

Der Handels Gärtner

Abonnementspreis

Für Deutschland, Österreich und
Luxemburg Mark 5,— jährlich, für
das Ausland Mark 8,— jährlich.

Ausgabe jeden Sonnabend.

Bestellungen
nimmt jede Postanstalt entgegen.

Handelszeitung für den deutschen Gartenbau

Verlag von Bernhard Thalacker G. m. b. H. Leipzig und Berlin.

Inserate

30 Pfennige für die sechsgepaarte
Petitzeile.

Inserate sind zu richten an
Bernhard Thalacker G. m. b. H.
Leipzig-Gohlis.

Erfüllungsort für alle Zahlungen
Bernhard Thalacker G. m. b. H.
Berlin W., Rankstr. 27.

Der Schutz in der geschäftlichen Reklame.

Ein wichtiges Urteil für alle Geschäftsleute und darunter auch die Gärtner hat am 8. Oktober dieses Jahres die Strafkammer in Guben gefällt. Ein Kaufmann H. H. aus Hirschberg kam im November vorigen Jahres nach Guben mit einer grossen Ladung verschiedener Waren. Er erliess Inserate, in denen er mit bekannten Schlagworten operierte und sagte:

„Meine Ware ist beste Ware, Primaqualität.“
„Es sind Waren, die alle anderen meilenweit hinter sich lassen.“

„Gestohlene Sachen können nicht billiger sein!“
„Ich liefere das Beste und Billigste am Platze!“ usw.

Auf diese Reklame hin wurden nun von ihm Waren entnommen und darin Strafantrag wegen unlauteren Wettbewerbs gestellt, da sich ergab, dass die Waren nicht das hielten, was von denselben versprochen wurde. Das Schöffengericht verurteilte ihn nach Vernehmung von Sachverständigen und Zeugen zu 100 Mk. Geldstrafe. Dagegen legte der Verurteilte bei der Strafkammer Berufung ein, hatte damit aber kein Glück, denn die Strafkammer bestätigte das Urteil, indem sie ausführte, dass es nicht mehr angängig sei, von bester Ware und Prima-ware zu reden, wenn nicht Ware erster Qualität geliefert werde. Es könne auch nicht in Anzeigen, wie hier geschehen, behauptet werden, dass die Ware des Angeklagten die beste und billigste am Platze sei, wenn sich dies nicht nachweisen lasse. Es stehe fest, dass der Angeklagte minderwertige Ware in seinen Anpreisungen als Primaware angeboten habe und das rechtfertige seine Verurteilung.

Während also früher in der Reklame die superlativischen Ausdrücke erlaubt waren, weil man davon ausging, dass „solche Anpreisungen doch niemand ernst nähme“, was eine ganz irrige Anschauung ist, verlangt man jetzt von dem, der „beste“ Ware anzeigt, dass er auch wirklich das Beste liefert, was in dieser Branche vorhanden ist. Es dürfen nicht beste Sorten zu einem aussergewöhnlich billigen Preis annonciert werden, wenn es sich um mittlere oder gar geringe Qualität handelt. Das ist ein wesentlicher Umschwung für die gesamte Geschäftsreklame, die damit einem Läuterungsprozess unterworfen wird, der ihr schon lange dringend not tut und von den soliden Geschäftsleuten auch sicherlich mit Freude begrüsst werden wird. Bislang machte sich niemand ein Gewissen daraus, auch Ausschuss und Schleuderware als erste Qualität in hochtrabenden Worten hinzustellen und dadurch die

Käufer der Waren irrezuführen. Die soliden Geschäftsleute haben das oft genug, noch bis in letzte Zeit, bitter beklagt.

Diese Umwandlung ist durch den § 1 des neuen Wettbewerbsgesetzes herbeigeführt, der die sogenannte Generalklausel enthält und alle sittenwidrigen Handlungen als unlauteren Wettbewerb kennzeichnet. Die engeren Schranken des alten Gesetzes sind gefallen und es werden alle Handlungen, welche wider die guten Sitten sind, verfolgt. Es braucht sich ein Gärtner am Platze nicht mehr gefallen zu lassen, dass in den Tageszeitungen Baumschulenartikel oder Blumen minderwertigen Charakters für beste Ware angeboten werden, wenn sie es in Wahrheit nicht sind. Die Anpreisungen, welche zum Zwecke, das Publikum für Auktionen zu gewinnen, gemacht werden, dürfen nicht mehr wider die Wahrheit Angaben enthalten, welche sich nicht rechtfertigen lassen. Und es wurde ja gerade bei Anzeigen zu Auktionen und Ausverkäufen in deutschen Landen der Mund immer weidlich voll genommen. Man setzte sich darüber leicht mit Entschuldigung hinweg: das sei eben Reklame im amerikanischen Stil und drüben über dem grossen Wasser gehe es in dieser Beziehung viel toller her, ohne dass der Kadi daran Anstoss nehme. Das ist an sich richtig. Es wird in Amerika das Erstaunlichste in Reklame geleistet. Wir haben aber hier keine amerikanischen Verhältnisse und unser Publikum ist nicht so geschult, wie das Auge des Amerikaners, der leicht die berechnete Reklame von sogenanntem Humbug zu trennen weiss. Der § 1 schützt aber auch gegen die Ausbeutung fremder Kataloge und Preisverzeichnisse, Benutzung von Abbildungen usw., die bis jetzt keinen ausreichenden gesetzlichen Schutz genossen. Ein Katalog z. B. musste ein eigenes, selbstständiges geistiges Produkt darstellen, um den Schutz des geistigen Eigentums zu genießen. Die Anordnung, die Benennung, die Illustrationen reichten dazu nicht aus, ja selbst kurze Angaben über die Behandlung von Pflanzen, ihre Charaktereigenschaften usw. genügt dem Richter nicht, um das Schriftwerk zu schützen und dieser Mangel ist, das kann nicht verschwiegen werden, ebenfalls hinlänglich ausgenutzt worden. Und ebenso ging es mit den Abbildungen. Diese wurden aus grossen Katalogen genommen, ohne die Zustimmung eingeholt zu haben, ohne die Quelle anzugeben, ja, sie wurden sogar ganz anderen Sorten und Qualitäten beigegeben, nur um ein billiges Reklamemittel, eine wohlfeile Ausstattung für das Preisverzeichnis zu haben.

Das Gesetz schützt bisher diese Abbildungen

nicht, weil sie kein Kunstwerk bildeten, weil sie nicht künstlerischen und kunstgewerblichen Zwecken zu dienen haben, sondern nur dazu geschaffen sind, um das Publikum zum Kauf von Waren dieser Art anzulocken. Jetzt aber ist eine solche missbräuchliche Benutzung als sittenwidrige Handlung anzusehen und so kann der Geschädigte auf Grund der Generalklausel des Gesetzes Unterlassung der weiteren Benutzung und auch Schadenersatz, falls er einen Schaden nachweisen kann, verlangen.

Der Skrupellosigkeit, mit welcher bisher in allen Dingen der Reklame vorgegangen wird, sollte eben ein Riegel vorgeschoben werden. Die Marktschreierei, die in der guten alten Zeit geübt wurde und in mancherlei Formen bis in unsere Zeit sich herüber gerettet hat, hat bei gewissen gewerblichen Veranstaltungen wohl sicher ihre Berechtigung. Es wird niemand etwas einwerfen, wenn ein Schausteller auf der Messe, auf einem Jahrmarkt seine „Künste“ als „grösste Attraktion“ hinstellt. Hier trifft zu, dass das Publikum nicht getäuscht wird, weil es in allen seinen Schichten weiss, was es mit diesen Anpreisungen der Ausschreier auf Messen und Märkten auf sich hat. Ganz anders liegt der Fall aber, wo eine an sich ernste, verlockende Anzeige in Frage kommt, deren unlauterer Charakter ein Ueberschreiten nicht ohne weiteres herausfinden kann. Da will das Gesetz eingreifen, da will es Schutz verleihen und Kautelen gegen sittenwidrige Ausbeutungen geben.

Auf welche Reklamen wir in unserer Branche hinzielen, darauf brauchen wir wohl nicht näher einzugehen. Auch handelt es sich in diesem Artikel nicht um Personen und Sachen. Aber es steht fest, dass einige Urteile, welche die gärtnerische Reklame betrafen, anders ausgefallen wären, wenn schon das alte Gesetz die Generalklausel gehabt hätte. Wir verhehlen uns nicht, dass in dieser Klausel eine Gefahr liegt, die Gefahr nämlich, dass bei einer allzu rigorosen Handhabung der freien Reklame ein Zwang angetan war, der für den Geschäftsverkehr nachteilig wirkt. Aber noch ungesünder muss die zügellose Reklame mit ihren unlauteren Auswüchsen betrachtet werden. Und dann wird sich doch im Laufe der nächsten Zeit eine sichere, massgebende Spruchpraxis herausbilden, welche sich vor einer allzu intensiven Beschränkung der Reklame zu hüten wissen wird. Einzelne Handlungen, die gemeinhin als nicht vornehm gelten, wie der Missbrauch von Chiffre-Offerten, die mittelbare Veranlassung eines Streiks oder einer Aussperrung eines Konkurrenten gegenüber, das Abspenstigmachen von Personal usw. gingen unter der Herrschaft des alten Gesetzes noch vielfach leer aus, weil es diesem an einer

solchen allgemeinen Bestimmung gebrach. Wir dürfen also nicht bangen, dass etwa die neue Vorschrift dem Handel und Verkehr zum Unutzen gereichen wird. Es wird sich bald zeigen, wo die Grenze zwischen erlaubter und sittenwidriger Reklame zu ziehen ist und wenn sie gezogen sein wird, dann sind wir in der Entwicklung der geschäftlichen Reklame nicht zurück, sondern ein gutes Stück vorwärts gekommen.

Winke der deutschen Konsuln für Exporteure.

IV. (Schluss.)

Serbien. Der Handel erfolgt meist durch die Belgrader Importhäuser, die umfangreiche Lager halten. Es ist üblich, dass der Zoll vom Käufer gezahlt wird, ebenso alle im Lande selbst entstehenden Transport- und anderen Spesen. Bei unmittelbaren Abschlüssen ist Vorsicht geraten. Handelsreklamationen werden vom Kaiserlichen Konsulat in Belgrad geführtenfalls bearbeitet. Jedem Antrag sind 1—2 Mk. in Briefmarken zur Verrechnung beizufügen. Auslandsscheine sind nicht verwendbar. Es empfiehlt sich, alle Briefe eingeschrieben zu senden. Anfragen über Absatz sind mit Katalogen, Mustern und Angaben über Preise, Rabatt und Zahlungsbedingungen zu versehen. Für Kreditauskünfte wird Obligo nicht übernommen. Sie werden auch nur ausnahmsweise erteilt. Es werden Schimmelpfeng, sowie die Serbische Kreditbank als Auskunftsbureau empfohlen. (Gebühr 1—2 Dinar = 0,80—1,60 M.) Vorsicht bei Uebertragung von Inkassos. Lieferung soll nur gegen Akzept erfolgen, da die Klage aus einer Faktur zeitraubend und kostspielig ist. Inkasso durch das Konsulat unterliegen einer Gebühr von mindestens 6 Mk. Das Konsulat vermittelt auch bei Streitigkeiten.

Spanien. Das Generalkonsulat in Barcelona verweist hinsichtlich der Auskünfte ebenfalls auf Schimmelpfeng-Barcelona und B. Barrios, Ronde San Pedro 42. Unmittelbaren Abschlüssen wird widerstanden; auf Wunsch werden Vertreter benannt. Bei Ausführung der Bestellungen ist grösste Sorgfalt geboten. Der Lieferungszeitpunkt ist pünktlich einzuhalten. Gerichtliche Schritte sind zu vermeiden. Als Anwalt Daumas de Foxá, calle Ancha 13, empfohlen. Betrag von 5 Mk. für allgemeine Unkosten beifügen. Von der eingezogenen Summe behält der Anwalt bei Beträgen unter 500 Frcs. 25%, bei höheren Beträgen einen besonders festzusetzenden Betrag, bei zurückgewiesener Ware 15% des um 20% ermässigten Rechnungswertes. Er übernimmt nur ausser-

Lantanen.

Ein Wort zu deren Empfehlung.

Die Lantanen oder Wandelröschen, so benannt nach der Veränderlichkeit ihrer Blütenfärbung, gehören gerade nicht zu den häufig gesehenen Gruppenpflanzen. Dass sie dennoch, wenigstens zu Zeiten, schon beliebt gewesen sind und sie heute noch der Fall ist, dafür spricht die nicht gerade beschränkte Zahl von Spielarten, die sich sicherlich auf mehrere Dutzend beläuft, selbst von den wieder verschwundenen Sorten abgesehen. Die eigentlichen Stammsorten sind mit 2 bis 3 Ausnahmen kaum noch anzutreffen.

Dass die Lantanen, trotz guter Eigenschaften, nicht die Beliebtheit erlangt haben, wie etwa ein Heliotrop oder eine *Salvia splendens*, ist wohl in erster Linie darauf zurückzuführen, dass bestimmte, leuchtende Farben, die für Fernwirkung geeignet sind, in dem Sortiment nur vereinzelt vertreten sind. Auch der Wohlgeruch der Heliotrop geht ihnen ab, alle Teile der Pflanze haben sogar einen etwas aufdringlichen, stechenden Geruch, der aber nur bei der Berührung und aus nächster Nähe bemerkbar wird.

Trotz ihrer ausgesprochenen Blühwilligkeit bedingt die Pflanze einen hellen, sehr sonnigen Standort und etwas geschützte Lage, ja, sie ist sogar für heisse, sonnige und gleichzeitig trockene Lagen wie geschaffen. In dieser Beziehung verhalten sich die Lantanen genau wie ein *Pelargonium zonale*, haben aber den grossen Vorzug, dass ihre Blüten andauerndem Regen besser standhalten als jene. Es gibt also daran nichts zu putzen. Auch der niedrige Wuchs und die Willigkeit, sich ohne weiteres Zutun zu verzweigen, sind Eigenschaften, die man an einer Gruppenpflanze stets besonders schätzt.

Im Winter bedingen Lantanen einen hellen, trockenen Stand und verhalten sich etwa wie ein Heliotrop, womit sie in ihren kulturellen Eigenschaften überhaupt vieles gemeinsam haben. Im Sommer, beim Auspflanzen auf Beete, beachte man, dass ein allzu fetter Boden ihre Blühwilligkeit beeinträchtigt. Man gebe ihnen vielmehr eine abgelagerte, bereits benutzte, lockere Mistbeeteerde mit reichlichem Zusatz von verwittertem Lehm und halte die Beete genügend feucht. Das Einsenken mit den Töpfen (unter Verwendung nicht zu kleiner Stecklingstöpfe) ist sogar sehr zu empfehlen; solche Pflanzen geben auch gute Exemplare zur Ueberwinterung. Die Lantanen lassen sich ohne Mühe in Stammformen erziehen, nur sollten die Stämme nicht zu hoch sein; Kronenblümchen mit nur 30 bis 60 cm Stammhöhe sind bei der Gartenausstattung am besten zu verwerten. Höhere Stämme wirken steif, die aufrecht getragenen Blumen kommen nur von oben gesehen zur Geltung; es gibt allerdings auch Sorten und Arten von schlankerem, weniger aufrechtem Wuchs, z. B. *Lantana delicatissima* (syn. *L. salviaefolia*). Sie wird in England sogar zur Ausschmückung der Gewächshäuser während des Sommers benutzt, und dort nach Art von Schlingpflanzen an Dachsparren und Wänden mit Leichtigkeit emporgeleitet.

Bezüglich der Verwendbarkeit der Lantanen als Gruppenpflanzen, sagt ein ungenannter Verfasser in „Gard. Chron.“, dass in diesem Sommer, trotz der nasskalten Witterung in London im Juni und Juli, die Lantanen sehr reich geblüht hätten. Bei richtiger Sortenwahl und einiger Sorgfalt in der Anzucht und Vorkultur der Pflanzen entwickeln diese einen mehrere Monate währenden, ununterbrochenen Flor; sie können in dieser Hinsicht mit den Salvien und Knollenbegonien wetteifern.

Die Vermehrung aus Stecklingen ist ebenso

leicht zu bewirken, wie bei den Heliotrop und den Salvien; wer noch keinen Pflanzenbestand besitzt und auf Namensorten verzichten will, kann sich aus Samen genügend Vermehrungsmaterial heranziehen. Die Anzucht aus Samen macht nicht mehr Schwierigkeiten als wie etwa bei Coleus. Alle grösseren Samenhandlungen bieten Samen davon an. Was die Sortenunterschiede anbetrifft, so erstrecken sich diese, ausser auf die Blütenfärbung, besonders auf den Wuchs. Namentlich unter den neueren Varietäten sind besonders niedrig bleibende Sorten mehrfach vertreten.

Die Blütenfärbung wechselt in der Regel bei ein und derselben Spielart in mehreren Tönungen ab, wobei Weiss, Rosa, Gelb und Orange in allen Abstufungen am häufigsten vorkommen. Vereinzelt findet sich auch ein nach Braun und Purpur getöntes Rot. Nur wenige Sorten haben eine grössere Verbreitung erlangt.

Ein reichhaltiges Sortiment findet sich bei Wilhelm Pfeiffer-Stuttgart. Hieraus bilden die folgenden wieder eine engere Auswahl: *Chelsea Gem*, bräunlich scharlachrot, bernsteinfarben schattiert; *Cycliste*, lebhaft rosa, nach gelblich abändernd; *Fabiola*, eine der schönsten in Rosenrot, das helle, leicht nach Lila getönte Rosa ist bei dieser Sorte besonders rein; *Incendie*, feuer- bis orangefarben, nach karmesinrot abändernd; *Irene*, die beste reinweisse Sorte; *Ultima*, schwefelgelb, in tiefgelb übergehend. Alle genannten Sorten zeichnen sich durch niedrigen, gleichmässigen Wuchs aus. — Auch in dem bereits genannten Artikel in „The Gard. Chronicle“ wird eine beschränkte Auswahl der besten Arten gegeben. Hierunter befinden sich von den bereits oben genannten Sorten nur *Chelsea Gem* und *Incendie*. Sehr empfohlen wird auch *Non plus ultra*, gelb aufblühend, in rosenrot übergehend. — Schliesslich wird neuerdings von verschiedenen Firmen sowohl in

Samen wie in Pflanzen eine Zwergsorte, *L. Pic-tavi*, angeboten, die aus einer Kreuzung von *L. Sellowiana* mit einer älteren Zwergsorte hervorgegangen ist und sich durch straffen, aufrechten, dabei aber niedrigen Wuchs und schöne, rosenrote Blumen auszeichnet.

Ist die weitere Anpflanzung von Apfelbäumen zu empfehlen?

Die Durchführung einer Obstbaumzählung bereitet viel Schwierigkeiten und trotz sorgsamster Aufsicht und grösster Aufmerksamkeit leidet diese doch an unzuverlässigen Zahlen, da die Bevölkerung einer solchen Zählung zu gleichgültig gegenübersteht. Die letzte Obstbaumzählung vom Jahre 1900 krankt gleichfalls an diesem Uebelstande. Bei dieser Zählung sind in Deutschland rund 169 Millionen Obstbäume festgestellt worden; bestimmt kann angenommen werden, dass diese Zahl in Wirklichkeit bedeutend höher kommt und dass in Deutschland mehr Obstbäume angepflanzt sind. Auf 100 im Jahre 1900 gezählten Obstbäumen kamen 31 Apfel-, 15 Birnen-, 41 Pflaumen- und Zwetschen- und 13 Kirschbäume.

Nach dieser Aufstellung stehen die Apfelbäume an zweiter Stelle und werden nur von den Pflaumen- und Zwetschenbäumen an Zahl übertroffen. Die hohe Zahl der letzteren ist darauf zurückzuführen, dass der grösste Teil dieser Bäume durch Ausläufer entstanden ist. 31%, also fast $\frac{1}{3}$ aller Obstbäume sind Apfelbäume, die sich ziemlich gleichmässig über ganz Deutschland verteilen, wenn auch in einzelnen Gegenden die Anpflanzung des Apfelbaumes besonders vorherrscht. Speziell sind dies diejenigen Gebiete, in welchen die Herstellung von Apfelwein betrieben wird, so