zentralstelle persoendlich keine Gewinne erzielen will und darf, kann sie nicht als Konkurrenzunternehmen betrachtet werden. Alle Erfolge kommen dem Fabrikanten und dem Importeur zu Gute.

Alle oben vorgeschlagenen Massnahmen muessten selbstverstaendlich unter strengster Aufsicht der offiziellen deutschen Stellen durchgefuehrt werden.

Ihr allein fiel die Bestimmung eines geeigneten Werbebureaus zu, ihr bliebe das Vetorecht in allen lebenswichtigen Fragen.

Die Kosten aller obengenannten Massnahmen sind sehr niedrig.

Es liegen Angebote von geeigneten Gebaeuden vor, an Miete werden jaehrlich \$ 3500 bis \$ 7000 verlangt, einschliesslich aller Nebenausgaben.

Fuer Gehaelter und Loehne muessten etwa \$ 7000,00 in Ansatz gebracht werden, unter Anrechnung des Gehaltes fuer den Leiter, und fuer 3 Bureaukraefte.

Fuer allgemeine Unkosten errechnen sich ueberschlaeglich 2000 bis 3000\$.

Fuer Reisespesen und repraesentative Ausgaben koennten \$ 2000 ausreichen.

Die laufenden Gesamtkosten fuer das Haus der deutschen Industrie beliefen sich mithin jaehrlich auf etwa \$ 14500 bis \$ 19 000.

Zu diesen jaehrlichen Ausgaben kaemen alsdann die in Dollar aufzubringenden Kosten fuer Zoll, Steuern und Anfuhr der Waren. Sie wuerden mit 40 % des fakturierten Warenwertes in Ansatz zu bringen sein.

Die Frachten koennten in Reichsmark in Deutschland bezahlt werden.

Die ausgestellten Musterwaren wuerden nach einer gewissen Zeit mit Gewinn verkauft werden koennen, da bei ihrer Auswahl der Geschmack des canadischen Marktes Beruecksichtigung gefunden hatte.

Es ist aber mit Gewissheit ein Verkauf der Musterstuecke ohne Verluste zu erwarten.

Zu den oben genannten Ausgaben sind nun die weiteren Ausgaben fuer eine Gemeinschaftswerbung mittels Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen zuzuzaehlen.

Hier waere im Anfang die tatkraeftige Unterstuetzung der deutschen amtlichen Stellen erforderlich. Durch eine prozentuale Umlage koennten selbstverstaendlich auch die am Erfolge interessierten Exportfirmen tatkraeftig teilnehmen und helfen.

Mehrere hiesige deutsche Firmen und Importeure deutscher Waren haben mir ihre Unterstuetzung zugesagt.

Schon eine Umlage von 1 pro Mille wuerde unter Zugrundelegung der letztjaehrigen Einfuhr die stattliche Summe von rund \$ 11 000 ergeben. Ich halte eine Umlage von 3-4 pro Mille fuer angemessen und tragbar.

Ich erwarte bei Durchfuehrung der vorgeschlagenen Massnahmen eine nennenswerte Steigerung der Ausfuhr nach Canada. Diese Steigerung mit etwa 10 % einzusetzen, waere wohl mehr als konservativ. 10 % der letztjaehrigen deutschen Ausfuhr nach Canada wuerden mithin rund 2,6 Millionen Mark betragen. Meine Schaetzungen stuetzen sich auf sorgfaeltige Abwaegung aller Moeglichkeiten nach eingehender Ruecksprache mit Leitern grosser canadischer Banken und Firmen. Sie geben aber vor allem die Ansicht und Ueberzeugung der Importfirmen wieder, die sich bisher fuer die Einfuehrung deutscher Waren eingesetzt haben und denen die zu erwartenden Schwierigkeiten bekannt sind.

Es waere ein Verbrechen an der deutschen Exportindustrie, wenn noch laenger wertvolle Zeit bis zur Durchfuehrung obiger Massnahmen vergeudet wuerde.

Wir Importeure und Freunde deutscher Waren muessen endlich einen sichtbaren Beweis erhalten, dass uns die Heimat nicht vergessen hat, und dass endlich eine straffere Zusammenfassung aller Kraefte hier erzielt wird.

Wichtig ist hierbei, dass obige Massnahmen nach aussen hin von hiesiger Seite durchgefuehrt werden. Hierdurch wird von vornherein leichter eine aufkommende Kritik unterdrueckt, und es ist leichter, falsche Behauptungen der Geegner zu bekaempfen.

"Das Haus der deutschen Industrie " muesste auf rein geschaeftlicher Basis aufgebaut und hier handelsgerichtlich eingetragen werden. Selbstverstaendlich muessten alle Schritte und Entscheidungen in engstem Zusammenarbeiten und unter strengster Billigung der deutschen offiziellen Behoerden in Canada und in der Heimat durchgefuehrt werden.

Ich habe den deutschen Handelsattaché von meinen Vorschlaegen in Kenntnis gesetzt, der seinerseits ebenfalls der Auffassung ist, dass eine umfassende Ausstellung deutscher Waren, die regelmaessig ergaenzt wird, eine wesentliche Hilfe fuer die Steigerung der deutschen Ausfuhr nach Canada bedeuten wuerde.

Ich bin dem deutschen Handelsattaché fuer viele Anregungen dankbar

Ich gebe zum Schluss eine Aufstellung solcher Waren- und Warengattungen, deren Absatz durch die oben gewuenschten Massnahmen eine Steigerung erfahren wuerden.

Vor allem wuerden alle die Waren aus der Gemeinschaftswerbung und der Einrichtung von Musterschauen in groesserem Umfange Vorteil ziehen, die bisher von juedischen Haeusern und von Kaufhaeusern vertrieben wurden. Ich denke vor allem an Spielwaren aller Art, Christbaumschmuck, Stoffe und Kleider, Buecher, Zeitschriften, Noten, Platten fuer Sprechapparate, Musikinstrumente, landwirtschaftliche Geraete, kosmetische und pharmazeutische Waren, Papiere, Pappen Steinzeug, Ton, Porzellan, Glas und Glaswaren aller Art. Eisen- und Stahlwaren, Lehrmittel, feinmechanische und optische Waren, Fahrraeder und Motorraeder, Waren aus Kunststoffen, ueberhaupt alle solche Waren, die unter den Begriff der Massengueter fallen.

Fuer diese Waren wuerde mit Sicherheit eine bedeutende Steigerung des Umsatzes erwartet werden koennen. Mit Unterstuetzung des Hauses der deutschen Industrie und einzurichtender Ausschuesse koennten in kurzer Zeit Firmen gefunden werden, die gern die angebotenen Waren vertreiben wuerden und dadurch die grossen Kaufhaeuser und juedischen Haendler ersetzen koennten. Solche Ausstellungen erleichtern auch die Suche nach geeigneten Agenten.

Aber auch solche Waren, die bisher schon in Canada Absatz fanden, werden eine steigende Nachfrage erwarten koennen, wenn sie erst einmal von einer straffen, gutgeleiteten Propaganda gestuetzt werden.

Unter anderen nenne ich hier: Religiöse Waren, Spezialmaschinen aller Art, wie solche fuer Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Lederwarenindustrie; Papier- und Druckmaschinen, Dieselmotoren, Werkzeugmaschinen, Bureaumaschinen. Wenn in Musterschauen ihre hohe Qualitaet und Praezisionsleistung erst einmal nachgewiesen wird und eine sachgemaeße Propaganda ihre Vorzuege auch weiteren Kreisen vermittelt, werden sie steigenden Absatz in Canada finden.

Aber auch Kohlen und Koks sind in weit staerkerem Masse absatzfaehig als bisher. Auch die Fabrikanten solcher Maschinen, die sich fuer die stetig wachsende canadische Minenindustrie eignen, werden grosse Vorteile aus den geplanten Ausstellungen ziehen koennen.

Auch solche Waren wie Haaroel, Haarwasser, Parfuemerien, kosmetische Artikel, Mineralwasser, werden hier ein dankbares Absatzfeld vorfinden. Zu ihrer Einfuehrung ist aber die Unterstuetzung durch eine zaelbewusste Werbung notwendig.

Auch Pflanzen, Straeucher, Blumen und Samen werden Kaeufer finden.

Weiterhin waere es eine sehr dankbare Aufgabe fuer die mehr als 500 000 Deutschstaemmigen alle jene Waren zu pflegen, die typisch deutsch sind und in ihnen das Heimatsgefuehl wachrufen.

Das Haus der deutschen Industrie wuerde auch die Bestrebungen fuer den Reiseverkehr nach Deutschland foerdern und damit die Arbeit des schon vorhandenen Bureaus der deutschen Reichsbahn unterstuetzen koennen.

Montreal, den 19. Maerz 1939
10, St. James Street East.

G.A. Sprave

G.A. Sprave
Vicepresident and Managing Director
der Importers and Exporters Corporation Ltd.