

Ribot, Henri

**Article — Digitized Version**

## Frankreichs amtlicher Nachrichtendienst für den Außenhandel

Wirtschaftsdienst

*Suggested Citation:* Ribot, Henri (1950) : Frankreichs amtlicher Nachrichtendienst für den Außenhandel, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 30, Iss. 1, pp. 31-32

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/131026>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

## Frankreichs amtlicher Nachrichtendienst für den Außenhandel

Dr. Henri Ribot, Paris

Frankreich besitzt zur Förderung seines Außenhandels einen amtlichen Nachrichtendienst, der organisatorisch in vielen Punkten den Formen ähnelt, die sich in Deutschland in der Zeit der Weimarer Republik entwickelt hatten. So wie damals die Abteilung 10 des Auswärtigen Amtes und später die Zentralstelle für Außenhandel als zentrale Nachrichtenbeschaffungs- und -verbreitungsstellen über einen Außenarm in Gestalt des Netzes der diplomatischen und konsularischen Vertretungen und der Handelsattachés und über einen Innenarm in Form des Netzes der Zweigstellen des Auswärtigen Amtes und der Reichsnachrichtenstellen für Außenhandel verfügten, so liegt beim französischen Wirtschaftsnachrichtendienst zur Förderung des Außenhandels der Schwerpunkt beim „Centre National du Commerce Extérieur“ in Paris, dem neben den Berichten der französischen diplomatischen und konsularischen Behörden im Ausland insbesondere die Informationen des außerordentlich weitverzweigten Netzes der französischen Außenhandelsräte zur Verfügung stehen. Dieses Netz hält die Fühlung mit den Kreisen von Industrie und Handel aufrecht. Dazu bedient sie sich der sogenannten Regional-Delegationen, von denen je eine in Lille, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille, Lyon, Nancy und Straßburg und neuerdings auch in Saarbrücken besteht. Diese Regional-Delegationen stellen selbständige Organismen dar, die trotz inniger Zusammenarbeit von den Handelskammern der betreffenden Gebiete völlig unabhängig bleiben, so daß sie also praktisch den alten Zweigstellen des Auswärtigen Amtes fast ähnlicher sehen, als den später gegründeten Reichsnachrichtendienststellen fA.

Im Gegensatz zur ehemaligen deutschen Organisation beruht aber das französische System des amtlichen Wirtschaftsnachrichtendienstes nicht auf der Selbstfinanzierung durch die interessierten Firmen. Die beteiligten Stellen stellen also keine Selbstverwaltungskörper dar, sondern der Gesamtapparat hat par-administrativen Charakter und wird bei gleichzeitiger hierarchischer Abhängigkeit vom „Ministère des Affaires Etrangères“ und vom „Ministère des Affaires Economiques“ aus einer staatlichen Kasse, nämlich aus der „Caisse de Péréquation des Echanges avec l'Etranger“, finanziert. Allerdings ist dieser Finanzierungsmodus nur eine vorübergehende Lösung, die aus der Tatsache zu erklären ist, daß das heutige Statut der französischen Zentralstelle für den Wirtschaftsnachrichtendienst noch aus der Kriegszeit stammt, in der die Organisation als eines der zahlreichen Organi-

sationskomitees der Vichy-Regierung neu aufgebaut worden war. Seit der Befreiung Frankreichs wurde sie dann provisorisch weitergeführt und soll demnächst durch Parlamentsbeschluß neue gesetzliche Grundlagen erhalten. Für diese Neuregelung stehen zwei Finanzierungsvorschläge zur Debatte, wobei in einem Falle an einen obligatorischen Zuschlag zur sogenannten „Patente“, d. h. der Gewerbezulassungssteuer gedacht wird, während nach dem anderen Vorschlag die für die Arbeit der Organisation notwendigen Mittel direkt im Staatsbudget freigemacht werden sollen.

Ein anderer wesentlicher Unterschied zwischen dem amtlichen französischen Nachrichtendienst und den ehemaligen ihm entsprechenden Einrichtungen in Deutschland besteht darin, daß die Zentralstelle für Außenhandel vorwiegend nur als Zentral- und Verbindungsscharnier zwischen den Außen- und Innenorganen des Apparates gedient hatte, während die Zentralisierung des französischen Systems dazu führt, daß die Regional-Delegationen infolge der Zentralisierung der gesamten Dokumentation von wesentlichen Aufgaben entlastet werden, die dafür die Zentralstelle zu einem um so wichtigeren und damit auch komplizierteren Instrument machen.

In der Tat verfügt das in einem großen, gut eingerichteten Gebäude untergebrachte „Centre National du Commerce Extérieur“ mit seinem Personal von rund 180 Personen über zahlreiche straff organisierte Dienste. Unter diesen sind hervorzuheben:

**Abteilung für Wirtschaftsinformation**  
 Sie ist in nahezu 20 verschiedene Länderbüros aufgliedert. Jedes dieser Büros hält nicht nur Archive über alle Fragen auf dem laufenden, die die französische Ausfuhr nach dem betreffenden Gebiet oder die französische Einfuhr aus der betreffenden Bezugsquelle berühren, sondern es hat insbesondere auch zur Aufgabe, die Durchführung der mit dem in Frage kommenden Land geschlossenen Handelsverträge zu beobachten und gegebenenfalls Anregungen und Vorschläge zur Abänderung der bestehenden Handelsvertragssysteme zu machen. Gleichzeitig gibt diese Abteilung die nötigen Mitteilungen an die Regional-Delegationen, um es diesen zu ermöglichen, die Firmen ihres Amtsbereiches nicht nur über alle laufenden Fragen des Außenhandels zu informieren, sondern sie vor allem auch auf einzelne besondere Gelegenheiten wie auf die Ausschreibung öffentlicher Arbeiten und dergleichen hinzuweisen.

### Abteilung Frankreich

Sie befaßt sich ihrerseits mit der Auswertung allen aus der französischen Wirtschaft kommenden Informationsmaterials, um dieses den französischen Wirtschaftsvertretungen im Ausland zugänglich zu machen, so daß die französischen Auslandsvertreter nicht nur in ihrer laufenden Arbeit über die Vorgänge im Inland unterrichtet werden, sondern auch notfalls auf Wünsche oder Beschwerden der einheimischen Wirtschaft eingehen können.

### Zentralabteilung

Sie verwertet die in den vorgenannten Abteilungen gesammelten Materialien in der Form, daß sie sie statt nach Ländern nach Produktionszweigen, Waren-gattungen und Zolltarifpositionen aufgliedert, um eine branchenmäßige Verwendung des Materials zu ermöglichen.

### Auskunftsabteilung

Sie dient den französischen wie den ausländischen Firmen nicht nur als Bezugsquellen- bzw. als Abnehmernachweis, sondern liefert zugleich Kreditgrundlagen durch Erteilung von Bonitätsauskünften.

### Abteilung für administrative Auskünfte

Die Abteilung hat infolge der Zunahme des Umfanges der zollpolitischen Gesetzgebung aller Länder und der devisen- und kontingentierungsrechtlichen Kompliziertheit des modernen Außenhandelsverkehrs besondere Bedeutung gewonnen.

Ihre vier Unterabteilungen befassen sich mit

1. Zöllen, Ein- und Ausfuhrlicenzen, Steuern, Zollstatistiken,
2. Währungs- und Preiskontrolle, Zoll- und Finanzklauseln der Handelsverträge,

3. Auslands- und Kolonialgesetzgebung über den Außenhandel,

4. Prüfung von Reformvorschlägen, die aus den Kreisen der Wirtschaft hinsichtlich der bestehenden gesetzlichen Bestimmungen gemacht werden.

Die Zentralstelle verfügt außerdem über eine umfangreiche Bibliothek und leitet den Redaktionsdienst des in allen französischen Wirtschaftskreisen beachteten „Moniteur Officiel du Commerce et de l'Industrie“.

Trotz dieser umfassenden Dienste ist das Funktionieren des französischen amtlichen Nachrichtendienstes vielfach kritisiert worden. Insbesondere wirft man ihm vor, daß er nicht mehr die gleiche Einflußmöglichkeit auf die Gesamtgestaltung der französischen Wirtschaftspolitik besitze, wie sie sein Vorgänger vor dem Krieg, das „Office National du Commerce Extérieur“, gehabt habe. Es scheint in der Tat, daß der ganze Apparat zwar auf Wunsch den Wirtschaftskreisen zu allen denkbaren Auskünften zur Verfügung steht, daß er aber nicht mit der notwendigen Initiative ausgestattet ist, um als selbständige Handelsvertragsabteilung auf das Außen- bzw. auf das Wirtschafts-Ministerium einzuwirken. Es mag sein, daß die geplante Verwaltungs- und Finanzierungsreform auch eine veränderte Stellung des amtlichen französischen Wirtschaftsnachrichtendienstes im Rahmen der französischen Außenhandelspolitik mit sich bringt. Eine solche Entwicklung würde von der französischen Wirtschaft zweifellos um so mehr begrüßt, als man sich darüber im klaren ist, daß Frankreich mit aller Energie eine stärkere Aktivierung seiner Handelsbilanz betreiben muß, um den Ausfall zahlreicher unsichtbarer Aktivposten der Zahlungsbilanz durch eine Steigerung der sichtbaren Aktivposten zu ersetzen.

## Wesen und Aufgabe der Internationalen Handelskammer

F. Haerecke, Frankfurt a. M.

Eines der wichtigsten Gremien, in denen eine internationale wirtschaftliche Zusammenarbeit gepflegt wird, ist die Internationale Handelskammer in Paris. Zwar gibt es eine Reihe von fachlichen Organisationen, die bestimmte Teilgebiete international behandeln, wie die Internationale Wollvereinigung in Bradford, den Internationalen Verband der Spinnereibesitzer und Baumwollfabrikanten in Manchester, die Internationale Reeder-Konferenz in London, den Internationalen Hotelbesitzer-Verein, die Internationale Föderation der Spediteurorganisationen u. a. m., aber die Internationale Handelskammer ist die einzige umfassende internationale Organisation, die die Wirtschaft schlechthin vertritt. Sie ist nicht, wie mitunter irrtümlich angenommen wird, eine bloße Spitzenorganisation der Handelskammern der Welt, sondern eine Vereinigung der hauptsächlichsten Wirtschaftskräfte der beteiligten Länder. An ihrer Spitze steht ein Präsident,

der alle zwei Jahre auf den Mitgliederversammlungen (Kongressen) neu gewählt wird. Sie wurde gegründet, wie es in der Satzung heißt,

„um die Finanz, die Industrie, das Verkehrswesen, den Handel und allgemein alle Zweige des internationalen Wirtschaftslebens zu vertreten, um die gemeinsame Ansicht der am internationalen Geschäftsverkehr Beteiligten zu ermitteln und zum Ausdruck zu bringen, um ständig für eine Besserung der Bedingungen des zwischenstaatlichen Handels und die Lösung internationaler Wirtschaftsfragen zu wirken, um für die Annäherung und Verständigung der Wirtschaftsvertreter wie der Wirtschaftsverbände in den verschiedenen Ländern einzutreten und damit zur Aufrechterhaltung des Friedens und freundschaftlicher Beziehungen unter den Völkern beizutragen“.

Die Deutsche Gruppe trat der Internationalen Handelskammer im Jahre 1925 bei. Ihr erster Präsident war Franz von Mendelssohn (Berlin), der im Jahre 1931 auf dem Kongreß in Washington auch zum ersten deutschen Präsidenten der Internationalen Handelskammer gewählt wurde, aber infolge baldiger Erkrankung sein Amt nicht ausüben konnte. An seine Stelle