

Schutzzölle gegen Einfuhr ausländischer Zeitungen und Zeitschriften.

Eine ganze Reihe von Staaten hat Zollabgaben festgesetzt für Einfuhr ausländischer Publikationen und Druckerzeugnisse aller Art. Gewöhnlich will man damit die heimische Erzeugung gleichartiger Artikel schützen, und so richtet sich der Zoll besonders gegen Bücher und Reklamendruckfachen, die in der Landessprache gedruckt sind, während Abgaben auf Zeitungen und Zeitschriften kaum vorkommen. Man ist im allgemeinen wohl der Ansicht, daß derartige im Auslande gedruckte Zeitungen und Zeitschriften als nicht bodenständig der einheimischen Presse keinen Abbruch tun können.

Aus Kanada kommt indessen jetzt die Meldung, daß dort zum Schutze der kanadischen Presse die Einführung von Zollabgaben auf Zeitungen und Zeitschriften aus den Vereinigten Staaten gewünscht wird. Befürworter sind nicht nur Verlagskreise, sondern auch andere Wirtschaftskreise. Man weist darauf hin, daß jährlich etwa 40 Millionen Nummern von Magazinen und 15 Millionen Nummern Sonntagsausgaben von Tageszeitungen aus den Vereinigten Staaten nach Kanada eingeführt werden. Da Kanada nur 9 Millionen Bevölkerung hat, kommen also pro Kopf und Jahr 4½ Nummern Magazine und 1½ Nummern Sonntagsausgaben. Die Verbreitung dieser amerikanischen Blätter ist am stärksten im Osten Kanadas, wo die Sonntagsausgaben der Tageszeitungen von New York, Chicago, Detroit und Buffalo das Feld vollständig beherrschen. Die großen amerikanischen Magazine mit hundert oder zweihundert Seiten Umfang und Millionenauflagen machen bei ihren billigen Verkaufspreisen von 5 oder 10 Cents das Aufkommen einheimischer kanadischer Magazine praktisch unmöglich. Für alle kanadischen Blätter ist die Verbreitung begrenzt. Die Herstellungskosten sind daher verhältnismäßig hoch, und während amerikanische Blätter bei hoher Auflage und großer Verbreitung Bezugs- und Verkaufspreise niedrig halten können, müssen kanadische Blätter bei weit schwächerem Inhalt höhere Preise stellen. Die Inserenten der amerikanischen Blätter haben ohne Mehrkosten Gelegenheit, durch ihre Anzeigen auch in Kanada Geschäfte zu machen, während umgekehrt kanadische Blätter an sich höhere Anzeigenpreise von kanadischen Inserenten nur für die Verbreitung in Kanada — pro Tausend Auflage gerechnet — fordern müssen.

Infolge der Wirkung der Anzeigen der amerikanischen Markenartikel-Inserenten in den Sonntagsausgaben und Magazinen — eine Folge gleichartiger oder mindestens ähnlicher Lebensgewohnheiten in beiden Ländern — sind manche amerikanische Artikel in derartigen Mengen in Kanada eingeführt worden, daß einheimische Industrien einfach zerschlagen wurden, z. B. Haushaltartikel, Toilettenartikel, kondensierte Milch, Konserven und ähnliches. Verschärft wurde dies noch dadurch, daß die Vereinigten Staaten die Einfuhr kanadischer Erzeugnisse auf solche Artikel zu beschränken suchen, die wirklich benötigt werden, wie Weizen, Holz, Zeitungspapier, Pelze usw. Dagegen wurde die Einfuhr von Fischen und Fischprodukten — ein Hauptartikel Kanadas — vollständig unterbunden und die Einfuhr lebenden Viehes und landwirtschaftlicher Erzeugnisse auf dringenden Bedarf beschränkt.

So haben sich jetzt verschiedene Kreise den Wünschen kanadischer Verleger auf Einführung von Abgaben auf amerikanische Zeitungen und Zeitschriften bei der Einfuhr angeschlossen. Vorgeschlagen werden 10 Cents Gewichtszoll pro Pfund. Da die Sonntagsausgaben der großen amerikanischen Tageszeitungen pro Stück meist zwei bis drei Pfund wiegen, mindestens aber über ein Pfund, so würde dieser Zollsatz mindestens dem seitherigen Verkaufspreis dieser Blätter gleich sein, meist aber das Zwei- oder Dreifache davon ausmachen. Die Magazine wiegen durchweg mehrere Pfund, und bei ihrer großen Zahl von eingeführten Nummern wäre der Zollsatz noch einschneidender. Die Interessenten schätzen, daß durch den Satz von 10 Cents pro Pfund Gewicht ein Jahresbetrag von über 5 Millionen Dollar an solchen Zollabgaben erzielt werden könnte.

Natürlich kommt es den Interessenten nicht auf diesen Zollobtrag an, sondern auf möglichste Einschränkung der Einfuhr. Sehr wahrscheinlich ist es indessen nicht, daß die Vorschläge sich verwirklichen werden. Einmal sind die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen beiden Ländern trotz gelegentlicher Zollschikanen doch sehr eng. Eine sehr große Zahl amerikanischer Unternehmungen hat bedeutende Filialen oder angegliederte Betriebe in Kanada, und nicht wenige kanadische Firmen arbeiten als Vertreter amerikanischer Häuser. Weit über 3½ Milliarden Dollar amerikanisches Kapital sind in Kanada angelegt. Alle hieran Beteiligten würden einer Verkehrserschwerung in der Einfuhr amerikanischer Blätter abgeneigt sein. Ferner sind die Verleger

kanadischer Zeitungen zu einem großen Teil Mitglieder des Vereins amerikanischer Zeitungsverleger, sicher aus geschäftlichen Erwägungen heraus, da sie dadurch auf stärkere Benutzung durch amerikanische Inserenten rechnen können. Die dünne Besiedlung Kanadas wird vorerst das Aufkommen einheimischer Magazine nach Art der amerikanischen gar nicht ermöglichen.

So kann es nicht überraschen, daß von Gegnern der Abgaben behauptet wird, kanadische Interessen würden überhaupt nicht durch die jetzige zollfreie Einfuhr amerikanischer Zeitungen und Zeitschriften beeinträchtigt, sondern im Gegenteil außerordentlich gefördert. Es liege gar kein Grund zur Erhebung solcher Abgaben vor, es sei denn, man wüßte die immer enger werdenden Wirtschaftsbeziehungen zwischen Kanada und den Vereinigten Staaten zu stören. Das könne aber im Ernst niemand in diesen beiden Ländern wünschen.

Wenn man will, kann man aus diesen Erklärungen auch herauslesen, daß die Störung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen beiden Ländern es sei, worauf es manchen Befürwortern der Zollabgaben ankomme. Teilweise wird das unverblümt angedeutet und der Wettkampf zwischen amerikanischen und englischen Waren als Anlaß bezeichnet. In englischen Wirtschaftsberichten aus Kanada ist in der letzten Zeit darauf hingewiesen worden, daß amerikanische Waren, besonders Markenartikel der Toilettenbranche, ferner Schuhe und Stiefel, Konserven und dergleichen infolge der intensiven Anzeigenreklame die gleichartigen englischen Waren fast vollständig vom kanadischen Markt verdrängt haben.

Die außerordentliche Beeinflussung der kanadischen Abnehmer durch die Anzeigenreklame der amerikanischen Inserenten zeigt, welche großen Erfolge durch intensive Anzeigenreklame erzielt werden können. Geschmacksrichtungen werden beeinflusst und ganz neue Märkte unter kaufkräftigen Schichten geschaffen. Die Folgen sind dann Verdrängung jeden Wettbewerbers. Wilhelm Heidelberg.

Wöchentliche Übersicht

über

geschäftliche Einrichtungen u. Veränderungen.

Zusammengestellt von der Redaktion des Adreßbuches des Deutschen Buchhandels.

Abkürzungen: ⊕ = Mitglied des B.-B. u. eines anerkannten Vereins. — * = Mitglied nur des B.-B. — ☎ = Fernsprecher. — TA.: = Telegrammadresse. — Ⓢ = Bankkonto. — Ⓜ = Postsparkonto. — † = Mitglied der BVB (Abrechnungs-Genossenschaft Deutscher Buchhändler, e. G. m. b. H., Leipzig.) — ‡ = In das Adreßbuch neu aufgenommene Firma. — B. = Börsenblatt. — H. = Handelsgerichtliche Eintragung (mit Angabe des Erscheinungstages der zur Bekanntmachung benutzten Zeitung). — Dir. = Direkte Mitteilung.

17.—22. Mai 1926.

Vorhergehende Liste 1926, Nr. 115.

- Baumann, Paul, Buchhandlung, Leihbibliothek u. Verlag, Charlottenburg. Die Ges.-Prokura des Fritz Heimann ist erloschen. Der Käthe Schmalz wurde Prokura erteilt. [S. 15./V. 1926.]
- Bed, Friedrich, Wien I. Der Mitinh. Friedrich Bed ist 16./V. 1926 verstorben. [B. 115.]
- Bender's Buchhandlung Hans Grimme (vorm. Duge's Buchh.), Braunsberg (Ostpr.), erloschen. [B. 112.]
- Bild und Buch Verlag G. m. b. H., Berlin SW 11. Adresse jetzt: SW 19, Leipzigerstr. 76, Aufg. D, II. Stock. ☎ jetzt: Zentrum 2198. [Dir.]
- Bornebusch, A., Lippstadt. Inh. jetzt: Witwe Albert Bornebusch geb. Seelig. [S. 12./V. 1926.]
- Brücke-Verlag Kurt Schmersow, Kirchhain (R.-L.). Leipziger Komm.: a. Goldmar. [B. 117.]
- Der Bücherwurm-Buchhandlung — Antiquariat — Leihbibliothek Paul Singer, Berlin W 30. ☎ jetzt: Kollendorf 7469. [Dir.]
- Deutsche Dichter-Gedächtnis-Stiftung, Hamburg-Großborstel. Der Geschäftsf. Karl Peter ist am 30./III. ausgeschieden, an seine Stelle trat Karl Heß. [B. 116.]
- Dietrich, Franz, Leipzig. ☎ jetzt: 22 706. [Dir.]
- Engelmann, Hans Robert, Berlin. ☎ nur noch Säch. Staatsbank, Leipzig. [Dir.]
- Erbguth, S., Inh. Dr. Rich. Stehmann, Reichenbach (Bogtl.), hat den Verkehr über Leipzig aufgegeben. [Dir.]