

# Der Handlungsgärtner

Verantwortlicher Redakteur:  
Hermann Piltz,  
Leipzig-Oetzsch, Mittelstrasse 4.

## Handels-Zeitung für den deutschen Gartenbau.

Verlag von Bernhard Thalacker, Leipzig-Gohlis

Für die Handelsberichte und  
den fachlichen Teil verantwortlich:  
Otto Thalacker,  
Leipzig-Gohlis.

### Organ des „Gartenbau-Verbandes für das Königreich Sachsen E. G.“

„Der Handlungsgärtner“ kann direkt durch die Post unter No. 3222\* der Postzeitungsliste bezogen werden.

Der Abonnementspreis beträgt pro Jahr: für Deutschland und Oesterreich-Ungarn Mark 5.—; für das übrige Ausland Mark 8.—.  
Das Blatt erscheint wöchentlich einmal Sonnabends. — Inserate kosten im „Handlungsgärtner“ 30 Pfg. für die fünfgespaltene Pettzelle.

## Der Kundenfang.

Es ist ein heikles Thema, welches wir heute im „Handlungsgärtner“ auf Grund einiger uns bekannt gegebener Prozesse und Anfragen hier ansprechen wollen. Der sogenannte „Kundenfang“ gehört zu den hässlichsten Erscheinungen unseres Geschäftslebens und doch ist er weit verbreitet und wird oft im Stillen selbst von Firmen geübt, die bei ihrer Grösse und ihrem Ansehen wahrlich zu solchen zweifelhaften Mitteln ihre Zuflucht nicht nehmen sollten. Jeder Handlungsgärtner muss sich rühren und Ausschau halten, wie er seinen Kundenkreis erweitern kann. Das ist notwendig, wenn das Geschäft prosperieren soll, und alle erlaubten Mittel sollen und müssen angewandt werden, um neue Kunden zu „angeln“, neue Geschäftsfreunde für den Absatz der Erzeugnisse zu gewinnen. Nun ist es ja richtig, dass der Handlungsgärtner meist als neuen Kunden nur jemand gewinnen kann, der bei seinem bisherigen Lieferanten abgesprungen ist, die alte Verbindung aufgegeben hat. Wer also einen neuen Kunden in seinem Netze fangen will, muss ihn anlocken, muss ihn oft einem anderen abspenstig machen. Das ist üblich im grossen und kleinen Geschäftsverkehr, das gehört zur Tätigkeit des Geschäftsmannes und kann ihm auch durchaus nicht verargt werden.

Aber es werden dabei nur zu oft in der Hitze des Gefechts oder wohl auch gar aus raffinement Mittel angewandt, welche die Bahn von Treu und Glauben verlassen und sich auf dem abschüssigen Pfade bewegen. Wenn einer bessere Ware liefert und dadurch den Konkurrenten übertrumpft, wenn er die gleiche Ware zu billigerem Preise abgibt, ohne dabei in gewisser Weise zu schleudern, so lässt sich dagegen nichts sagen. Das sind erlaubte Mittel. Das ist ein Kampf mit ehrlichen Waffen. Der Kunde, der dadurch bewegt wird, die bisherige Verbindung aufzugeben und zu dem anderen Handlungsgärtner überzugehen, ist im ethischen Konkurrenzstreit erobert und niemand wird da von unlauteren Manipulationen reden können. Aber es werden auch leider nur zu oft Mittel angewandt, welche unter den Tatbestand des unlauteren Wettbewerbes fallen oder doch nach § 26 des Bürgerl. Gesetzbuches anfechtbar sind. Das Gesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes kennt

hauptsächlich drei Bestimmungen, welche im geschäftlichen Konkurrenzkampf in Frage kommen. Es untersagt zunächst, über die eigenen geschäftlichen Verhältnisse unrichtige Angaben tatsächlicher Art zu machen, um dadurch den Anschein eines besonders günstigen Angebots zu erwecken, es verbietet aber natürlich erst recht, über fremde geschäftliche Verhältnisse solche Angaben zu machen, um dadurch Kunden ins eigene Lager herüberzuziehen.

Vor allem will das Gesetz die unlautere Reklame treffen, die sich in Zeitungsannoncen, Preislisten, Katalogen usw. breit macht. Es darf in öffentlichen Bekanntmachungen über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere die Beschaffenheit, Herstellungsart, Preisbemessung der Ware, ihre Bezugsquelle, über den Besitz von Auszeichnungen, sowie über Anlass oder Zweck des Verkaufs keine Angabe tatsächlicher Art gemacht werden, welche den Anschein eines grösseren Angebotes erweckt und dadurch Kunden fängt. Hierher gehört es, wenn bekannt gegeben wird, dass die Ware aus der eignen Gärtnerei stamme, während es sich herausstellt, dass sie nur so billig geliefert werden kann, weil es Ramschware aus dem Auslande ist. Dieser Fall, der kürzlich vorgekommen ist, ist mit Recht vom Gericht als unlauterer Wettbewerb gebrandmarkt worden. Wir wollen darauf nicht weiter eingehen, da das nicht unsere Absicht ist. Wir möchten aber an dieser Stelle anstreben — rein sachlich — einen Uebelstand zu beseitigen, der unserem Geschäftsverkehr den Stempel der Unsolidität aufdrückt. Auch der Vorwand, dass die betreffenden Kulturen aufgegeben würden, während in Wahrheit nur der alte Bestand geräumt werden soll, während im übrigen der Betrieb unverändert fortgeht, ist als unlauterer Wettbewerb gerichtsseitig verurteilt worden. Allgemeine Anpreisungen, superlativische Ausdrücke beim Bekanntgeben der Ware, sind hier erlaubt und der sogenannte Peterseim'sche Reklamestil hat in dieser Beziehung ja die wunderbarsten Blüten und Früchte gezeitigt. Leider gibt das Gesetz kein Mittel in die Hand, auch solche Reklamen, wenn durch sie die anderen Geschäftsleute, die sich auf eine so wüste Marktschreierei nicht mit einlassen wollen, geschädigt werden, zu fassen. Wo aber unlauterer Kundenfang vorliegt, da kann jeder Konkurrent auf Unterlassen der Reklame klagen und wenn es sich um wissent-

lich falsche Angaben handelt, kann auch eine Bestrafung des schuldigen Teiles erwirkt werden.

Und noch weit gefährlicher ist das Mittel der üblen Nachrede und Verleumdung beim Kundenfang und leider müssen wir zugestehen, dass auch von Fällen dieser Art unser Geschäftsverkehr nicht ganz rein geblieben ist. Wer zu Zwecken des Wettbewerbes über das Erwerbsgeschäft eines anderen, über die Person des Inhabers oder Leiters des Geschäfts, über die Waren oder gewerblichen Leistungen eines anderen Behauptungen tatsächlicher Art aufstellt oder verbreitet, welche geeignet sind, den Betrieb des Geschäftes oder den Kredit des Inhabers zu schädigen, ist, falls er die Behauptungen nicht beweisen kann, dem Verletzten zum Schadensersatz verpflichtet. Ist die Behauptung wider besseres Wissen erfolgt, so wird die Geschäftsschädigung mit Geldstrafe bis 1500 Mk. oder Gefängnis bis zu einem Jahre bestraft. Wir erinnern dabei an einen Rechtsstreit, in dem es sich um die Behauptung des Konkurrenten handelte, dass ein Gärtner, bei welchem der Kunde bisher kaufte, ja seine Rosenwildlinge selbst erst bei ihm kaufte. Durch diese Behauptung war der betreffende Gärtner abspenstig geworden und als „neuer Kunde“ für den betreffenden gewonnen. Aber dieser „Kundenfang“ kam ihm doch teuer zu stehen. Bewiesen wurde nur, dass der Gärtner ein einziges Mal einige Wildlinge von dem Kollegen zur Aushilfe bezogen hatte. In der Aeusserung wurde deshalb eine üble Nachrede wider besseres Wissen erblickt und der Schuldige mit 500 Mk. Geldstrafe belegt. Ausserdem aber schloss sich daran noch eine Schadensersatzklage des Gärtners, der durch das Abspringen des Kunden, den er seit Jahren bedient hatte, empfindlich geschädigt war. In einem anderen Falle war von seiten eines Konkurrenten behauptet worden, der betreffende Handlungsgärtner stecke in Schulden bis über die Ohren und könne nicht mehr liefern. Es sei wohl damit zu rechnen, dass die, d. h. jene Bude demnächst geschlossen werde. Er sei schon lange pleite und halte sich nur künstlich durch Wechselreiterei aufrecht. Wir haben seinerzeit im „Handlungsgärtner“ diesen Fall schon kurz erwähnt, bei dem der Gärtner, der sich die üble Nachrede hatte zu Schulden kommen lassen, in der Gefahr schwebte, mit einer Freiheitsstrafe belegt zu werden. Solche Mittel bilden den Tatbestand des unlauteren,

unmoralischen „Kundenfanges“, der nicht scharf genug verurteilt werden kann. Auch in Zeiten scharfen, rücksichtslosen Wettbewerbes darf es unter uns nicht so weit kommen, dass Treu und Glauben ins Gesicht geschlagen werden und die Kollegialität für nichts geachtet wird. Das Anschwärzen des Konkurrenten muss aus dem Geschäftsverkehr ausgeschaltet werden. Rein subjektive Meinungsäusserungen sind ja nicht strafbar, selbst wenn sie etwas ungünstiges enthalten, aber es darf sich nicht um das Vorbringen von Tatsachen handeln, durch welche der betroffene Geschäftsinhaber persönlich und geschäftlich oder doch eins von beiden in Mitleidenschaft gezogen wird. Unsere Ehre, die Berufsehre des deutschen Gärtners, muss zu hoch stehen, um uns zu verleiten, zu solchen geschäftlichen Manipulationen unsere Zuflucht zu nehmen.

Uebrigens braucht in der Handlungsweise, wie schon erwähnt, nicht einmal immer ein Verstoß gegen die Vorschrift des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes zu liegen. Es kann auch der § 26 des Bürgerl. Gesetzbuches in Frage kommen, der denjenigen für schadenersatzpflichtig erklärt, der in einer gegen die guten Sitten verstossenden Weise einem anderen vorsätzlich Schaden zufügt. Damit soll das gesamte illoyale Verhalten im Geschäftsverkehr vom Gesetzgeber getroffen werden und schon häufig genug ist dieser Paragraph zum Schutze des Geschädigten zur Anwendung gekommen.

Wir müssen mit Eifer gegen die Auswüchse des geschäftlichen Lebens ankämpfen. Wir müssen darauf achten, dass der „Kundenfang“ in den Grenzen eines ehrlichen, anständigen Konkurrenzkampfes bleibt. Wer aus diesen Grenzen heraustritt, verdient aber auch nach unserem Dafürhalten keine Schonung und wir teilen durchaus nicht die Meinung derer, welche meinen, dass es eine Gehässigkeit, Neid oder was sonst alles sei, wenn der Geschädigte da, wo das Gesetz verletzt wird, in schonungsloser Weise vorgeht. Er ist dazu im Interesse der Allgemeinheit geradezu verpflichtet. Es ist zwar ein sehr begreifliches Verhalten, wenn ein Geschäftsmann in erster Linie auf seine Vorteile bedacht ist. Er müsste ein Dummkopf oder ein Idealist sein, wenn er es nicht läte. Aber dieser berechnete Egoismus darf, wie gesagt, nicht so weit gehen, dass er die Grenzen des

## Die dritte Internationale Gartenbauausstellung zu Dresden

in ihren Einzelleistungen.

Von Richard Stavenhagen-Reglingen.

III.

### Koniferen und andere Baumschulartikel.

Es ist ein Missstand der meisten Gartenbau-Ausstellungen, dass aus Mangel an Platz den Baumschulartikeln nur ein beschränkter oder wenigstens nicht besonders günstig gelegener Raum des Ausstellungsterrains zugewiesen werden kann. Auch das Ausstellungspublikum bringt dieser Abteilung gewöhnlich aus Mangel an Verständnis nur geringes Interesse entgegen. In Dresden, mit seinem vorzüglichen Ausstellungsgelände war dieser Missstand glücklicherweise nicht vorhanden und die Abteilungen Koniferen, Baumschulartikel und Obstbäume in allen Formen bildeten sogar einen sehr wesentlichen Teil der ganzen Schau. Was hier besonders die Firmen Paul Hauber-Tolkewitz in Dresden, O. Poscharsky-Laubegast und Wilhelm Weisse-Kamenz in Sachsen zum Gelingen des Unternehmens durch ihre umfangreiche und opferwillige Beteiligung beigetragen haben, kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Eine Anerkennung dieser Leistungen in der Fachpresse ist doppelt geboten, denn sowohl das besuchende Publikum wie die Besucher der Tagespresse widmen ihre Hauptaufmerksamkeit dem Inhalt der Hallen und allem, was durch lebhaftes Farben das Auge fesselt und nicht nur zu leicht geneigt, die im Freien untergebrachten Schätze dieser Art als ein „Anhängsel“ der Ausstellung zu betrachten.

Ich möchte in nachstehendem besonders auf die ausgestellten Nadelhölzer näher eingehen, die wie kaum vorher auf einer mittel-

deutschen Ausstellung in umfangreichen Eindrücken und prachtvollen Schaulpflanzen vertreten waren. Bedauerlich ist es nur, dass die Aussteller die von der Ausstellungsleitung im Programm gegebene Anregung, die Verwendung der Koniferen in klimatisch verschiedenen Gegenden mehr zum Ausdruck zu bringen, nicht aufgegriffen haben. Man beschränkte sich wie bisher darauf, in Mitteldeutschland winterharte Arten und Varietäten in möglichst grossen Sammlungen zur Schau zu stellen.

Demgegenüber möchte ich betonen, dass die Verwendung der Koniferen in den Städten und Gegenden mit ausgesprochen günstigem Koniferenklima zweifellos grosse Fortschritte gemacht hat, während in grossen Fabriksstädten und den Grossstädten, die in der für Nadelhölzer weniger günstigen Klimazone mit trockenem Sommer oder kaltem, schneearmen Winter liegen, die Auswahl immer noch beschränkt ist. Der Wert der Varietäten von *Chamaecyparis nutkaensis* und *Ch. pisifera*, sowie gewisser *Picea*-, *Abies*- und *Pinus*-Arten für derartige Lagen ist im Publikum und selbst bei Fachleuten noch nicht genügend bekannt und sollte auf Ausstellungen durch Sondergruppen mehr in den Vordergrund gerückt werden. Natürlich gehört in diese Gruppe vor allem *Picea pungens* mit ihren Varietäten, aber auch *Pinus Cembra*, *Pinus austriaca*, *Abies cilicica*, *Abies brachyphylla* und vielleicht auch *Abies Veitchii* und *subalpina* wie die meisten *Tsuga*-Arten verdienen, von diesem Gesichtspunkte ausgehend, grössere Beachtung.

Den ersten Preis für die Gesamtleistung in Koniferen erhielt die Firma Wilhelm Weisse-Kamenz i. S., die durch ihre ausgezeichneten Kulturen von Nadelhölzern und ihre Bemühungen um die Verbreitung und Würdigung der „Blaufichten“ rühmlichst bekannt ist.

O. Poscharsky-Laubegast stand an Zahl und Grösse der ausgestellten Koniferen an zweiter Stelle, war aber mit Laubhölzern, sowohl in Rohware, wie in getriebenen Pflaunzen in so grossem Umfange beteiligt, dass das dem Gesamtinteresse dargebrachte Opfer nicht minder schwer wiegt. Diese Firma besitzt ausser in Koniferen besonders in Eichen eine gewählte Sammlung und sorgt wie wenige andere für die Weiterverbreitung seltener und schöner Gehölze.

Der „Clou“ in der Weisseschen Sammlung war eine 5 m hohe Zeder, *Cedrus atlantica glauca*, in einem prachtvollen, gleichmässig gewachsenem Exemplar. Diese Art soll nach Angabe des Ausstellers sich als die härteste Zeder bewährt haben. Dann hatte W. Weisses-Kamenz eine Anzahl bis 5 m hoher, prächtig entwickelter *Picea pungens* in den verschiedenen silberweissen und blauen Formen über die grosse Rasenfläche verteilt, während in den verschiedenen Gruppen mächtige *Tsuga Pattoniana argentea* durch ihren leichten Bau und die schöne, an *Chamaecyparis squarrosa* erinnernde silbergraue Färbung besonders ins Auge fielen.

Auch in der Poscharskyschen Kollektion dominierten die „blauen“ und „silberweissen“ Formen der Fichten, Tannen und Zypressen; *Abies concolor violacea*, *Picea pungens glauca Koster*, *Pseudotsuga Douglasii* usw. waren in einer prächtigen, schön gefärbten Ware und zum Teil grösseren Schaulpflanzen vorhanden. Bemerkenswert ist eine nicht gerade häufige Abart der gewöhnlichen Fichte, *Picea excelsa pyramidalis*, die O. Poscharsky ausstellte. Sie darf nicht mit der ganz abweichenden, aber im Namen ähnlichen Varietät, *P. e. compacta pyramidalis*, verwechselt werden, ist vielmehr eine starkwüchsige, schön pyramidale Pflanzen bildende Form von fast tannenartigem Wuchs.

Als dritter Hauptaussteller in Koniferen ist die Firma Hoyer & Klemm-Dresden-Gruna zu nennen. Sie brachte ein grosses Sortiment in schön entwickelten, mittelgrossen Pflanzen in Handelsgrösse, worunter sich auch seltener gesehene Arten und Varietäten befanden. Ich will hier nur *Chamaecyparis Lawsoniana Worlei*, *Ch. Laws. patula*, *Ch. nutkaensis var. viridis*, *Juniperus nana canadensis aurea*, *Thuja gigantea Nutt.*, *Thuja occidentalis Rosenthalii (Ohlen-dorff)* usw. vorweg herausgreifen und komme auf die bemerkenswertesten Varietäten der drei genannten Aussteller noch näher zurück.

Eigentliche Neuheiten in Koniferen sind selten. Diese Familie bietet dem Neuhelthenzüchter nicht das dankbare Feld wie beispielsweise unsere einjährigen Florblumen. Dies erklärt zur Genüge, dass die Konkurrenzen in Neuheiten, die das Programm vorgesehen hatte nicht oder nur schwach besichtigt waren. Jedenfalls sind mir die Gruppen der zwei Aussteller neuer Koniferen, die der Katalog aufführt, bei der räumlichen Ausdehnung der Ausstellung entgangen. Selten oder neu ist allerdings *Picea Glehnii* von der Insel Sachalin, die W. Weisses-Kamenz ausstellte, eine botanisch sowohl *Picea obovata* wie *P. Alcockiana* verwandte Art, die sich bis jetzt in Norddeutschland nicht als besonders wüchsig erwiesen hat und von Spätfrosten leidet.

Ich will in nachstehendem nicht nur neuere, sondern auch ältere, weniger verbreitete Formen und Arten hervorheben, die mir unter irgend einem Gesichtspunkte erwähnenswert erscheinen. Man sollte bei der Zusammenstellung von Koniferen-Sortimenten mit der Beurteilung einer Sorte weniger Wert auf sonderbare Formen oder merkwürdige Färbungen als vielmehr auf dekorative Gesamtwirkung und Widerstandsfähigkeit legen. Diese letzteren Eigenschaften sind auch für mich in dem vorliegenden Be-