

| | |
|--|---------|
| in Doublé und Silber, kein Artikel unter | 1,— RM |
| Ringe in Gold 333/— mindestens | 3,50 RM |
| Ringe in Gold 585/— mindestens | 8,— RM |
| Boutons in Gold 333/— mindestens | 2,— RM |
| Boutons in Gold 585/— mindestens | 3,— RM |
| sonstige Ohrringe 333/— mindestens | 3,— RM |
| sonstige Ohrringe 585/— mindestens | 4,— RM |
| Broschetten in Gold 333/— mindestens | 3,— RM |
| Broschetten in Gold 585/— mindestens | 4,— RM |
| Anhänger in Gold 333/— mindestens | 3,— RM |
| Anhänger in Gold 585/— mindestens | 4,— RM |
| Krawattennadeln in Gold 333/— mindestens | 3,— RM |
| Krawattennadeln in Gold 585/— mindestens | 4,— RM |
| alle sonstigen Bijouterieartikel in Gold 333/— mindestens | 4,— RM |
| alle sonstigen Bijouterieartikel in Gold 585/— mindestens | 6,— RM |

Panzer- und Ankerware muß gelötet sein, ohne Preisgrenze.
Charnierringe werden einstweilen nicht etikettiert.

Diese Vorschriften für die Verwendung der „Laurin“-Etiketten gelten auch für die Etikettierung der Lagerware des Einzelhandels, der sicher den dringenden Wunsch haben wird, seine Lagerbestände, soweit sie den Anforderungen des Gütezeichens entsprechen, ebenfalls mit dem „Laurin“-Etikett zu versehen. Hierfür sind zwecks schneller Bedienung des Facheinzelhandels vom Grossisten-Verband besondere gedruckte Anweisungen herausgegeben worden, die alle Einzelheiten enthalten, und die sich die Facheinzelhändler bei ihren Vorlieferanten, den Grossisten, verschaffen können.

Die Normungsvorschriften des Grossisten-Verbandes stellen — dies sei ausdrücklich hervorgehoben — nur einen Anfang dar. Kam es doch darauf an, im Interesse des gesamten Faches das Gütezeichen „Laurin“ zunächst einmal herauszubringen und damit den Kampf für das Fachgeschäft gegen das Warenhaus, die Basare und die Versandhäuser schnell aufzunehmen. Ich führte aber schon weiter oben aus, daß die Verwendung des Gütezeichens „Laurin“ nur nach unten, in bezug auf die in das Fachgeschäft gelangenden Waren, gegenüber dem Warenhaus und den Basaren abgegrenzt ist. Nach oben, also nach der echten Ware hin, besteht dagegen nur eine Abgrenzung in der Richtung, daß es sich um einen Gegenstand handelt, der in bezug auf Material und Gebrauchswert das hält, was das Fachgeschäft dem Käufer verspricht. Es liegt nun auf der Hand, daß das Gütezeichen „Laurin“ in den kommenden Jahren sich dann zu einem solchen für das Gesamtfach auswirken wird, wenn die bisherigen Qualitätsvorschriften, die an die Etikettierung geknüpft sind, weiter ausgebaut und vor allem im Interesse des Facheinzelhandels verschärft werden. Weil es sich hier um eine Arbeit für das gesamte Fach handelt, hat der Verband der Grossisten des Edelmetallgewerbes e. V. alle Gruppen des Edelmetallgewerbes, vor allem den Reichsverband Deutscher Juweliere, Gold- und Silberschmiede, den Zentralverband der Deutschen Uhrmacher und auch die Industrie, eingeladen, in den Werbe- und Normenausschuß einzutreten, damit bei der Vervollständigung der Qualitätsvorschriften auch die Erfahrungen des Faches, die man im Facheinzelhandel und in der Industrie gesammelt hat, für die Folgezeit genügend berücksichtigt werden.

Es ist überaus erfreulich, daß sich dem Rufe des Grossisten-Verbandes zur gemeinsamen Zusammenarbeit unter dem Gütezeichen „Laurin“ im Interesse des Fachgeschäftes die übrigen Wirtschaftsgruppen nicht verschlossen haben. Auf Grund der vor einigen Tagen gepflogenen Verhandlungen steht heute fest, daß der Reichsverband Deutscher Juweliere, Gold- und Silberschmiede und der Zentral-

verband der Deutschen Uhrmacher geschlossen hinter dem Gütezeichen „Laurin“ stehen und im Werbe- und Normenausschuß an der Vervollständigung der Qualitätsvorschriften mitarbeiten werden. Auch der Reichsverband der Deutschen Edelmetall- und Schmuckwaren-Industrie e. V., Pforzheim, mit seinen einzelnen Untergruppen hat sich für das Gütezeichen „Laurin“ ausgesprochen. Der Kreis derjenigen Wirtschaftsgruppen, die im Edelmetallgewerbe heute unter dem Gütezeichen „Laurin“ gemeinsam die Stärkung des Fachgeschäftes betreiben und diesem Ware zuführen werden, die einmal nicht im Warenhaus und in den Basaren zu finden ist, sodann auch in bezug auf Ausführung, Materialwert und dergleichen dem kaufenden Publikum nach außen hin die Grundsätze der Wahrheit und Ehrlichkeit zum Ausdruck bringen und damit dazu beitragen, daß das kaufende Publikum auf die Erzeugnisse des Edelmetallgewerbes wieder aufmerksam gemacht wird und dieses in Zukunft in der alten gediegenen Form im Fachgeschäft wieder einkaufen kann, ist damit wider Erwarten schnell geschlossen worden. Die lange vermißte Einigkeit im Edelmetallgewerbe ist als Folge der Herausbringung des Gütezeichens „Laurin“ durch den Grossisten-Verband Tatsache geworden, und es kann sich heute nur noch um örtliche Bestrebungen mit ausgesprochen egoistischer Tendenz handeln, die sich in einzelnen Fällen der Marke „Laurin“ noch nicht anschließen zu können glauben.

Für den Facheinzelhandel ist noch von Interesse, wie die Mittel für die Werbung für das Gütezeichen „Laurin“ aufgebracht werden. Die Werbung hat mit der Veröffentlichung von Berichten in der Tagespresse über die außerordentliche Hauptversammlung des Grossisten-Verbandes am 6. und 7. Januar d. J. in Weimar über den Zweck der Herausbringung des Gütezeichens begonnen, ist dann zur Bekanntgabe der Einzelheiten des Gütezeichens in der Fachpresse des Einzelhandels übergegangen. Diese enthielt auch erstmalig die Anzeige, die in den kommenden Wochen das kaufende Publikum in der illustrierten Presse auf das Gütezeichen „Laurin“ aufmerksam machen wird und vor allem dem Facheinzelhandel Veranlassung geben soll, das Schaufenster schnellstens auf „Laurin“ umzustellen und dieses Gütezeichen dem kaufenden Publikum zugänglich zu machen. Für alle diese Arten von Werbung ist nach gewissenhafter Abschätzung ein Mindestbetrag von 40 000 RM erforderlich, der sofort zur Verfügung stehen muß. Trotz der Notlage, in der sich auch der Großhandel infolge der Auswüchse der wirtschaftlichen Krisenzeit befindet, wird dieser Betrag von den Mitgliedern des Grossisten-Verbandes aus eigenen Kräften aufgebracht, ohne daß daran gedacht wird, hierbei irgendwie die materielle Mithilfe des Facheinzelhandels in Anspruch zu nehmen.

Ferner sei auf die Tatsache hingewiesen, daß der Grossisten-Verband mit dem Gütezeichen „Laurin“ eine Art Gemeinschaftsreklame im Interesse der Fachgeschäfte aufgezogen hat, deren Verwaltungskosten ganz niedrig sind. Die gesamte Werbe-Organisation für „Laurin“ geht nämlich durch das Büro des Grossisten-Verbandes, ohne daß es der Einstellung neuer Persönlichkeiten für die Durchführung der Werbung, der Bereitstellung besonderer Verwaltungsgebühren und dergleichen bedurft hat. Es ist nur ein gemeinsames materielles Opfer aller Grossisten im Interesse des Facheinzelhandels in die Erscheinung getreten, und dieses wird sicher in der richtigen Weise gewürdigt werden; denn die Uhrmacher und Juweliere wissen, daß „Laurin“ ein Gütezeichen ist, das dem Fachgeschäft in seinem Kampfe gegen das Warenhaus und die Basare helfen und ihn auch darin unterstützen soll, daß dem Käufer gegenüber die Grundsätze der Wahrheit und der Ehrlichkeit im Gewerbe wieder hervorgehoben werden. Das sind Dinge, die im vergangenen liberalistischen Zeitalter und infolge der Wirtschaftskrise leider auch im Edelmetallgewerbe oft verloren gegangen sind.