

Anzeigenpreise: Die 7gespaltene mm-Zelle 20 Pf., die 4gespaltene Reklame-mm-Zelle im Text 40 Pf. — Reklamationen nur bis 8 Tage nach Erscheinen zulässig. — Belegexemplare nur auf Verlangen gegen Portoversatz. — Für Fehler durch undeutliches Manuskript keine Haftung. — Bei Einziehung durch Gericht od. i. Konkursverfahren fällt der berechn. Rabatt fort.

Bezugspreis Mark 1.— monatlich. — Anzeigenannahme: Berlin SW 48, Friedrichstr. 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-M.

# Der Gartenbauwirtschaft

Berufsständischer Wirtschaftsverband des Deutschen Gartenbauvereins  
Zentralblatt des Bundes der Deutschen Gartenbauvereine

HERAUSGEBER: REICHSVERBAND DES DEUTSCHEN GARTENBAUES E.V. BERLIN NW. 40 · VERLAG: GÄRTNERISCHE VERLAGS-GESELLSCHAFT M.B.H. BERLIN SW. 48

Nr. 95 | 42. Jahrgang der Verbandszeitung. | Berlin, Dienstag, den 29. November 1927 | Erscheint Dienstags u. Freitags | Jahrg. 1927

Aus dem Inhalt: Kundenwerbung. — Süd- und Mittelamerikas Stellung im Frischfruchthandel. — Die botanischen Pflanzennamen, ihre Entstehung, Umwandlung und praktische Bedeutung. — Berufs- und Wirtschaftsleben. — Aus den Landesverbänden und Bezirksgruppen. — Marktübersicht.

## Kundenwerbung.

### Ein wichtiges Gebiet der Gemeinschaftsarbeit unserer Bezirksgruppen.

Keine Berufsvertretung wird je in der Lage sein, die Wirtschaftslage eines Berufes grundlegend umzugestalten; aber sie kann die Gestaltung der Wirtschaftslage eines Berufes maßgeblich beeinflussen, wenn die Gemeinschaftsarbeit in ihrer Bedeutung für den Beruf nicht nur erkannt, sondern auch praktisch gelebt wird. Vielfach ist es aber so, daß man nur die Bedeutung des in der Spitzenvertretung zum Ausdruck kommenden gemeinsamen Willens des Berufes erkennt und der Spitzenvertretung dann auch die Arbeiten zuschiebt, die ohne Kenntnisse der örtlichen Verhältnisse nicht zu lösen sind. Die Spitzenvertretung wird aber immer in den großen Berufsfragen tätig sein können. Ihr kommt es zu, alle für den Gesamtberuf notwendigen Arbeiten durchzuführen und in erster Linie das zu leisten, was der Gesamtheit des Berufes zugutekommt. Aufgabe der Unterverbände eines großen Berufsverbandes muß es jedoch sein, auch solche Arbeiten durchzuführen zu versuchen, die dem einzelnen Mitgliede unmittelbar zugutekommen.

Eines der wichtigsten Gebiete ist gerade jetzt die gemeinsame Absatzwerbung. Immer mehr gehen die Berufsverbände der verschiedensten Art dazu über, durch eine gemeinsame Absatzwerbung nicht nur die Aufkosten des einzelnen Betriebes für Kellame herabzusetzen, sondern auch eine größere und umfangreichere Werbung durchführen zu können. Es muß immer und immer wieder betont werden, daß die Ergebnisse unserer Berufsverbände der Kellame anderer Erzeugnisse solange vollkommen in den Hintergrund gedrängt werden können, wie sich unsere Betriebe nicht zusammenfinden, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher in verstärkter Weise auch auf gartenbauliche Erzeugnisse zu lenken. Solange die Kaufkraft des deutschen Volkes den Vorkriegsstandpunkt noch nicht erreicht hat, solange wird sie zunächst zur Deckung des Bedarfs an lebensnotwendigen Dingen verwendet werden; die dabei freibleibende Kaufkraft wird immer zur Befriedigung solcher Bedürfnisse verwendet, die durch geschickte Kellame in dem Verbraucher geweckt worden sind. Diese Notwendigkeit der verstärkten Absatzwerbung haben andere Berufsgruppen seit langem in die Tat umgesetzt. Es sei nur an die Werbung der Gasfaktoren unter dem Stichwort: „Der aufmerksame Ehemann“ erinnert oder an die Werbung des Fruchtgroßhandels unter dem Stichwort: „Eßt mehr Früchte und Ihr bleibt gesund“ oder an die Werbung der Feinstoffkaufleute unter dem Titel: „Der gutgebedete Tisch“.

Hier und da machen sich unter dem Druck der Wirtschaftslage Anfänge einer derartigen gemeinsamen Werbung auch im Gartenbau bemerkbar, wenn auch erst in den allerersten Anfängen. Die Bezirksgruppe Freiberg i. Sa. bewilligt bereits seit Jahren ihrem Pressewart Mittel zur Anzeigenwerbung; die Bezirksgruppe Frankfurt a. d. O. erhebt einen recht ansehnlichen Beitrag für diesen Zweck. Aus Köln wurde jetzt mitgeteilt, daß zum Allerletzten eine gemeinsame Anzeigenwerbung der Bezirksgruppen in der Tagespresse durchgeführt werden soll. Wir sind leider über die Arbeiten der Bezirksgruppen auf diesem Gebiete nur ungenügend durch die Pressewart unterrichtet worden, so daß damit zu rechnen ist, daß auch noch andere als die vorstehend aufgeführten Bezirksgruppen eine derartige Gemeinschaftswerbung durchführen werden. Inzwischen geht die Beteiligung über die ersten Anfänge nicht hinaus und die Kellame wird nutzlos verpuffen, wenn sie in den Anfängen stecken bleibt. Denn gerade bei

der Kellame kommt es darauf an, dem Verbraucher immer und immer wieder das vor Augen zu führen, was wir zu verkaufen wünschen. Planmäßige und dauernde Beeinflussung der Verbraucher allein kann schließlich zum Erfolg führen. Diese dauernde und planmäßige Beeinflussung der Verbraucher, die wir Kundenwerbung nennen, ist um so notwendiger, je schlechter die wirtschaftliche Lage ist; alle für sie aufgewendeten Mittel werden gut angelegt sein. Es dürfte daher eine dankenswerte Aufgabe unserer Bezirksgruppen sein, in den Winterverfammlungen über die Möglichkeiten einer gemeinsamen Absatzwerbung zu beraten und einen Kellameplan aufzustellen. Wo in einer Bezirksgruppe die Mitgliederzahl zu gering ist, um erfolgreich tätig sein zu können, wird man versuchen müssen, mit Nachbargruppen die Möglichkeiten einer gemeinsamen Absatzwerbung zu erwägen. Diejenigen Bezirksgruppen, die die Absatzwerbung kostenlos in den Dienst der Gemeinschaftsarbeit zu stellen vermögen, werden den Mitgliedern nicht zu unterschätzende Dienste leisten und an hervorragender Stelle zur Besserung der Wirtschaftslage mit beitragen können. Sie werden aber auch am ehesten in der Lage sein, die Aufkosten für die Gemeinschaftsarbeit zu gewinnen, wenn versucht wird — wie es die Ortsgruppe Berlin des Reichsverbandes deutscher Feinstoffkaufleute jetzt tut —, die Verbraucher anzuregen, beim Einkauf die Mitglieder der Organisation besonders zu berücksichtigen.

Daß in allen diesen Fällen angestrebt werden muß, mit den Bezirksgruppen des Reichsverbandes deutscher Blumen- und Pflanzenzüchter zusammenarbeiten, haben wir wiederholt betont. Je breiter die Grundlage, um so größer die Auswirkungsmöglichkeit. Schon zum Weihnachtsfest dürfte unter den unzähligen Anforderungen, die an die Verbraucher ergehen, auf keinen Fall die der Blumen- und Pflanzenzüchter und der Blumen- und Pflanzenhändler zu vergessen. „Schonk Blumen“ sollte die Aufforderung sein, die zum Weihnachtsfest überall an die Kauf- und gebefreudigen Menschen ergeht. Die Gemeinschaftsarbeit findet hier ein dankbares Betätigungsfeld. So.

## Die Genossenschaft als Trägerin gärtnerischer Absatzwerbung.

Es wäre verfehlt, den langsam erstarbenden Genossenschaftsgeanken im deutschen Gartenbau dadurch zu schwächen, daß den Genossenschaften Aufgaben übertragen werden, die eine so erhebliche Belastung mit sich bringen, wie das bei einer allen Anforderungen gerechtwerdenden Absatzwerbung der Fall sein würde. Die Betätigung auf diesem Gebiete wird aber sicherlich einmal eine nicht unwesentliche Auswirkung der genossenschaftlichen Arbeit sein, besonders dann, wenn durch fortschreitende Standardisierung der gartenbaulichen Produkte die Kellame erleichtert wird.

Daß sich aber auch jetzt schon die Möglichkeit bietet, durch die Genossenschaften in geeigneter Weise für den Absatz gartenbaulicher Erzeugnisse Propaganda zu machen, zeigt die Beteiligung der

### Gemüse-Verwertungs-Genossenschaft e. G. m. b. H. Breslau

auf der Breslauer Hotel- und Gastwirtschaftsmesse. Eine bezahlte kleine Ausstellung erfordert keinen allzu großen Kostenaufwand und ist doch geeignet, unmittelbar an die Verbraucher unserer Erzeugnisse heranzukommen und ihnen die Leistungsfähigkeit des deutschen Gartenbaues vor Augen zu führen. Das Beispiel der Gemüse-Verwertungs-Genossenschaft e. G. m. b. H. Breslau gibt vielleicht Anregung dazu, der gärtnerischen Absatzwerbung in dem zunächst möglichen Rahmen auch durch die Genossenschaften besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

### Kredit-Genossenschaft des Ostpreussischen Erwerbsgartenbaues, e. G. m. b. H., zu Königsberg i. Pr.

Im Einvernehmen mit den einzelnen Bezirksgruppen des Landesverbandes Ostpreußen im Reichsverband des deutschen Gartenbaues e. V., Berlin, ist die Gründung der Kredit-Genossenschaft des Ostpreussischen Erwerbsgartenbaues, e. G. m. b. H., zu Königsberg (Pr.) am 24. Oktober 1927 erfolgt. Vorstehende Genossenschaft ist beizutreten dem Verband landwirtschaftlicher Genossenschaften für Ostpreußen, im Reichsverband der Deutschen landwirtschaftlichen Genossenschaften Berlin.

Laut § 2 ist der Gegenstand des Unternehmens Beschaffung billiger Kredite, besonders aus Staatsmitteln, zur Förderung des Frischgemüsebaues unter Glas in Ostpreußen sowie der Verkauf gartenbaulicher Erzeugnisse.

Demgemäß werden die Kredite nur an solche Betriebe weitergeleitet, welche sich die Förderung des Frischgemüsebaues in Ostpreußen zum Ziele gesetzt haben.

Die Sicherstellung erfolgt durch gute Bürgschaften, Hypothekeneintragungen, Bestellung von Kautionen oder Hinterlegung von Wertpapieren. Ferner ist bestimmt, daß die Darlehenssumme immer das Doppelte des geforderten Kredites betragen muß.

## Dr. Schacht und die Wirtschaft.

In Bochum sprach am 18. November d. J. Reichsbankpräsident Dr. Schacht über das Thema: „Eigene oder geborgte Währung?“

Seine sachlichen und nüchternen Ausführungen über die auf den Reparationsverpflichtungen für Deutschland beruhende wirtschaftliche Lage, die u. a. eine außergewöhnlich scharfe Kritik an der öffentlichen Finanzwirtschaft einschloffen, führten zu dem Schluß, daß aus Gründen der Erhaltung der deutschen Währung und der Förderung der deutschen Wirtschaft die übermäßige Aufnahme von Auslandskrediten vermieden werden muß, da durch sie der Devisenbedarf über das wirtschaftlich gebotene Maß hinaus erhöht wird. Augenblicklich besteht bereits eine Zahlungsverpflichtung von einigen Milliarden (davon  $\frac{1}{4}$  Milliarden für Kreditzinsen, 1 Milliarde für Reparationen, 2 Milliarden zur Abdeckung des Einfuhrüberschusses der ersten neun Monate von 1927). Zur Aufrechterhaltung der Währung ist weiter Begrenzung des Notenumlaufes erforderlich. Dieses Erfordernis bedingt entweder Begrenzung des Umlaufes von Anleihebevisen durch die Reichsbank, d. h. Unterbindung der Auslandsverschuldung oder Einschränkung des Wechselverkehrs, z. B. durch weitere Diskontierungshöhen. Dieses System hat natürlich einmal ein Ende, und dieses Ende muß durch verantwortungsvolle Kreditaufnahme (namentlich durch die öffentliche Hand) vorsehnlich nahen. Die weitere Auslandsverschuldung ist demnach beschränkt, sie muß durch heimische Kapitalbildung, d. h. gesteigerte Produktionsleistung und Sparen ersetzt werden. Die Produktionssteigerung kann in einer Vermehrung der Ausfuhr (von Industrieerzeugnissen) oder in einer Verminderung der Einfuhr (z. B. von Lebensmitteln) bestehen. Ein Land, das wie Deutschland die Ausfuhr steigern will, kann aber nach Ansicht Dr. Schachts nicht Schutzpolitik treiben. Nur wenn die Zölle fallen, dann ist uns zu helfen. Dr. Sch.

Die Ausführungen Dr. Schachts zur Schutzfrage haben einem unserer Mitarbeiter zur Abfassung des nachfolgenden Berichtes Veranlassung gegeben.

### Herr Reichsbankpräsident Dr. Schacht.

Sie wissen gut, wie man den Taler macht und mit ihm handelt und einen in zwei verwandelt, und Ihre färsprechlich Wiederaufbauwort vom Reichsbanken und von den Sorgen, die ein Land sich ausläßt mit Wirtschaftsvorgängen — Gut ab — das war am rechten Ort!

Ihr Zollwort aber vom Freiheitsbetrieb ist uns nicht lieb! Als wir in bitterster Not gesehen, die Schaffer fürs Vaterland uns starben uns Haus und Kulturen verdarben, da haben die andern sich satzgefressen, sind stark geworden an Gut und Gewerke. Aus unserem Glend wuchs ihre Stärke!

Die nun auf uns Schwache loszulassen, das will uns nicht passen! Da wird Ihr Freiheitsprinzip zum Peitschenhieb auf unsere trümmerschafften Rücken und neues Bedrücken für die, die zur Freiheit Sie führen wollen. Drum mit der vollen schrankenbesetzten Zollpolitik warten Sie mal noch 'nen Augenblick, bis unsre moreschen Häuser gestickt, das Beutelchen ein wenig angeblüht und den andern wir halbwegs ährlich geworden. Denn vorher, Herr Doktor, war Ihr Beginnen nicht Heilung, sondern Bluterrinnen, hieße: uns handelspolitisch errotten. — Hand aufs Herz: das wollen Sie nicht!

Also vertraut und spricht als Feind der Verheerung, im übrigen voller Verehrung für das, was von Ihren Lippen rann,

Ihr

Karzig Poeticus Berjemann.

## Süd- und Mittelamerikas Stellung im Frischfruchthandel.

Von Privatdozent Dr. Kurt Ritter in Berlin.

Die fortwährend wachsende Bedeutung, welche die Gartenbauprodukte im internationalen Handel auszeichnen, macht sich auch im Außenhandel der lateinamerikanischen Staaten seit dem Kriege in härtestem Maße geltend. Deutschland wird durch die Steigerung der Exportmöglichkeiten von Bananen besonders betroffen. Kolumbien ist das Land, welches vor allen Dingen Deutschland mit dieser Südfucht versorgt. Man geht jedoch fehl, wenn man glaubt, daß die weltwirtschaftliche Bedeutung jener Länder sich aus den gegenwärtigen Außenhandelsziffern in vollem Umfang ermitteln läßt. Alles ist dort noch im Werden. Fortbauern werden in den üppigen Gebieten der amerikanischen Subtropen und Tropen neue Produktionsanlagen geschaffen, welche nicht nur der Versorgung der wachsenden heimischen Bevölkerung, für welche Obst ein wichtiges Nahrungsmittel darstellt — sondern auch dem Export dienen sollen. Neben Kolumbien sind es vor allen Dingen einige der mittelamerikanischen Staaten sowie der westindischen Inseln, die durch ihre Bananenausfuhr hervortreten. Kolumbien ist überdies keineswegs der wichtigste Exporteur; auf dem deutschen Markt freilich tritt es als Hauptversorger in Erscheinung, aber der große Bananen-Import der Vereinigten Staaten stammt nur zu einem geringen Teil dorther. 14 Millionen Bushel bezogen die Vereinigten Staaten 1926 aus Jamaika, 13 Millionen aus Honduras, etwa je 6 Millionen aus Guatemala und Costa Rica, je 5 Millionen aus Mexiko und Panama,

**Betten Schaefer Berlin C**  
Abteilung I: Bettfedernabrieb. Stadtbahnvorhalle  
Bettfedern, Daunee, fertige Betten, Bettelatte, Bettwäsche, Mandarinen-Daunen, 3-4 Pfd. zum Deckbett, Ptd. 7,50 M.  
Abteilung II: Metallbettstellen, Polstermatratzen.  
Abteilung III: Daunee- u. Steppdeckenabrieb.  
Kataloge kostenfrei.

je 3 Millionen aus Kuba und Nicaragua, 2 Millionen aus Kolumbien und 1 Million aus anderen Ländern.

Wie bei zahlreichen anderen Erzeugnissen bestehen auch im Außenhandel der lateinamerikanischen Staaten mit Frischobst sehr lebhaft Beziehungen zum germanischen Nordamerika; Europa ist keineswegs der Erdbel, der den süd- und mittelamerikanischen Außenhandel mit Gartenbauerzeugnissen beherrscht. Besonders Mittelamerika einschließlich Westindiens ist bei dem Absatz seiner Produkte in hervorragendem Maße auf die Nordamerikanische Union, in geringerem Umfang auf Kanada angewiesen. Neben den Bananen sind es unter den Frischobstarten vor allen Dingen Ananas, Grapefruit, Apfelsinen und Weintrauben, daneben in bescheidenem Maße Pfäumen, Birnen, Kirichen, Melonen und andere Früchte. — Mexiko besitzt als Exporteur von Bananen, Apfelsinen und Zitronen Bedeutung; Zitrusfrüchte verlandet es nach Kanada. — Jamaika exportiert außer Bananen auch Apfelsinen und Grapefruit; die Vereinigten Staaten sind der Hauptkäufer. Neuerdings entwickelt sich auch ein Export von Zitrusfrüchten. — Unter den westindischen Inseln sind ferner Trinidad und Tabago als Apfelsinenausfuhrländer zu erwähnen. — Die Insel Dominica liefert Zitronen. — Vor allem aber ragt unter den westindischen Inseln Kuba hervor. Seine Hauptausfuhrware ist Ananas, die von den Vereinigten Staaten in großen Mengen bezogen wird. Grapefruit sind außer den schon erwähnten Bananen gleichfalls recht bedeutungsvoll. Die Hauptproduktion von Grapefruit entfällt auf die Isle of Pines, woselbst die Früchte vier bis sechs Wochen eher reifen als in Florida und dadurch also auf dem nordamerikanischen Markt einen bemerkenswerten Vorprung besitzen. — Porto Rico ist gleichfalls sehr wichtig; Grapefruit, Ananas und Apfelsinen werden von dort nicht nur dem nordamerikanischen Markt, sondern in bemerkenswerten Mengen auch England zugeführt.

### Eine feste Verglasung nur bei Verwendung

mehrer verzinkt. Stifthalte. Neue verbess. Ausführung! 1 kg (ca. 2000 St.) 2,80 M. Grillo

für Frühfenster 100 St. mit je 2 Splinten 10 M. Hersteller: K. Marlin Seidel, Leipzig C, jetzt: Brüderstraße 16.

## Ein Urteil von vielen gleicher Art:

Die Gärtnerlehranstalt u. der Provinzialgarten der Landwirtschaftskammer für die Mark Brandenburg zu Wittstock (Dosse) schreibt:

„Der Paka-Reihenzieher hat sich als ein sehr zweckmäßiges Gerät erwiesen, dessen Verwendung sowohl im freien Lande wie im Mistbeet zum Aufziehen von Saatrillen und Pflanzreihen zu empfehlen ist. Es gibt kein anderes Gerät, m. d. sich auf bequeme Weise eine so schnelle u. saubere Arbeit vollbringen läßt.“

Rechtzeitige Lieferung für die Frühbestellung nur bei Bestellung bis Ende Dezember gewährleistet.

Man verlange Prospekt, auch über die Stangenauflistung ohne Einstecken in die Erde.

Paka-Reihenzieher-Vertrieb, P. Koerber, Berlin W 62, Lützowstr. 29