

Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie
Band: 7 (1900)
Heft: 23

Artikel: Ueber den Export nach Nordamerika
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629322>

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: 15.10.2024

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

mungen im Einzelfalle versteht, so geschieht dies, indem er prozentualiter die Summe ausdrückt, um welche er den Kaufpreis zu ermässigen bereit ist.

Im Prozesse knüpfen sich gerade an diesen Unterschied zwischen Zahlungskonto und Waarenskonto sehr wichtige Folgen. Vor allen Dingen hängt hiervon ab die Frage, wer zu beweisen habe. Nach allgemeiner Rechtsregel muss diejenige Partei, welche behauptet, es sei eine von den allgemeinen Gesetzesvorschriften abweichende Vereinbarung getroffen worden, dies beweisen. Nun sagt das Gesetz, dass der Käufer Zug um Zug mit dem Verkäufer zu erfüllen, d. h. also den Kaufpreis sofort zu erlegen habe, und es bestimmt ferner, dass Zwischenzinsen bei einer unverzinslichen Schuld nicht in Anrechnung zu bringen seien. Daraus ergibt sich als normaler Inhalt die dem Käufer erwachsenden Verpflichtungen, wenn wir bei unserem Beispiele bleiben wollen, dass A. am 27. Juli 1900 500 M. baar zu zahlen hat. Behauptet nun im Prozesse A., es sei ihm ein Zahlungskonto von zwei Prozent zugestanden worden, so beruft er sich hierbei auf eine Abmachung, die sich mit dem gewöhnlichen Inhalt eines Kaufes, wie ihn das Gesetz ergibt, nicht deckt. Die Folge davon ist also, dass A., der ja in einem solchen Prozesse der Beklagte sein wird, seinerseits zu beweisen hat, dass ihm ein derartiges Zahlungskonto zugestanden worden sei, oder ihm auch ohne besondere Vereinbarung durch den allgemeinen Handelsgebrauch in dem einschlägigen Geschäftszweige gebühren. Steht dagegen ein Waarenskonto in Frage, so läuft die Behauptung des Beklagten A. darauf hinaus, dass der vereinbarte Kaufpreis niedriger sei, als der Kläger B. behauptet, und es liegt alsdann diesem letzteren ob, die Richtigkeit seiner Angaben darzuthun. Hier muss also der Kläger beweisen, dass kein Waarenskonto verabredet worden sei. Als allgemeine Rechtsregel ist von sachverständiger Seite (Vgl. gesammelte Gutachten der Aeltesten der Berliner Kaufmannschaft Band 1, Seite 113) der Satz aufgestellt worden, dass bei einem Skonto von mehr als vier Prozent im Zweifel anzunehmen sei, es sei ein Waarenskonto. Für die Regelung der Beweislast ergibt sich hieraus, dass der Kläger, d. h. der Verkäufer, beweisen muss, es sei gar kein Waarenskonto oder doch kein so hoher, als der Beklagte behauptet, ausbedungen worden.

Ueber den Export nach Nordamerika.

In der „N. Z. Z.“ ist schon wiederholt auf die Berichte der österreichisch-ungarischen Konsularämter hingewiesen worden. Nicht ohne Interesse sind die

Rathschläge, welche laut obgenannter Zeitung der jüngste Bericht des Konsuls in New-York seinen Landsleuten über die Ausfuhr nach den Vereinigten Staaten ertheilt.

Nachdem auf die staunenswerth rasche Entwicklung der amerikanischen Industrie hingewiesen worden, die auf Grund der unleugbaren Fortschritte in ihrer Leistungsfähigkeit und unter dem Schutze hoher Zollschranken auf immer weiteren Gebieten das Auslandsprodukt aus dem amerikanischen Markte verdränge, fährt der Bericht fort: Diese Thatsache verdient um so höhere Beachtung, als sich der Verlust dieses Absatzgebietes für die europäische Industrie nicht allein auf billige Stapelwaaren beschränkt, die als Artikel der Massenerzeugung trotz den durchschnittlich höheren Arbeitslöhnen von der amerikanischen Fabrikationsmethode mit ihrer denkbar grössten Detaillierung der Arbeitstheilung und der fortschreitenden Erfindung und Einführung von arbeitssparenden Maschinen nicht nur billiger hergestellt, sondern sogar in stetig zunehmendem Ausmass exportiert werden; die erfolgreiche Konkurrenz der amerikanischen Industrie erstreckt sich in den jüngsten Jahren auch auf Waaren besserer Art, in denen noch vor nicht allzu langer Zeit an die Möglichkeit eines Wettbewerbes mit dem importirten Fabrikat kraft dessen qualitativer Ueberlegenheit nicht gedacht werden konnte.

Noch findet aber die Leistungsfähigkeit der amerikanischen Fabrikation ihre Grenzen an dem Punkt, wo ausschlaggebende Feinheit der Qualität, Originalität wie Geschmack der Muster und kunstvolle Ausführung entscheidend sind. Und hier bietet sich, ganz abgesehen von den Erzeugnissen des Kunstgewerbes, von Mode- und sonstigen Spezialitäten, unserer heimischen Exportindustrie gerade unter den gegenwärtigen Marktverhältnissen, in denen sich die prosperirende Lage des Landes durch eine auffallend starke Nachfrage nach feineren Waaren und Luxusgegenständen zu erkennen gibt, immer noch ein reiches Absatzfeld. Dass anderseits auch in der Entfaltung der nordamerikanischen Industrie die Gelegenheit zu einem gesteigerten Absatz von Rohstoffen und Halbfabrikaten begründet ist, bedarf keiner besonderen Hervorhebung.

Desto mehr muss aber, so oft dies auch wiederholt wurde, immer wieder betont werden, dass die Einführung einer Waare, auch wenn sie an Qualität und Preislage jeder Konkurrenz gewachsen wäre, als Hauptbedingung ein unablässiges Empfehlen mit Ankündigen erfordert. Der Standpunkt, dass in ihrer Güte die beste Empfehlung gelegen ist, darf nach den amerikanischen Verhältnissen absolut nicht vertreten werden, vielmehr ist eine möglichst ausgedehnte Reklame durch

ununterbrochenes Anpreisen, durch Massenversendung reichhaltiger, vornehm ausgestatteter Kataloge, Geschäftszirkulare u. s. f., die selbstverständlich in englischer Sprache verfasst sein müssen, ebenso unerlässlich wie eine strenge Anpassung an die Geschmacksrichtung und den Bedarf des amerikanischen Marktes, die bei der gewaltigen geographischen Ausdehnung desselben, der Verschiedenartigkeit der Bevölkerung und der klimatischen Verhältnisse sehr mannigfacher Natur sein kann.

Eine erfolgreiche Anknüpfung und Erhaltung von Geschäftsverbindungen mit den Unionstaaten erheischt daher, zumal im Anfang, sehr namhafte Geldopfer, die zwar unsere heimische Geschäftswelt einem erst zu erhoffenden Gewinn zu bringen nicht gewohnt sein mag, nach amerikanischem Geschäftsgebrauch aber ebenso notwendig als selbstverständlich sind, wie sich im Falle des Renssierens in der Folge als lohnend erweisen. Hiefür bürgt schon allein die Grösse und Konsumfähigkeit dieses ungeheuren Absatzgebietes.

Die durch die allgemeine Prosperität des Landes gesteigerte Kaufkraft der Konsumenten wird zweifellos noch länger anhalten und voraussichtlich einen vermehrten Import derjenigen Fabrikate und Luxusartikel im Gefolge haben, welche sich auch schon während des Jahres 1899 einer so guten Nachfrage erfreuten, dass zu Zeiten die Fabrikanten der Vereinigten Staaten nicht im Stande waren, alle Aufträge für diese Artikel zu effektuieren und auch die Importeure ihre Lager vollkommen erschöpften. Die Chancen für die Anbahnung neuer und die Wiederbelebung schon bestehender Exportverbindungen sind demnach recht günstig und verdienen um so mehr die volle Aufmerksamkeit unserer Industriellen, als der New-Yorker Markt noch für lange Zeit hinaus in vielen Artikeln, die in den kontinentalen Staaten in vorzüglicher Qualität erzeugt werden, auf den Import aus Europa angewiesen sein wird.

Allerdings müssen die vornehmlichen Bedingungen für eine gewinnbringende Gestaltung der Exportverbindungen in allen Fällen pünktlich eingehalten werden, wenn der Exporteur nicht zu Schaden kommen soll. Vor allem darf er nur mit zweifellos erstklassigen Firmen in geschäftlichen Verkehr treten und in dieser Richtung ist es unter allen Umständen bedeutend mehr zu empfehlen, die Anbahnung von Geschäftsbeziehungen, sei es durch persönliche Bereisung des Marktes, sei es durch direkte schriftliche Offerte oder Aufsuchen der Einkäufer zu vermitteln, deren Aussendung nach Europa durch die als Departement Stores bezeichneten grossen Detailhäuser und aller bedeutenden Gross-

händler und grossen Importgeschäfte regelmässig mehrere Male im Jahre erfolgt, als diese Aufgabe und die künftige Interessenvertretung einem hiesigen Agenten zu übertragen. Denn nimmt das Agenturwesen in den Vereinigten Staaten überhaupt nicht die ihm anderwärts zukommende Stellung ein, so sind in manchen Branchen Agenten und Provisionsreisende gar nicht und in anderen nur in seltenen Fällen durch kreditfähige und vertrauenswürdige Persönlichkeiten vertreten.

Der Exporteur muss ferner rechtzeitig gute und getreue Muster seiner den Bedürfnissen dieses Marktes angepassten Erzeugnisse zur Verfügung stellen und darf hiebei nicht übersehen, dem verwöhnten und rasch wechselnden Geschmack des amerikanischen Publikums durch ein reichhaltiges und stets neues Angebot Rechnung zu tragen. Die Offerten sollten ausnahmslos auf der Basis der amerikanischen Maass- und Gewichtseinheiten und Preisberechnung unter Einbeziehung sämtlicher Verpackungs-, Transport- und Versicherungsspesen in amerikanischem Gelde aufgestellt sein.

Sprechsaal.

Anonymes wird nicht berücksichtigt. Sachgemässe Antworten sind uns stets willkommen und werden auf Verlangen honorirt.

Frage 52.

Wendet man heute vortheilhafter Schaffmaschinen oder Trittvorrichtungen an?

Frage 53.

Wie kann man bei farbigem halbseidenem Satin Kettenstreifen vermeiden, bezw. welches ist die Ursache derselben?

Schweiz. Kaufmännischer Verein,
Central-Bureau für
Stellenvermittlung, Zürich.

Sihlstrasse 20. — Telephon 3235.

Für die Herren Prinzipale sind die Dienste des Bureau kostenfrei.

Neuangemeldete Vakanzen

für mit der Seidenfabrikation vertraute Bewerber.

Wer eine Stelle sucht, muss die zur Anmeldung nöthigen Druck-Sachen vom Schweiz. Kaufm. Verein verlangen. Bei der Einreichung der ausgefüllten Bewerbungspapiere haben die Nichtmitglieder Fr. 5. — sofort als Einschreibgebühr zu entrichten. Die Mitglieder des Vereins ehemaliger Seidenwebschüler haben keine Einschreibgebühr zu zahlen.

F 894 Deutsche Schweiz. — Mech. Seidenstoffweberei. — Geübter Webermeister. — Deutsch.

F 934 Deutsche Schweiz. — Seidenwarenfabrik. — Tüchtiger Buchhalter und Korrespondent. — Deutsch und französisch; etwas englisch erwünscht.

Angebot und Nachfrage betreffend Stellen in der Seidenindustrie finden in diesem Blatt die zweckdienlichste Ausschreibung. Preis der einspaltigen Zeile 30 Cts.