Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/1 Seite 200,— RM. 1/100 Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis × Multiplikator 1½)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: A 7 Dönhoff 2425, 2426, 2427

Uhren-, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 9, Jahrgang 58 ★ Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 ★ 24. Februar 1934

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten ★ Nachdruck verboten

Das Gütezeichen „Laurin" und der Facheinzelhandel

Von Dr. jur. v. Uckermann, Verbandsdirektor des Verbandes der Grossisten des Edelmetallgewerbes e. V.

Die Fachzeitungen der Uhrmacher und Juweliere haben in den beiden letzten Wochen die Anzeige über das Gütezeichen „Laurin" veröffentlicht, die in den kommenden Wochen in vierfacher Aufeinanderfolge in der „Berliner Illustrirten Zeitung" und im „Illustrierten Beobachter", also in Blättern mit einem Leserkreis von wohl insgesamt vier Millionen Personen, veröffentlicht werden wird.

Inzwischen werden den Facheinzelhändlern von den Grossisten die Werbemittel wie Schaufensterplakate, Aufstellschilder, Farbenpostkarten, Einzelangaben über das Gütezeichen „Laurin" zugegangen sein, und es ist die Zeit gekommen, in der zusammen mit der Anzeigenwerbung des Grossisten-Verbandes in den illustrierten Zeitungen die Umstellung des Schaufensters der Uhrmacher und Juweliere auf das Gütezeichen „Laurin" erfolgen muß, denn nur dann wird das kaufende Publikum auf die mit dem Gütezeichen versehene Ware aufmerksam, wenn es hierüber nicht nur die Anzeige in der illustrierten Presse sieht, sondern „Laurin"-Ware auch wirklich im Schaufenster findet.

Damit nun diese Werbung im eigensten Interesse des Facheinzelhandels von diesem tatkräftig durchgeführt werden kann, führe ich nachstehend noch einmal alles für den Facheinzelhandel Wissenswerte über „Laurin" an:

Zweck der Schaffung des Gütezeichens „Laurin" durch den Grossisten-Verband ist die Pflege der Wahrheit und Ehrlichkeit im Gewerbe, die heute im Vordergrund aller wirtschaftlichen Tätigkeit steht und eine möglichst enge Zusammenarbeit von Industrie, Groß- und Einzelhandel erfordert. Das Gütezeichen „Laurin" ist nicht etwa deswegen auf den Namen des Verbandes der Grossisten des Edelmetallgewerbes e. V. eingetragen worden, weil es eine ausgesprochene Großhandelsmarke mit Kampfcharakter gegenüber den anderen Wirtschaftsgruppen darstellen soll; im Gegenteil fühlt sich der Großhandel mit der Schaffung des Gütezeichens als Treuhänder für das gesamte Fach, das nur ein Interesse daran haben kann, daß auf die Dauer das Fachgeschäft wieder kaufkräftig wird. Nur dadurch werden zum Nutzen des gesamten Faches alle diejenigen Mißstände beseitigt, welche die kaufmännische Betätigung des Fachgeschäftes im Zusammenhang mit den billigen Preislagen im Warenhaus, in den Basaren, der immer mehr zunehmenden Betätigung der Versandhäuser und dergleichen in den letzten Jahren erheblich gehemmt haben. Das Gütezeichen „Laurin" soll das gesamte Fach in dem Bestreben vereinigen, die Industrieware mehr denn je ausschließlich dem Fachgeschäft zuzuleiten und sich auf dessen besondere Bevorzugung endlich umzustellen.

In diesem Sinne ist „Laurin" auch kein ausgesprochenes Qualitätszeichen. Es ist ein Gütezeichen, das nach unten die Ware im Fachgeschäft von den billigsten Preislagen im Warenhaus und in den Basaren abhebt und dies durch die Form des Gütezeichens, das an den Waren des Fachgeschäftes angebracht wird, nach außen hin gegenüber dem kaufenden Publikum zum Ausdruck bringt.

Das Etikett für das Gütezeichen „Laurin" ist in zweifacher Ausfertigung und zwar „Laurin"-Gold-Etikett für stempelfähige Ware und „Laurin"-Silber-Etikett für nichtstempelfähige Ware herausgebracht worden. Es wird an einzelnen Qualitäten angebracht, für die vom Grossisten-Verband erstmalig Normungsvorschriften aufgestellt worden sind. Nach diesen kann das Etikett angebracht werden: 1. an sämtlichen mit dem Feingehalts-Stempel versehenen Waren (Gold, Silber, Goldfront), 2. an Doublé-Ware von Amerik.-Doublé an in allen Qualitäten aufwärts, 3. an Alpaka-Zigaretten-Etuis, soweit sie innen echt vergoldet sind (Alpaka-Zigaretten-Etuis mit Spritzvergoldung dürfen nicht etikettiert werden). 4. Es muß ganz streng darauf geachtet werden, daß die Qualitäten: vergoldet, elektroplattiert, versilbert, Alpaka, Chrom und Platinin keinesfalls das Gütezeichen des „Laurin"-Etiketts erhalten.

Voraussetzung für die Verwendung des Gütezeichens ist, daß unbeschadet der obigen Einteilung folgende Mindestverkaufspreise des Grossisten erreicht werden müssen:

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19340000/117