

Bog anmeldelser

Deutsche Aussenwirtschaft. Betriebs- und volkswirtschaftliche Schriften aus Wissenschaft und Praxis, udg. af Prof., Dr. *Erich Kosiol*. Hefte 1, Organisations- und Vertriebsfragen in der Ausfuhrwirtschaft, Würzburg 1939, IX + 103 S. Hefte 2, Die Werbung als Mittel der Exportförderung (Dr. *Kurt Klein*), Würzburg 1939, VIII + 101 S.

Udgiveren af denne Serie har gennem flere Semestre i Forbindelse med sin Undervisning i Eksporthandel ved Universitetet i Köln gennemført et »Exportwirtschaftliche Arbeitsgemeinschaft«. Her optraadte saavel erhvervsøkonomiske Teoretikere som Praktikere i ledende Stillinger indenfor forskellige Eksportvirksomheder som Foredragsholdere; Tilhorerkredsen bestod af Eksporstuderende og praktiske Forretningsfolk. Tanken var, at Teori og Praxis ved et saadant Samarbejde skulde bringe hinanden et Incitament, og ikke mindst kunde der gives de Studerende et Indtryk af det praktiske Forretningslivs Mangfoldighed ved indgaaende at belyse Enkelttilfælde fra Praxis.

En Del af de paa denne Maade fremkomne Foredrag er det, der er samlet i Skriftrækkens Hefte 1. Det er saaledes ikke noget enkelt Emne, der behandles gennem hele Bogen; men de enkelte Bidrag angaar forskellige Spørgsmaal indenfor Eksportens Omraade.

Den indledende Afhandling, »Einsatz der jungen Generation für den deutschen Aussenhandel« (Paul Brandt), fremhæver stærkt Betydningen af en grundig Uddannelse for de vordende Eksportkøbmænd, paapeger de Krav, der maa stilles til denne Uddannelse og undersøger de Muligheder, Ungdommen har for at erhverve den.

Det næste Bidrag, »Die weltwirtschaftlichen Verlagerungen und ihre Auswirkungen auf Deutschlands Aussenhandel« (Herman Bohley), giver et Bids af den internationale Handels Udvikling i Mellemløstiden set fra et tysk Standpunkt. Redegørelsen munder ud i en Belysning af Tysklands Handelspolitik efter Krisen, dens Maal og Midler.

Størst Interesse for danske Læsere har formodentlig de tre derpaa følgende Arbejder, der behandler Eksportorganisationen for tre forskellige Varegrupper: »Die Exportorganisation in Grossbetrieben der Maschinen-Industrie« (Erich Skischally), »Der Vertrieb technischer Anlagen im Ausland« (A. G. Weyersberg) og »Exportwege der deutschen Fertigwaren-industrie« (Erich Peltzer).

Den første af disse Afhandlinger giver en systematisk og grundigt anlagt, men ikke videre praktisk præget Fremstilling af den indre og ydre Organi-

Bog anmeldelser

Deutsche Aussenwirtschaft. Betriebs- und volkswirtschaftliche Schriften aus Wissenschaft und Praxis, udg. af Prof., Dr. *Erich Kosiol*. Hefte 1, Organisations- und Vertriebsfragen in der Ausfuhrwirtschaft, Würzburg 1939, IX + 103 S. Hefte 2, Die Werbung als Mittel der Exportförderung (Dr. *Kurt Klein*), Würzburg 1939, VIII + 101 S.

Udgiveren af denne Serie har gennem flere Semestre i Forbindelse med sin Undervisning i Eksporthandel ved Universitetet i Köln gennemført et »Exportwirtschaftliche Arbeitsgemeinschaft«. Her optraadte saavel erhvervsøkonomiske Teoretikere som Praktikere i ledende Stillinger indenfor forskellige Eksportvirksomheder som Foredragsholdere; Tilhorerkredsen bestod af Eksporstuderende og praktiske Forretningsfolk. Tanken var, at Teori og Praxis ved et saadant Samarbejde skulde bringe hinanden et Incitament, og ikke mindst kunde der gives de Studerende et Indtryk af det praktiske Forretningslivs Mangfoldighed ved indgaaende at belyse Enkelttilfælde fra Praxis.

En Del af de paa denne Maade fremkomne Foredrag er det, der er samlet i Skriftrækkens Hefte 1. Det er saaledes ikke noget enkelt Emne, der behandles gennem hele Bogen; men de enkelte Bidrag angaar forskellige Spørgsmaal indenfor Eksportens Omraade.

Den indledende Afhandling, »Einsatz der jungen Generation für den deutschen Aussenhandel« (Paul Brandt), fremhæver stærkt Betydningen af en grundig Uddannelse for de vordende Eksportkøbmænd, paapeger de Krav, der maa stilles til denne Uddannelse og undersøger de Muligheder, Ungdommen har for at erhverve den.

Det næste Bidrag, »Die weltwirtschaftlichen Verlagerungen und ihre Auswirkungen auf Deutschlands Aussenhandel« (Herman Bohley), giver et Bids af den internationale Handels Udvikling i Mellemløstiden set fra et tysk Standpunkt. Redegørelsen munder ud i en Belysning af Tysklands Handelspolitik efter Krisen, dens Maal og Midler.

Størst Interesse for danske Læsere har formodentlig de tre derpaa følgende Arbejder, der behandler Eksportorganisationen for tre forskellige Varegrupper: »Die Exportorganisation in Grossbetrieben der Maschinen-Industrie« (Erich Skischally), »Der Vertrieb technischer Anlagen im Auslande« (A. G. Weyersberg) og »Exportwege der deutschen Fertigwaren-industrie« (Erich Peltzer).

Den første af disse Afhandlinger giver en systematisk og grundigt anlagt, men ikke videre praktisk præget Fremstilling af den indre og ydre Organi-

sation af store Maskinfabrikkers Eksport. Afhandlingen bringer i og for sig intet Nyt; men den giver — i hvert Fald for den ydre Organisations Vedkommende — en ganske god Oversigt over de forskellige Organisationsformer for Maskineksporten.

Afhandlingen om Eksport af tekniske Anlæg er inde paa Nødvendigheden af Salgspersonalets tekniske Skoling, noget, som særlig Amerikanerne har drevet vidt, til betydelig Gene for deres Konkurrenter.

I det Bidrag, der behandler Eksporten af Færdigvarer, drøftes bl. a. det gamle Problem: direkte og indirekte Eksport. Forfatteren kommer — ud fra Erfaringer i den vesttyske Færdigvareindustri — til det Resultat, at Eksport-Mellemhandelen ikke kan undværes til at sammenfatte den splittede Produktion og sikre rimelige Priser paa Afsætningsmarkederne. Smaa, uerfarne Fabrikanter har gjort hele Eksporten megen Skade ved Prisunderbud, manglende Kendskab til Markedet, ved Levering af daarlige Varer etc. Paa den anden Side kan store Fabriksvirksomheder, der har bevist, at de forstaar at eksportere, ikke afskaeres fra direkte Eksport.

I en afsluttende, kort Artikel, »Steigerung des deutschen Exportes nach Südafrika« (Hans Croon), behandles den tyske Eksport til Sydafrika. Forfatteren viser, hvorledes Gennemførelsen af Reciprocitetsprincippet i Udenrigshandelen har bevirket, at den tyske Uldindustri's Købekraft, der for en stor Del var rettet mod sydafrikansk Uld, kom til at ove en tilsvarende Sugevirkning paa den tyske Eksport til Sydafrika. —

Igennem de fleste af Enkeltbidragene gaar en stærk Fremhævelse af Eksportens og dermed Eksportkøbmandens vigtige samfundsøkonomiske Opgaver. Afhandlingerne er ganske vist ogsaa blevet til paa en Tid, da Mottoet »Eksportere eller dø« stadig var højeste Lov. Det er dog værd at gøre opmærksom paa, saaledes som det ogsaa nævnes i Afhandling Nr. 2, at Eksporten er det sekundære. Den er kun saa vigtig, fordi den muliggør Import. Det er denne sidste, der er det livsnødvendige, og for at kunne betale de importerede Varer maa et Land eksportere.

De enkelte Afhandlinger, Bogen er sammensat af, kan som Folge af deres knappe Form og de ret forskelligartede Emner, de behandler, hverken hver for sig eller i Sammenhæng gaa særlig i Dybden i deres Fremstilling. De kan kaste smaa Streflys over Enkeltspørgsmaal og tildels give en resuméagtig Oversigt over større Omraader — men heller ikke stort mere.

Som 2. Hefte i Serien er udgivet en Undersøgelse af Reklamen som eksportfremmende Middel. Forfatteren giver det enkelte Firmas Reklame den centrale Plads i sin Fremstilling, men han tager dog Reklame i vid Forstand, idet han tillige behandler den eksportfremmende Propagandavirksomhed, der udøves af det Offentlige, af Handelskamre o. s. v. Bogens principielle Del er meget systematisk i sin Form og søger i sit Indhold at faa alt af Betydning med. I et Tillæg gives desuden en Del konkrete Oplysninger, saaledes findes der en Fortegnelse over udenlandske Handelskamre i Tyskland, over de tyske »Aussenhandelsstellen«, Messer og Markeder i Udlandet o. s. v. Disse Bilag kan have deres Betydning som Illustration til selve Bogens Udredninger; nogen praktisk Nytte har de derimod næppe, da sikkert ingen vil finde paa at benytte en Publikation som den foreliggende som Haandbog.

Ottomar Loff.