

## EXPORTREKLAME UND DEISENBEWIRTSCHAFTUNG

Die Werbung für deutsche Waren und für den deutschen Fremdenverkehr im Auslande ist heute, wo die Exportsteigerung von lebenswichtiger Bedeutung für die deutsche Volkswirtschaft geworden ist, nicht nur der volkswirtschaftlich wichtigste Zweig der Werbung geworden, sie ist auch der technisch schwierigste. Ein beträchtlicher Teil dieser Schwierigkeiten liegt in den Hemmungen des Zahlungsverkehrs, die durch die Devisenbewirtschaftung verursacht werden. Die vielfachen Änderungen der Devisenbestimmungen (es gab neben der Devisenverordnung zehn Durchführungsverordnungen, vier Richtlinienverordnungen und eine Fülle von Runderlassen) mußten in der Praxis derartig verwirrend wirken, daß sich kaum noch jemand zurechtfinden konnte, der nicht das Devisenrecht zu seinem Spezialstudium gemacht hatte. Nunmehr hat man auch auf diesem Gebiet eine „Bereinigung“ vorgenommen und die ganzen Devisenbestimmungen in einem Devisengesetz (vom 4. Februar 1935), einer Durchführungsverordnung und ergänzenden „Richtlinien“ kodifiziert. Die Materie ist natürlich trotzdem kompliziert und schwierig geblieben, aber immerhin ist jetzt der Zuständigkeitsbereich der einzelnen Stellen, das Genehmigungsverfahren und die ganze praktische Abwicklung der Devisenbewirtschaftung einigermaßen klar herausgestellt. Wir können an dieser Stelle zwar keine ausführliche Darstellung der Devisenbestimmungen für die Reklamewirtschaft geben; das würde bedeuten, einen Kommentar für das gesamte Devisenrecht zu liefern, denn mit wenigen Ausnahmen gibt es keine Sonderbestimmungen für die Werbung. Auf diese Ausnahmen wollen wir aber einmal aufmerksam machen, namentlich auf den Runderlaß Nr. 168 DST. vom 21. Dezember 1934, in dem einige Richtlinien für die Devisenbewilligung für Werbekosten gegeben sind.

Der Erlaß betont zunächst, daß für die Auslandswerbung der Ausfuhrwirtschaft und des Fremdenverkehrsgewerbes ein besonderes volkswirtschaftliches Interesse besteht. Daher sollen Genehmigungen für die Verwendung von Devisen und auch für den Einzelerwerb von Devisen zur Bezahlung von Werbekosten an Ausfuhrfirmen und Fremdenverkehrsunternehmen stets erteilt werden (auf Grund des Runderlasses 117/34). Für Werbeagenturen gilt eine Sonderregelung, wobei man unter Werbeagenturen wohl alle vermittelnden Werbeunternehmen verstehen muß, die Werbung für andere betreiben. Im allgemeinen werden diese Werbeagenturen nur Devisen weiterzuleiten haben, die von der Firma erworben sind, für die sie arbeiten. In solchen Fällen bedürfen sie lediglich einer Weiterleitungsgenehmigung, die von den Devisenstellen stets erteilt wird. Jedoch bringt der erwähnte Runderlaß darüber hinaus für die Werbeagenturen eine Erleichterung, denn er gestattet, daß ihnen allgemeine Genehmigungen erteilt werden dürfen, Devisen, die ihnen durch Aufträge aus dem Ausland anfallen, zur Bezahlung im Ausland entstehender Werbekosten zu verwenden. Allerdings wird diese Bestimmung nicht allzuhäufig praktische Bedeutung haben, denn sie

kann sich nur für solche Werbeagenturen auswirken, die einerseits für deutsche Firmen im Ausland, außerdem aber auch noch für ausländische Firmen, sei es in Deutschland oder im Ausland, arbeiten; und das werden wohl relativ wenige sein.

Eine allgemeine Genehmigung zum Erwerb von Devisen wird (im Gegensatz zu der eben erwähnten Genehmigung zur Verwendung von Devisen) an Reklameagenturen nicht erteilt; und auch Einzelgenehmigungen zum Devisenerwerb, also für einen bestimmten Fall der Werbung bestimmte Genehmigungen, dürfen an Reklameagenturen nur dann erteilt werden, wenn an der betreffenden Auslandswerbung ein besonderes volkswirtschaftliches Interesse besteht, wenn ferner der durch die Werbung zu erwartende Erfolg einen Devisenanfall bringen würde, der den Devisenaufwand der Werbung erheblich übersteigt und wenn drittens der auftraggebenden Firma eigene Devisen nicht rechtzeitig zur Verfügung stehen würden. Das Resumé ist also, daß für die Werbung der Ausfuhrfirmen und für die Fremdenverkehrswerbung ausreichend Devisen zur Verfügung gestellt werden sollen entweder durch Verwendungs- oder durch Erwerbsgenehmigungen, daß aber den Reklameagenturen die Devisen in der Regel vom Auftraggeber zu beschaffen sind und von ihnen nur weitergeleitet werden, es sei denn, daß im Geschäftsbetrieb der Agentur selber Devisen anfallen.

Dr. Walter Puttkammer.

### Der Künstler



**DAS GUTE**  
**Sauer & Co.**  
**KLISCHEE**

bevorzugt die manuelle Behandlung seiner Werke. Das Nachempfinden seiner Arbeit ist erstes Gebot!

Das gute Sauer-Klischee vereinigt seine Wünsche bei der Wiedergabe seiner Werke.

Photoolithos · Kopierte Maschinenplatten

**SAUER & Co.** GRAPHISCHE KUNSTANSTALT

BERLIN SW 68, ALEXANDRINEN STRASSE 26  
BOCHUM, FR.-LUEG-HAUS, KORTUMSTRASSE 16