

Sprache weitgehend bekannt ist oder sogar gebraucht wird. Wirtschaftlich bedeutsam ist weiter, daß die im Gange befindliche Industrialisierung Polens nicht nur absperrende Wirkungen hat, sondern im Gegenteil für hochwertige industrielle Erzeugnisse Bedarf und Einfuhrmöglichkeiten schafft.

Der deutsche Exporteur wird dabei an den bisherigen Bedarf Polens nach deutschen Industriewaren anknüpfen müssen, der, wie wir sahen, zwar stark zurückgegangen, aber niemals, auch trotz des Zollkrieges nicht, ganz erloschen gewesen ist. Es ist daher in der Schlußtafel ein Ueberblick über die Ausfuhr Deutschlands nach Polen gegeben (einschließlich der Ausfuhr nach Danzig).

Eine gewisse Belebung ist im deutsch-polnischen Warenaustausch als Folge des Handelsabkommens bereits zu bemerken, wenn auch im Handels- wie im Zahlungsverkehr noch immer eine Reihe von Hemmnissen bestehen, die erst nach und nach beseitigt werden können. Die Berichte über den deutsch-polnischen Handel betonen, daß kritische Momente, die anfangs das Inngangkommen des Warenaustausches bedrohten, jetzt überwunden sind, daß Polens Bezug an deutschen Waren steigt und daß die Organisation des Clearings zwischen den beiden Ländern gut funktioniert. Insbesondere werden in den letzten Monaten aus Deutschland in Polen Maschinen, Chemikalien und Werkzeuge eingeführt. Einen wesentlichen Teil der Einfuhr bilden aber auch Bücher, Noten und Zeitschriften, über die zwischen den polnischen Buchhändlern und den deutschen Verlegern eine besondere Vereinbarung geschlossen ist, um die regelmäßige Lieferung zu erleichtern. Im ganzen scheint also die Aufgabe, die Deutschlands Exportwirtschaft mit dem deutsch-polnischen Handelsabkommen gestellt worden ist und auf deren Wichtigkeit vor kurzem erst der Reichsaußenminister nachdrücklich hinwies, ihrer Lösung entgegenzugehen.

In der Natur des polnischen Marktes liegt es, daß der deutsche Exporteur sein Augenmerk zunächst auf die westpolnischen Gebiete richten muß, also auf Pommerellen, Posen, Oberschlesien, dann auf Galizien und Warschau, und dabei wird im Anfang die beste Werbung zur Wiedereinleitung der Beziehungen die persönliche sein, denn in Polen wickelt sich das Geschäft in erster Linie durch persönliche Verständigung ab. Im übrigen kann in allen Landesteilen mit Ausnahme der östlichen Woiwodschaften und der Kleinstädte Kongreßpolens Deutsch als Geschäftssprache benutzt werden, und in der Firmenwerbung können Druckschriften usw. ebenfalls deutsch abgefaßt werden, nicht so aber solches Werbematerial, das sich direkt an den Verbraucher wendet. Durch den gewohnheitsmäßigen persönlichen Charakter des Geschäftslebens in Polen ergibt sich die dringende Notwendigkeit für exportierende Firmen, durch ständige Vertreter oder Reisende den Markt bearbeiten zu lassen.

Ausdrücklich sei noch darauf hingewiesen, daß stets beachtet werden muß, daß die Mehrzahl der Waren in Polen einfuhrverboten ist, das heißt sie dürfen nur mit einer Einfuhrbewilligung eingeführt werden. Diese kann nur vom polnischen Importeur beim polnischen Handelsministerium beantragt werden.

Zum Patent-, Marken- oder Musterschutz können Anmeldungen durch einen in Polen ansässigen Rechts- oder Patentanwalt erfolgen. Der Schutz für Patente beträgt 15, der für Gebrauchsmuster 10 Jahre, für Warenzeichen

**8000 Anschlagstellen,**  
die an besonders ausgewählten, werbewirksamen Plätzen errichtet wurden,  
stehen Ihnen zur  
erfolgreichen Werbung  
für Ihre Erzeugnisse zur Verfügung.

**Deutsche Städte-Reklame GmbH.**

Hauptstelle: Frankfurt a. M., Börsenplatz 11

Eigene Geschäftsstellen in Berlin, Bochum, Braunschweig, Bremen, Danzig, Essen, Gelsenkirchen, Gera, M' Gladbach, Kassel, Kiel, Königsberg i. Pr., Krefeld, Mainz, München, Münster i. W., Offenbach am Main, Zwickau i. S., — das Unternehmen,

das deutschen Gemeinden gehört.

Schrift: Wilhelm Klingspor; Schrift von Gebr. Klingspor, Offenbach

