

HANDELSBLATT

für den
DEUTSCHEN GARTENBAU
und die
mit ihm verwandten Zweige.

No. 51.

Rixdorf-Berlin, den 18. Dezember 1909.

XXIV. Jahrgang.

Eigentum des Verbandes der Handelsgärtner Deutschlands. Organ des Gartenbau-Verbandes für das Königreich Sachsen, herausgegeben unter Mitwirkung der hervorragendsten Fachmänner des In- und Auslandes.

Das „Handelsblatt für den deutschen Gartenbau“ usw. erscheint am Sonnabend jeder Woche.
Abonnementspreis für Nicht-Verbandsmitglieder in Deutschland und Oesterreich-Ungarn pro Jahrgang 8 Mk. 50 Pf., für das übrige Ausland 10 Mk., für Verbands-Mitglieder kostenlos.

Verantwortlicher Redakteur: F. Johs. Beckmann in Rixdorf-Berlin, Generalsekretär des Verbandes der Handelsgärtner Deutschlands.
Verlag: Verband der Handelsgärtner Deutschlands, eingetragen auf Seite 179, Band IV des Genossenschaftsregisters des Königl. Amtsgerichts zu Leipzig.



Die verehrlichen Mitglieder des Verbandes werden dringend gebeten, bei Aufgabe von Inseraten ihr eigenes Organ zu berücksichtigen und beim Bezug von im Handelsblatt angebotenen Artikeln sich auf das Handelsblatt zu beziehen.



Bekanntmachung.

Hauptversammlung 1910 betreffend.

Die nächstjährige 26. ordentliche Hauptversammlung und die mit dieser verbundene Ausschusssitzung finden in den Tagen vom 23. bis 25. Februar in Berlin statt. Anträge für den Ausschuss, welche in dessen Sitzung zur Beschlussfassung gelangen sollen, müssen mindestens 4 Wochen vor der Versammlung, also spätestens bis zum 25. Januar 1910, bei dem Vorsitzenden des Verbandes eingereicht werden.

Allen Anträgen ist eine Begründung beizufügen. Nach einem Beschluss des Ausschusses vom Dezember d. J. haben antragstellende Mitglieder das Recht, ihre Anträge in der Ausschusssitzung selbst zu vertreten. Die Gewährung von Reise- und Tagegeldern an solche Mitglieder ist jedoch ausgeschlossen.

Der Vorstand des Verbandes der Handelsgärtner Deutschlands

Max Ziegenbalg, Vorsitzender.

Das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb.

Von Justizrat W. Hartwich in Berlin.

(Fortsetzung.)

Reklame ist im Geschäftsleben ein fast unentbehrliches Mittel zur Anwerbung von Kundschaft geworden. Wer sich einen grösseren Kundenkreis erringen, seinen Waren schnellen Absatz verschaffen will, muss sich fast stets der Reklame bedienen, weil das Publikum meist Angebote, die die Beschaffenheit der Ware oder die Billigkeit der Preise anpreisen, solchen vorzieht, die einfach eine Ware zu einem bestimmten Preise oder gar ohne solchen ankündigen. Das erklärt sich wohl daraus, dass bei der grossen Menge von Bedürfnissen, die jedermann zu befriedigen hat, der Käufer meist kein eigenes Urteil über die Beschaffenheit einer Ware und über ihren Preis

hat und daher genötigt ist, den Angaben der Verkäufer Vertrauen zu schenken. Anpreisungen, deren Angaben wahr sind, haben nichts tadelnswertes, sondern sind geradezu notwendig, da sich sonst die grosse Masse des Publikums oft nur schwer oder gar nicht über die beste Art, einzukaufen, informieren kann und sich vom Zufall leiten lassen müsste.

Die ehrliche, anständige Reklame soll durch das Gesetz nicht beseitigt, ihr sollen keine Hindernisse in den Weg gelegt, nur die unehrliche, schwindelhafte Reklame soll getroffen und wenn möglich beseitigt werden. Es ist jedem Gewerbetreibenden unbenommen, richtige, wahrheitsgetreue Angaben über seine Waren und ihren Preis zu machen und zu verbreiten. Wenn die zum Verkauf gestellten Pflanzen, Blumen und Früchte gut und preiswert sind, so verdient sich der Gärtner noch den Dank der Käufer, dass er es ihnen durch seine Reklame ermöglicht hat, ihn aufzusuchen, während sie sonst keine Kenntnis von seinen Angeboten