

Anzeigenpreise: z. Zt. Petitzelle 45 Pf. (1 mm 15 Pf.) Platzvorschrift 10% Aufschlag. Die Aufnahme erfolgt in der nächsterreichbaren Nummer. — Reklamationen nur bis 8 Tage nach Erscheinen zulässig. — Belegexemplare nur auf Verlangen gegen Portobezug. — Für Fehler durch undeutliches Manuskript keine Haftung. Bei Einziehung durch Gericht od. l. Konkursverfahren fällt der berechn. Rabatt fort.

Bezugspreis Mark 2.— monatlich — Anzeigenannahme: Berlin SW 48, Friedrichstraße 16, neben der Gärtnermarkthalle. — Die Schleuderanzeigen sind von der Veröffentlichung ausgeschlossen. — Der Auftraggeber gibt durch die Aufgabe des Inserats sein Einverständnis ab, Preise unter der Schleuderpreisgrenze der Verbände wegzulassen. — Erfüllungsort Berlin-Mitte

Der Gartenbauwirtschaft

Berufsf. fändische Wirtschaftszweigung des deutschen Gartenbaus

HERAUSGEBER: REICHSVERBAND DES DEUTSCHEN GARTENBAUES EV. BERLIN NW 40 • VERLAG: GÄRTNERISCHE VERLAGS-GES. M. B. H. BERLIN SW 48

Nr. 7 | 41. Jahrgang der Verbandszeitung. | Berlin, Freitag, den 22. Januar 1926 | Erscheint Dienstage u. Freitage | Jahrg. 1926

Aus dem Inhalt: Aufforderung zur Mitarbeit. — Wohin steuern wir in der Handelspolitik? — Die Wirtschaftsverhandlungen mit Frankreich. — Durchführung des ermäßigten Erzeugnispreises? — und immer wieder Diamant! — Fragekasten. — Bekanntmachung. — Aus der Tagespresse. — Was ist eine Marktpflanze? — Marktrundschau. — Aus den Landesverbänden und Bezugsgruppen.

Ablauf- und Berufswerbung.

Nachdem die organisatorische Grundlage des Reichsverbandes gelegt worden ist und die Maßnahmen zur Förderung des Berufes und seiner wirtschaftlichen Stärkung von der Berufsvertretung dank fröhlicher Unterstützung aller Mitglieder eingeleitet sind, ergibt sich die Notwendigkeit, die selbsttätigen Arbeiten des Reichsverbandes in den einzelnen Bezirken praktisch nutzbar zu machen, den neuen, von der Volkswirtschaft gestellten Aufgaben den Boden vorzubereiten. Die Erfüllung zweier Aufgaben ist hierzu in allerhöchster Zeit notwendig:

1. die Durchdringung der breiten Öffentlichkeit mit gartenbauwirtschaftlichen Fragen wirtschaftlicher und technischer Art;
2. die Förderung des Absatzes gartenbauwirtschaftlicher Erzeugnisse. Absatz- und Berufswerbung werden die Aufmerksamkeit aller und die Aufmerksamkeit auch der kleinsten Kreise in hervorragendem Maße für sich beanspruchen müssen.

Schon lange ist von Führern des deutschen Gartenbaues — auch an dieser Stelle — auf die Erfüllung dieser beiden Aufgaben gedrungen worden. Manche sind gefragt worden, warum von der Berufsvertretung noch nicht mehr für die Werbung unseres Berufes getätigt worden sei. Betrachtet man aber die historische Entwicklung der Berufsvertretung des Gartenbaus im Vergleich zur Entwicklung anderer Berufsvertretungen, so wird jeder sofort verstehen, weshalb es nicht möglich ist, daß jeder selbständig vorgehen muß, daß die außerordentlich langsam voranschreitende Entwicklung bis 1920 einer gewissenmaßen sich überschneidenden Entwicklung nach dieser Zeit Platz gemacht hat. Ein Abbau an Aufgaben in dieser letzten Zeit, die alle nur bis zu einem gewissen Grade gelöst werden konnten, würde eine planmäßige Absatz- und Berufswerbung schon in den kleinsten Kreisen unmöglich machen. Bedeutet man ferner, daß Werbung jeder Art die organisierte Anwendung von Mitteln zur Massenbeeinflussung von Menschen ist, so wird man zugeben müssen, daß jeder Versuch einer wirkungsvollen Werbung vor Beendigung des Aufbaues der Berufsvertretung gescheitert wäre.

Die Durchdringung der breiten Öffentlichkeit mit gartenbauwirtschaftlichen Fragen jeder Art — das ist Berufswerbung — ist notwendig, wenn die Förderung des Berufes mit dem Ziel möglicher Befreiung des Inlandsmarktes von ausländischen gartenbauwirtschaftlichen Erzeugnissen erreicht werden soll. Wie denn je sind alle Berufe auf ein festes Echo ihrer Wünsche in der Bevölkerung angewiesen, wenn sie irgendeine die für sie unumgänglichen Maßnahmen bei den zuständigen Regierungsstellen erreichen wollen. Das gilt vom deutschen Gartenbau in ganz besonderem Maße. Die Erkenntnis der Notwendigkeit seiner Arbeiten im Dienste des Volksganzen bei den breitesten Massen der Bevölkerung wird allein in der Lage sein, die beginnende höhere Wertung des Berufes und seiner wirtschaftspolitischen Bedeutung bei den maßgebenden Stellen des Reiches und der Länder nicht nur zu erhalten, sondern auch zu vermindern. Erst dann, wenn die Berufspresse nicht mehr allein steht im Kampf um die Verbreitung und Erlangung lebenswichtiger Ansprüche, erst dann, wenn sich das Sprachrohr der breiten Öffentlichkeit, die große Tagespresse, mit den Fragen aller Zweige des deutschen Gartenbaues in dem Maße befaßt wie mit anderen Berufen, erst dann kann erwartet werden, daß die Maßnahmen unserer Berufsvertretung die notwendige Beachtung und Unterstützung finden. Hier liegt die Hauptaufgabe dessen, was im Rahmen einer Berufswerbung in der nächsten Zeit durchzuführen ist.

Ablaufwerbung ist unidirektionaler Charakter, unabweidbare Vorbedingung für die Entwicklungsmöglichkeit und den Erfolg eines jeden Erwerbszweiges, in höchstem Maße aber für den Gartenbau in allen seinen Zweigen. — bedingt durch die allgemeine Wirtschaftslage, bedingt aber vor allen Dingen durch die Eigenart unseres Berufes. In unseren Zeiten der wirtschaftlichen

Aufforderung zur Mitarbeit.

Um einen Überblick über die bestehenden gartenbauwirtschaftlichen Ein- und Verkaufsorganisationen (Genossenschaften, Aktiengesellschaften, Gesellschaften m. b. H.) zu bekommen, bitten wir diese hierdurch, uns für unser Archiv genaue Unterlagen über ihre Geschäftsart, i. B. Satzung, Registerauszug, Nachweis der Mitgliederzahl, Geschäftsjahre, etc. zu übersenden. Die Unterlagen sind uns bis zum 1. Februar 1926 zu übersenden. Die Unterlagen sind uns bis zum 1. Februar 1926 zu übersenden.

Deutsche Gartenbau Kredit A. G.

Der Vorstand: Dr. Heßke, Fachmann.

Kollaps aller Schichten des Volkes wird immer der Erwerbszweig zunächst am härtesten von der Absatzkrise betroffen, dessen Erzeugnisse nicht unabhängige Lebensnotwendigkeit sind oder wenigstens nicht als solche angesehen werden. Darum ist es auch unser Beruf, der mehr denn die meisten anderen Zweige des Erwerbslebens von der Absatzkrise erfaßt worden ist. Sie zu überwinden, ist eine der zwingendsten Aufgaben unserer Berufsvertretung. Verständnis und Unterstützung für das vom Gartenbau Geschaffene in dem Maße hervorzurufen, zu erhalten und zu vergrößern, gilt es im deutschen Gartenbau sowohl für den Blumen- und Pflanzenbau, für den Obst- und Gemüsebau, als auch für die Arbeiten des Gartengestalters. Das alles wird nur möglich sein, wenn es dem Berufe gelingt, durch planmäßige und ausdauernde Werbung in den breiten Schichten der Bevölkerung das Bedürfnis nach dem Verbrauch gartenbauwirtschaftlicher Erzeugnisse jeder Art zu erwecken. Wie das geschehen kann, dafür sind an dieser Stelle bereits beachtliche Vorschläge gemacht worden, davon sind die ganz kleinen Anfänge in den Broschüren: „Blumen im Heim“ und „Sonnengelächel deutsche Tomaten“ einige erfolgversprechende Beispiele; aber ganz abgesehen davon, können die organisierten Mittel wegen der Verschiedenartigkeit der gartenbauwirtschaftlichen Erzeugnisse und ihrer Verwendung im Rahmen dieser Abhandlung nicht erörtert werden. Sie müssen einer späteren Besprechung vorbehalten bleiben.

Und da allein planmäßiges Bemühen um die Erhaltung und Gewinnung von Kunden erfolgreich sein kann, da allein die organisatorische Anwendung von Mitteln zur Massenbeeinflussung im Sinne unseres Berufslebens einen dauernden Erfolg zeitigen kann, gilt es zunächst für diese Arbeiten auch die organisatorische Grundlage zu schaffen. Sie ist Vorbedingung. Daneben werden aber die für eine ausreichende Werbung zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel den Rahmen des zu bearbeitenden Gebietes abgeben.

In dreifacher Weise kann die Werbung organisiert und durchgeführt werden: als Zentralwerbung, als Gruppenwerbung, als Werbung eines jeden einzelnen Betriebshabers. Die letztere sei hier unberücksichtigt gelassen. Die Zentralwerbung wird erst dann einleiten können, wenn — natürlich durch Unterstützung von zentralen Stellen — durch die einzelnen Bezugsgruppen die notwendigen Vorarbeiten geleistet worden sind. Gerade auf dem Gebiete der Berufswerbung und Absatzwerbung bietet sich den Landesverbänden und Bezugsgruppen mehr als in anderen berufspolitischen Angelegenheiten ein dankbares Gebiet größter Auswirkungsmöglichkeit. Wenn die zur Verfügung stehenden Mittel an dieser Stelle richtig eingesetzt werden, ist zu erwarten, daß weite Kreise des Berufes recht bald die Wirkung und die Notwendigkeit der Werbung erkennen werden. Unberücksichtigt bleiben darf dabei aber nicht, daß Absatz- und Berufswerbung stets unter Berücksichtigung der in anderen Berufen gemachten Erfahrungen betrieben werden muß, so daß auch diese Arbeiten nicht einseitig, von einer Stelle aus geleiteten Richtlinien durchzuführen sind. Innerhalb dieser Richtlinien bietet sich der Auswirkungsmöglichkeit

anstelle, Hofsumme, eingezahltes Kapital usw. zur Verfügung zu stellen.

Wenn die Organisation der Wirtschaft im Gartenbau in den kommenden Jahren einer geordneten Entwicklung entgegengehen soll, bedarf es enger Zusammenarbeit.

Teil jedes einzelnen Spielraum genug, zumal ja auch die in den einzelnen Gebieten gemachten Erfahrungen an zentraler Stelle Verwendung finden werden.

Für die Wahl der technischen Mittel zur Durchführung einer ersten Werbung sind die finanziellen Mittel und die größtmögliche Erfolgssicherheit maßgebend. Bei der hier zu organisierenden zentralen und Gruppenwerbung sind die finanziellen Mittel zunächst bedingt durch die Beitragshöhe, wenn auch vielleicht die Erkenntnis von der Notwendigkeit einer ausreichenden Werbung die Aufstellung eines festen Werbebudgets in dem Bezugsgruppenkreis für die Zukunft erheben läßt. Bei der Werbung, welche technische Mittel am schnellsten und sichersten zu einem Erfolg führen kann, wird man sich für die Presse jeder Art als das zuerst zu wählende Mittel entscheiden. Neben der Macht und Bedeutung der Presse in unserem Zeitalter sind dem durch die organisierten Mittel (Text und Anzeigen) eine Beweglichkeit eigen, die kein anderes Werbemittel auch nur annähernd erreicht. Darum muß die Gewinnung der Presse unser erstes Ziel sein, um auf den so gemachten Erfahrungen und später schnellstens alle anderen Werbemittel nutzbar zu machen.

Zur Durchführung der hierzu in den Bezugsgruppen notwendigen Arbeiten ist vorgeschlagen, daß in jeder Bezugsgruppe je nach ihrer Ausdehnung entweder ein Mitglied als Pressewart oder ein kleiner Presseauschuss von höchstens drei Mitgliedern gewählt wird. Dabei kommt es darauf an, daß nur solche Personen gewählt werden, die bereits in Tätigkeit mit der Presse stehen oder von denen zu erwarten ist, daß sie eine enge Fühlungnahme mit der Tagespresse erreichen werden. Die Tätigkeit als Pressewart und als Mitglied im Presseauschuss wird in der kommenden Zeit stets eine der verantwortungsvollsten, schwerigsten und arbeitsreichsten sein, sie wird aber auch eine der dankbarsten sein für alle Mitglieder, denen Gehör des Berufsverbandes nicht nur eine Pflicht der Selbsterhaltung, sondern auch Dienst an der Gesamtheit bedeutet. Beteiligt ist in kurzer Zeit, so das Recht eines guten Werbedienstes über alle Teile des Reiches zu spannen, so wird durch die Anwendung und Ausnutzung aller sich bietenden Werbemittel die wirtschaftliche Stärkung des Gesamtberufes als feste Stütze unserer Volkswirtschaft erreicht werden können.

Wohin steuern wir in der Handelspolitik?

Wir haben in den letzten Monaten leider wiederholt Veranlassung gehabt, auf die unerwünschte Entwicklung der deutschen Handelspolitik, welche eine feste Zielsetzung vermissen läßt, hinzuweisen. Wir hatten verschiedentlich betont, wie bei der Zollneuregelung im August 1925 die Landwirtschaft einschließlich des Gartenbaues, des Weinbaus, der Forstwirtschaft und der Fischerei weit schlechter abgefunden wurde als die Industrie. Diese hatte schon in den ersten Nachkriegsjahren verstanden, die Industriezölle gewaltig zu erhöhen, ohne dabei die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu erwecken. Im August 1925 wurden die Industriezölle weiter erhöht, und zwar auch Agrarzölle eingeführt, welche sich aber hinsichtlich ihrer Höhe mit den Industriezöllen längst nicht messen konnten.

Die so entstandene Disparität hat dann durch die Handelsverträge eine ganz gemaltene Beeinträchtigung erfahren. Im großen und ganzen sind bei allen Handelsverträgen, die Deutschland in der letzten Zeit abgeschlossen hat, immer nur die agrarischen Erzeugnisse und insbesondere die Gartenbauprodukte in Mitleidenschaft gezogen worden. Auch die Industriezölle haben allerdings einige Verminderungen erfahren; aber der ihnen vertraglich zustehende Zollschutz liegt immer noch wesentlich über dem Marktpreisstand, während dies bei den agrarischen Produkten in der Regel nicht der Fall ist; auch sollte man in der Öffentlichkeit immer wieder darauf hinweisen, daß die Wirtschaft der Zölle auf tierische Erzeugnisse und besonders der Weinbau für Vieh durch das große zollfreie Getreidehochland in ihrer Wirkung von vornherein sehr stark beeinträchtigt worden ist.

Die wiederholten Klagen des Gartenbaus über die ihm zuzuführende Zurücksetzung haben bei den zuständigen Regierungsstellen leider keine gebührende Aufmerksamkeit gefunden. Im Gegenteil wird trotz aller dieser Hinweise auf die Gefährdung der Volkswirtschaft durch die Beeinträchtigung des deutschen Gartenbaus und der deutschen Landwirtschaft und trotz der staatspolitischen Folgen einer Auflockerung des weitgehenden Zollschutzes an dem in der letzten Zeit abgeschlossenen Wege festgehalten. Das neue Jahr 1926 wird wohl, wenn nicht noch Bänder geschleudert, den weitesten Kreisen des Gartenbaus und der Landwirtschaft die Verfolgung, ja sogar die Beeinträchtigung des jetzigen Zollschutzes vor Augen führen. Bei den Handelsverträgen, die man jetzt vorbereitet aber über die man bereits verhandelt, wird sichtbar an eine weitere erhebliche Beeinträchtigung der Agrarprodukte gedacht, aber die Rückkehrhaltung der Industriezölle.

Im Vordergrund des Interesses stehen jetzt die Verhandlungen mit Spanien und Frankreich. Beider die spanischen Forderungen ist die Öffentlichkeit unterrichtet. Auch ist bereits bekannt, daß die Verhandlungen Mitte Januar in Madrid wieder aufgenommen werden, wobei die Leitung der Verhandlungen der Deutschen Wirtschaftsgesellschaft für Ernährung und Landwirtschaft, des Reichswirtschaftsministeriums und des Reichsfinanzministeriums zur Seite stehen. Lieber Frankreich, mit dem Mitte Januar erste Verhandlungen über ein Protokoll beginnen, ist bisher noch weniger bekannt. Daher bemerken wir, daß die französische Landwirtschaft, und besonders der Gartenbau und der Weinbau, welche in allen politischen Parteien Frankreichs gut vertreten sind, einen heftigen Druck auf die französische Regierung ausüben, um Abzinsmöglichkeiten für ihre Produkte im Ausland zu schaffen. Insbesondere liegt den Franzosen daran, Blumen, Gemüse, Auberginen, Zucchini, Kürbisse, etc., zu erhalten, aber auch Datteln, Feigen und andere Exotische zu denselben Zollschutzes nach Deutschland zu importieren, die Deutschland anderen Ländern eingeräumt hat. Die Franzosen verlangen neuerdings also von Deutschland die Beibehaltung nur für bestimmte Agrarprodukte. Wie man der französischen Presse weiter entnehmen kann, liegt den Franzosen bei dem jetzt in Frage stehenden Protokoll nicht an der deutschen Wirtschaftsgesellschaft für Industrieerzeugnisse. Dies ist erklärlich, denn sonst seiner Institution kann Frankreich seine Industrieerzeugnisse trotz der deutschen Industriezölle nach Deutschland absetzen. In Paris ist es bereits, daß die deutschen Industriezölle eine wesentliche Ursache für die hohen Lebenshaltungskosten in Deutschland sind und für die hohen Produktionskosten der deutschen Landwirtschaft sind. Durch die deutschen Industriezölle ist der Produktionskostenunterschied zwischen dem deutschen Gartenbau, der deutschen Landwirtschaft und dem deutschen Weinbau gegenüber dem Auslande noch größer geworden, als er angesichts der natürlichen und der normalen wirtschaftlichen Voraussetzungen wäre.

Den Franzosen liegt an der Beibehaltung der für die landwirtschaftlichen Erzeugnisse, weil sie glauben, nur dann mit den italienischen, spanischen und anderen fremdländischen Produkten auf dem deutschen Markt konkurrieren zu können. Bei diesen Produkten wollen sie ihre ganze Kraft in den letzten handelspolitischen Verhandlungen konzentrieren. Als Gegenleistung bieten sie gemäß Mitteilungen der französischen Presse Deutschland die Beibehaltung der für bestimmte industrielle Erzeugnisse an, die entsprechend der französischen Liste gleichfalls in einer besonderen Liste aufgeführt werden sollen. Da Frankreich oder nicht anders, nach seiner derzeitigen Gesandtschaft Deutschland jetzt schon eine de jure-Beibehaltung einräumen zu können, so erst die französische Gesandtschaft entsprechend gebietet werden; Deutschland soll die Beibehaltung erst nach Ablauf von etwa 14 Monaten erhalten, während Frankreich

Handen! ... in gutem ... ist ... einem ... hühner's ... meinen ... werde ... 25. ... daß von ... Zustände ... unter im ... 26. ... nster! ... n ... hausbau ... Sa. ... doz. ... urg. ... cuoch. ... ssdam, Brassin- ... platz 10 ... 5,50 M, kg 1,40 M ... 10.— ... 2,50 ... 5,50 ... 1,40 ... desserto halblanze ... 35.— M, kg 8.— M ... 24. Pariser Markt, M. ... 4.— Saal, kg 30.— M. ... 1.— Lager Treib-Dvovaky ... 2,30 M, 100 g 20 M. ... 2,50 M, 100 g 22 M. ... auf Wunsch sofort ... gelbe, 800 bis 1000 ... bend, Zitr. 46.— M. ... umschälige ... rek'or der Haupt- ... wirtschaftskammer ... nahung ... schädlingstafeln ... reibungen von ... zenspritzen, ... f 4-000 Zeltung ... beziehen durch: ... Berlin NO 43 ... 1., Berlin SW 48.