

# WIRTSCHAFT UND WERBUNG

Dr. WALTER PUTTKAMMER

# EINFUHRZÖLLE AUF REKLAMEMATERIAL

Der Kontinentale Reklame-Verband, Sektion Deutschland, hat eine umfangreiche Enquête über die Zollsätze, die bei der Einfuhr von Reklamematerial in den einzelnen Ländern erhoben werden, veranstaltet. Es wurde durch eine Umfrage bei Konsulaten, Gesandtschaften, Handelskammern usw. für fast alle wichtigen europäischen und außereuropäischen Staaten festgestellt, welche Zollsätze bei dem Versand von Reklamematerial zur Anwendung kommen, und zwar je nachdem, ob die Drucksachen den eingeführten Waren beigeckt werden, ob sie einzeln oder ob sie in größeren Mengen zur Verteilung im Lande selbst eingeführt werden. Ferner wurden die Zollsätze für Klischees und Matern ermittelt. Es mag von Interesse sein, über die Ergebnisse dieser Enquête einen kurzen Ueberblick zu erhalten.

Bei dem Vergleich der Zollsätze auf Reklamedrucksachen in den einzelnen Ländern ergaben sich allerdings eine Reihe von Schwierigkeiten. So ist es unmöglich, Gewichtszölle, d. h. solche Zölle, die nach dem Gewicht der Ware berechnet werden, mit Wertzöllen zu vergleichen, also mit den Zöllen, die in Prozenten des Warenwertes zur Erhebung gelangen. Eine weiter kaum überwindliche Schwierigkeit liegt in den Schwankungen der Währungskurse, die augenblicklich jeden Vergleich in gewissem Grade willkürlich und unrichtig machen. Man hilft sich hier am besten, wenn man den jeweiligen Zollsatz in die Dollarwährung umrechnet, und zwar zu den Kursen, die Anfang September 1931 galten, also zu einem Zeitpunkt, in dem die heftigen Erschütterungen der Währungen einer Anzahl von

## IMPORT TARIFFS ON ADVERTISING MATERIAL

The Continental Advertising League, German section, has been making a comprehensive enquiry into the tariffs imposed by various countries on advertising material entering the country. By means of enquiries to consulates, embassies, chambers of commerce and so on, it was possible to ascertain the customs duties imposed by nearly all the important European and non-European states upon advertising material. These duties varied according to whether the printed matter was packed together with the goods, whether it was sent separately or whether it was imported in large quantities to be distributed in the country itself. Furthermore, the customs duties on clichés and matrices were ascertained. It may be interesting to give a short survey of the results of this enquiry:

To be sure, when it came to comparing the customs tariffs on advertising printed matter in the various countries, a number of difficulties presented themselves. It is impossible, for instance, to draw comparisons between customs duties computed according to the weight of the goods in question with duties imposed in proportion to the value set upon the goods to be imported. Another difficulty which is almost insurmountable is the variations of the money market which to some extent falsify every comparison and render it purely arbitrary. The best way out of this difficulty is to reckon the duty according to its dollar value, at the rates prevailing at the beginning of September, 1931, that is to say, at a time when the severe fluctuations of currency in a number of countries had not yet set in. The choice of this date may