

Den Antrag, Produkte und Dienstleistungen unter dem geschützten dominorm®-Label zu vermarkten, kann stellen wer beabsichtigt, die hier festgelegten Normen zu erfüllen.

Der Antrag allein berechtigt nicht, das Label zu benutzen. Berechtigt wird, wer auf Grund eines dem Verein unterbreiteten Konzeptes für die Entwicklung, die Produktion, Promotion und Distribution vom Verein zertifiziert wurde, die Eintritts-Royalty entrichtet und sich verpflichtet hat, die auferlegten Normen künftig einzuhalten.

Die Anträge sind in der auf Seite 3 vorgeschriebenen Form einzureichen.

Eine erste Beurteilung eines Antrages ist kostenlos. Tritt der Verein auf den Antrag ein, unterbreitet er dem Antragsteller einen Vorschlag betreffend das weitere Vorgehen.

**Die Kriterien, die eine Projekteingabe zu enthalten hat, sind folgende:**

Die Reihenfolge bei der Aufzählung der Kriterien hat nichts mit den Prioritäten zu tun. Je nach Produkt, Leistung und Marktsituation werden einzelne Kriterien als mehr oder weniger bedeutend eingestuft. Je nach Produkt können einzelne Kriterien auch ganz entfallen.

Entwicklung der Idee von einheimischen Kräften für einheimische Produktion und Abnehmer

Wenn immer möglich soll bestehendes Knowhow mit bereits vorhandener einheimischer Kapazität verkoppelt werden. Dazu bietet sich, die vom Verein entwickelte Form der Zusammenarbeit in Kooperativen an (siehe Kooperationsvertrag).

Innovationsgehalt der Idee

Beurteilt wird dabei nicht nur das Produkt als solches, sondern auch die Art seiner Entstehung und der geplanten Vermarktung.

Individuelle Gestaltungsmöglichkeit

Die Produkt-Idee soll den Verbraucher herausfordern, seine persönlichen Ansprüche kritisch zu hinterfragen, indem sie ihm Alternativen bietet.

Optimierung der Wertanteile

Unter diesem Aspekt wird nicht nur die materielle, technische und formale Qualität beurteilt. Je präziser ein Produkt den individuellen Bedürfnissen seines Besitzers entsprechen bzw. angepasst werden kann, um so wertvoller wird es ihm sein. Dies erhöht die Lebensdauer, die ebenfalls einen hohen Wert darstellt, weil sie die Lasten durch Produktion und Entsorgung vermindert.

Erhöhung der Beständigkeit

Die Verlängerung der Bestandeszyklen von Produkten soll durch beständige Formgebung, Anpassungsfähigkeit an sich wandelnde Ansprüche, spezifische Gestaltung oder individuelle Ausstattung erhöht werden.

Minimierung des Lastenanteils

Kein Produkt kann ohne die Erzeugung von Lasten entwickelt, produziert und vertrieben werden. Beurteilt wird deshalb das Verhältnis zwischen Last und Wert. Zu den Lasten zählen Energiebedarf, Transportkosten, Verpackung, Promotion usw. Also diejenigen Dinge, die den objektiven Wert eines Produktes für den Besitzer nicht erhöhen. Die Reduktion der Lasten z.B. durch den Verbrauch von fossilen Brennstoffen (vor allem beim Transport) sind ein wichtiges Kriterium.

Ökologisch verantwortbare Materialien  
Produktionstechniken und  
Distributionsstrukturen

Nach der Definition von DOMINORM gibt es keine ökologische Produktion, aber viele Möglichkeiten ökologischer zu handeln und auch das Marketing, sowie die Distributionsstruktur mit Rücksicht auf ökologische Belastungen zu optimieren. Bei vielen Produkten ist die Ökobilanz nicht primär auf der Material-, oder Produktionsseite negativ. DOMINORM (be)wertet **alle** erkennbaren Lasten und Werte.

Transportlastenanteil reduzieren

Transportlastenanteile werde bei unserem Evaluationsverfahren höher als die reinen Kosten voranschlagt, weil die für Transporte zu entrichtenden Gebühren und Treibstoffpreise die entstehenden Lasten (Schäden) nicht zu decken vermögen. Deshalb gilt den Rohmaterialflüssen und den Distributionswegen unser besonderes Augenmerk.

|  |   |
|--|---|
| Eigständige Produkte und individuelle Leistung | Vor allem in unteren und mittleren Preisklassen mit den notgedrungen (mindestens quantitativ) grössten Marktanteilen entwickelt sich die Produktionsflucht am stärksten. Damit gehen nicht nur einheimische Arbeitsplätze verloren. Die damit produzierte Masse ist ebenso notgedrungen uniform und verwischt kulturelle Eigenständigkeit. Gefordert sind Produktideen, die dieser Entwicklung Einhalt gebieten.  |
| Faire Margen, Löhne und Sozialleistungen       | DOMINORM zertifiziert vorzugsweise Produkt- und Marketing-Strategien, die zu jenen Marktsegmenten eine Alternative bieten, bei denen durch Produktionsflucht in Billiglohnländer Umweltauflagen umgangen und soziale Werte mit Füßen getreten werden.   |
| Margen eliminieren Ertrag und Wert optimieren  | Um mit Produkten in unteren und mittleren Preissegmenten mit einheimischer Produktion bestehen und trotzdem anständig verdienen zu können, reicht es nicht, sogenannte billig zu produzieren. Das weitaus grössere Sparpotenzial liegt beim Marketing und der (vertikalen) Distribution, welche reine Handelsmargen, Umwege und hohe Investitionen in dezentrale Lager eliminieren. Diese Kriterien fallen bei der Bewertung von Anträgen entsprechend ins Gewicht. |
| Dem Verbraucher Alternativen bieten            | Einsparungen bei Entwicklung, Produktion und Distribution allein reichen auch nicht, um dem potenziellen Kunden den mehrfachen Wert heimischer Produktion zu vermitteln und dieses Bewusstsein zu erzeugen. Entscheidend ist, dem Verbraucher die Möglichkeit zu bieten, alternativ zu entscheiden und damit bewusster zu handeln.  |
| Transparenz für den Interessenten              | Verantwortungsbewusst handeln wird nur, wer durch Offenlegen der tatsächlichen Sachverhalte erkennt, welchen Einfluss seine Entscheidung auf die Werte- und Lastenbilanz hat. Konzepte, die geeignet sind, den Verbraucher zu motivieren, auf Grund seiner, durch die offengelegten Kriterien erkennbaren Vor- und Nachteile bewusster zu wählen, erfüllen eine für das Label wichtige Zielsetzung.   |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Stellen von Anträgen                  | Die bei DOMINORM für die Bearbeitung von Anträgen beauftragten Personen sind verpflichtet, die Anträge diskret zu behandeln. Wenn dies der Antragsteller wünscht, kann eine Geheimhaltungserklärung ausgestellt werden. Die Kosten dafür trägt der Antragsteller.   |
| Umfang der Anträge                    | Es bleibt dem Antragsteller überlassen, wie vollständig er auf die, in den Normen aufgezählten Kriterien eingehen will bzw. kann. Sollte eine eingereichte Dokumentation mehr als 10 Seiten umfassen, muss der Dokumentation eine höchstens zweiseitige Zusammenfassung vorangestellt sein. Die Anträge sind in dreifacher Ausführung einzureichen. Beiliegen können zusätzlich elektronisch Datenträger. |
| Antragsteller                         | Antragsteller können Einzelpersonen, Einzelunternehmen, oder Gesellschaften sein. Alle bis dahin an einer Projektidee beteiligten Personen und Firmen und deren spezifisches Knowhow sollen aufgelistet sein.   |
| Beratung von Antragstellern           | Kommen die Antragprüfer zum Schluss, dass ein Projekt in irgend einer Weise erfolgversprechend ist und den Kriterien und Normen zu entsprechen scheint, unterbreitet DOMINORM dem Antragsteller einen Vorschlag betreffend dem weiteren Vorgehen oder verlangt allenfalls spezifische Ergänzungen oder Nachweise.   |
| Ablehnung oder Ergänzung von Anträgen | Die Ablehnung von Anträgen wird nicht zwingend begründet. DOMINORM kann aber den Antragsteller auffordern die Eingabe bzw. das Projekt in bestimmten Bereichen zu korrigieren oder zu ergänzen.   |

**Kriterien**

|   |   |
|---|---|
| <b>optimieren</b> Wertschöpfung durch örtliche KMU's      | Produktentwicklung, Materialwahl, Produktionstechnik und Marketing, sind auf Fertigung und den Service durch regionale KMU's auszurichten. Der Radius (die Gebiete) ihrer Leistungen soll in Relation von Objektwert und Transportlasten vernünftig sein.   |
| <b>optimieren</b> Wertschöpfung durch Arbeit              | Die Wertschöpfung soll primär auf Leistung statt auf Handelsmargen (an Materialien und Zubehör) ausgerichtet sein. Die Deckungsbeiträge sollen anständige Löhne und Sozialleistungen abdecken.  |
| <b>optimieren</b> Steigerung des Nutzens für Verbraucher  | Die Produkte sollen im Vergleich zum Markt für den Verbraucher durch ihren Charakter, ihre Form, die spezifische Zweckmässigkeit, Grösse und individuelle Beschaffenheit einen Mehrwert beinhalten.   |
| <b>optimieren</b> Wertschätzung durch Identifikation      | Der Mehrwert und die dadurch stärkere Beziehung der Besitzer zum Objekt sollen die Bestandszyklen der Gegenstände steigern. Durch eine Verdoppelung der «Lebens»-Zeit halbiert sich der Anteil an Umweltlasten und der Verbrauch von Energie und Ressourcen.  |
| <b>minimieren</b> Umweltlasten und Ressourcenverbrauch    | Alle Prozesse, verwendeten Materialien und Techniken sind darauf auszurichten die Umwelt so gering wie möglich zu belasten, Energie und Rohstoffe so effizient wie möglich einzusetzen und mit Ressourcen haushälterisch umzugehen.   |
| <b>minimieren</b> Transportanteile und Verpackung         | Aufwendungen, die den eigentlichen Wert der Produkte nicht heben (z.B. Verpackung, Lagerhaltung, Transporte usw.), sind soweit wie möglich zu eliminieren bzw. zu minimieren.   |
| <b>minimieren</b> Aufwand für Werbung                     | Werbung soll sich auf sachliche Information beschränken, nicht prestigeorientiert und immer auf kollektive Wirkung ausgerichtet sein. Wenn immer möglich werden Informationen elektronisch (papierlos) übermittelt.   |
| <b>dosieren</b> Umweltlasten und Kosten Serviceleistungen | Leistungen und Materialien, die nicht mit der Herstellung des eigentlichen Produktes zu tun haben, sollen vom Kunden seinen Wünschen und Anforderungen entsprechend angefordert werden können.<br><br>Leistungen, wie spezifische Beratung, Verpackung, Transporte usw. werden separat ausgewiesen, und nur in Rechnung gestellt, wenn sie vom Kunden gefordert wurden. |