

Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 22 (1915)

Heft: 7-8

Rubrik: Kaufmännische Agenten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 31.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Kaufmännische Agenten



Sicherung des deutschen Exports nach Friedensschluß. In der letzten Nummer der Zeitschrift des deutschen Handelsvereins „Deutscher Außenhandel“ findet sich folgende auch für uns beachtenswerte Notiz:

„Es ist damit zu rechnen, daß in den ersten Jahren nach Friedensschluß die Ausfuhr deutscher Waren nach bestimmten Gebieten des Auslandes auf große Schwierigkeiten infolge der chauvinistischen Stimmung in den Abnehmerkreisen stoßen wird. Ein Ausweg im äußersten Notfall dürfte es für manche Zweige sein, die Herstellung oder doch die letzte Fertigstellung ihrer Waren in das neutrale Ausland zu verlegen.“

Wir sind bereit und in der Lage, deutschen Exportindustriellen in dieser Hinsicht mit Winken und Vermittlungen zu dienen und werden diese Beihilfe in der Zukunft noch weiterhin auszudehnen bestrebt sein. Es dürfte sich empfehlen, daß Fabrikanten, welche sich mit solchen Absichten tragen, sich schon frühzeitig mit uns in Verbindung setzen.“

Ausdehnung des französischen Außenhandels. Herr E. Morel, Vize-Präsident der Lyoner Handelskammer, schreibt im „Bulletin mensuel de la Chambre de Commerce Française de Genève“:

Die Gelegenheit ist nun da, unsere Stellung auf den ausländischen Handelsplätzen einzunehmen, und wenn wir sie nicht beim Schopfe fassen, wird Deutschland sich von neuem mit seiner gewohnten Methode und Ausdauer ans Werk setzen nach Schluß der Feindseligkeiten. Es wird die zerrissenen Fäden seiner Verbindungen mit der ganzen Welt wieder neu knüpfen und sein Kundenschaftskreis wird sich allmählich wieder erstellen, ohne daß wir den Moment benützt hätten, wo derselbe aufgelöst war. Dann werden wir endgültig an einen der letzten Plätze auf dem Weltmarkt zurückgedrängt werden; umsomehr als die Vereinigten Staaten von Nordamerika und sogar England sich fest darauf vorbereiten, die Trümmer ihres großen Konkurrenten, des deutschen Reiches, aufzufischen und sich zu Nutze zu machen.

Werden wir da unsere Arme kreuzen angesichts einer solchen Tatsache?

Man könnte dies glauben an Hand der Wahrnehmung einer gewissen chronischen Indifferenz für die weiterliegenden Absatzgebiete, eines Nichtbeachtens der Wichtigkeit, die Kundenschaft zu besuchen und ungenügender Inanspruchnahme der Publizität. Wir sind Meister geworden in einer großen Anzahl von Industrien und es ist direkt in die Augen springend, wie neben der Mannigfaltigkeit und der mustergültigen Ausführung unserer Produkte unser Anteil am internationalen Markte unbedeutend ist.

Dieser abnorme Zustand kommt daher, daß hier wie in der Kriegstechnik die Deutschen eine langjährige Vorbereitung besitzen, die vollständiger als die unsere, uns einfach überlegen ist. Wir sollten uns ihre Methode aneignen und da hätten wir folgende Punkte ins Auge zu fassen:

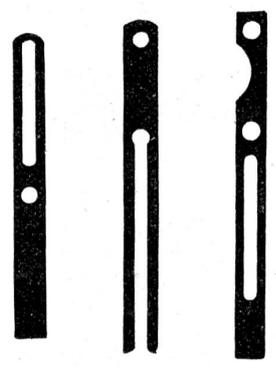
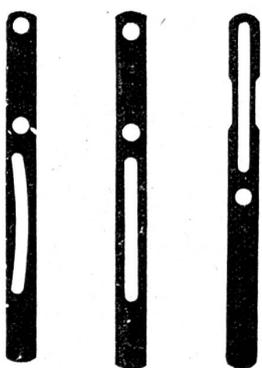
1. Die ausländische Kundschaft kennen zu lernen, da sie uns vollständig unbekannt ist.
2. Dieselbe durch Reisende besuchen zu lassen, anfangs häufiger und später regelmäßig, welche die Landessprache können.
3. Die Fabrikate herzustellen, welche die Kundschaft verlangt, anstatt ihr die unsrigen aufdrängen zu wollen.
4. Unsere Ware porto- und zollfrei zu offerieren, in der Geldwährung und den Konditionen des Landes der Klienten.
5. Wert auf die Wichtigkeit pünktlicher Lieferung zu legen.
6. Die Kunst tadelloser Verpackung zu erlernen.
7. Beobachtung, allerdings mit einiger Vorsicht, der in einigen Ländern üblichen Kreditusancen, welche Deutschland gewährt.
8. Die Absatzstellen der umliegenden Länder unbedingt erobern zu wollen.

Die gegenwärtigen Schwierigkeiten sind sehr groß, das wissen wir: Knappheit des verfügbaren Kapitals, Krediteinschränkungen, Mangel und Zersplitterung des Personals, Erschwerung der Reismöglichkeiten, Stillstand der Fabriken. Diese Hindernisse heißt es jetzt überwinden; denn wenn wir warten bis sie von selbst verschwinden, wird auch die Gelegenheit verpaßt sein.

Finanzielle und Kreditschwierigkeiten sollen kein Hindernis bilden, um sich ans Werk zu setzen. Was man heute machen kann, das sind nicht sofort Geschäfte, das sind Sondierungs-Reisen bei der Kundenschaft der Deutschen. Man muß dort bestimmte Wege suchen, den Bedarf am Orte selbst studieren, kleine Versuchsbestellungen aufnehmen, Muster hinsenden und Preislisten, mit einem Wort Geschäfte anbahnen, die erst später einschlagen werden; kurz, die Arbeiten vornehmen, die noch kein Kapital benötigen.

Der Personalmangel (alles jüngere Personal ist mobilisiert) ist fühlbar, aber andererseits haben in vielen Geschäften die Prinzipale mehr verfügbare Zeit wegen dem Stillstand. Oft sind auch reifere Leute für einen ersten Besuch eher berufen als jüngere; sie können sich eher ein Urteil bilden über die neuen Geschäftsaussichten und werden auch mehr Autorität besitzen gegenüber der neuen Kundenschaft.

Später, wenn alles wieder im alten und das Personal von der Front zurückgekehrt sein wird, soll diesem ersten Besuch der eines guten Reisenden folgen und jährlich mehrere Male wiederholt werden, bis die Kundenschaft gewonnen ist. Andere Schwierigkeiten die sich noch etwa bieten, werden nicht unüberwindbar sein.



Russland

In allen Textilzentren (Moskau, Iwanowo-Wassnessensk, Petrograd, Lodz) seit vielen Jahren best eingeführtes **Technisches Bureau der Textilbranche** übernimmt noch einschlägige Vertretungen oder Alleinverkauf auf feste Rechnung für ganz Rußland oder einzelne Plätze. — Prima Referenzen.

Brief- und Telegramm-Adresse:

OSCAR HAAG, MOSKAU