

# Initiative Gütesiegel

Projektdokumentation  
Juli 2001



Claudius Janner

Büro für Kommunikation  
und Grafik-Design

Monta-Gewerbepark  
87509 Immenstadt

Telefon 0 83 23 - 9 83 44

Unter Federführung von Fritz Haug, Tourismusberater der Stadt Immenstadt ist in Zusammenarbeit verschiedener Interessensvertreter das Immenstädter Gütesiegel für Einzelhandel, Gastronomie und Gewerbe entstanden:

Initiative Gütesiegel - Service, Qualität, Gastlichkeit - Allgäu-Immenstadt-Alpsee

## PROJEKTGRUPPE :

Germann Altenried, Stadtrat und Tourismusreferent  
Christoph Blees, Sprecher des Immenstädter Einzelhandels  
Alfred Frey, langjähriger Sprecher der Immenstädter Einzelhändler  
Fritz Haug, Tourismusberater der Stadt Immenstadt  
Hans Wucherer, 1. Vorsitzender des Tourismusvereines  
Siegfried Zengerle, Stadtkämmerer der Stadt Immenstadt  
Claudius Janner, Büro für Kommunikation und Grafik-Design, projektführend

## 1. HISTORISCHE WURZELN

Gütesiegel mit Tradition: Die Qualitätskontrolle der Leinwand ist in Immenstadt seit 1515 belegt.

Die Allgäuer Leinenweber legten ihre Jahresproduktion zu Martini, am 21. November, zur "Schau" vor. Hilfskräfte ("Stubenknechte") kontrollierten das Maß der Leinwand. Das Soll waren 38 Nürnberger Zoll (ca. 1,2 m) in der Breite und 60 bis 66 Ellen (ca. 30 - 33 m) in der Länge. Die Qualitätskontrolle der Leinwand erfolgte nach den Kriterien:

- Feinheit des Garnes,
- Festigkeit des Webschlages,
- Grad des angewandten Fleißes ("Nettigkeit"),
- Feuchtigkeitsgehalt und Dichte des Gewebes (Verwendung von Kleister, Glätten und Mangen waren nicht erlaubt).

Die Prüfzeichen wurden damals mit Stempeln auf das Material aufgebracht.

Reizvolle Anknüpfungen:

21. November, jährlicher Gütesiegel Festakt ("Tag des Gütesiegels",  
besser: "Tag des Stadtmarketings" oder "IM-PULS Stadtmarketing")  
2015: 500 Jahre Gütesiegel

## 2. AUSGANGSPUNKT

Der globale Kampf der Destinationen um Märkte, Menschen und Moneten macht erhebliche Anstrengung zur nachhaltigen Sicherung von Wertschöpfung aus "Heimat" notwendig. Nachhaltig durchaus im Sinne der Präambel der Agenda 21: sozial wünschenswert, ökologisch vertretbar, ökonomisch sinnvoll.

### 3. ZIELE

Die Initiative Gütesiegel soll in den Bereichen Einzelhandel, Gewerbe, Gastronomie, Tourismus und Landwirtschaft diese Anstrengungen durch Steigerung von Qualitäten in Bezug auf Service, Produkte, Leben und Kommunikation unterstützen, unterstreichen, kommunizieren, belohnen und initiieren.

Das Gütesiegel soll lebendiger Baustein des Stadtmarketings werden.

### 4. GESTALT

Text ist Initiative Gütesiegel - Service, Qualität, Gastlichkeit - wird im Rundsatz kommuniziert, ein Q für Qualität andeutend. Im Mittelpunkt steht das Stadt-Signet. Umgesetzt wird das Gütesiegel als farbig bedruckte transparente Folie, Durchmesser ca. 100 mm, zum Aufbringen auf Glas oder andere Materialien. Die Farben ändern sich mit jeder Auflage, eine Frequenz von 2 Jahren ist angedacht. Die Jahreszahl erscheint mit.

### 5. PROCEDERE

Ganz bewusst wurde der Begriff "Initiative" im Gütesiegel verwendet. Der Erhalt des Gütesiegels ist damit nicht abhängig von einer schematischen Bewertung durch Dritte (von Außen!), sondern der Erhalt ist abhängig von einer Teilnahme an einem Prozess. Die Meilensteine an diesem Prozess werden jährlich von der Projektgruppe (also von Innen!) festgelegt.

Für 2001 markieren folgende Meilensteine den Prozess Gütesiegel:

#### A. Teilnahme an Seminaren mit folgenden Themen

1. Standortgeschichte und Geschichten
2. Medien: Immenstadt in Wort, Bild und Ton  
Wanderwegenetze und Wanderziele
3. Trainingsseminar für Verkaufsförderung und Management mit Rainer Forster
4. Sortimentskunde (mögliche Referenten: Herr Blees, Herr Frey)

Die Seminare sollen

- die Bindung an den Standort Immenstadt vertiefen,
- Wissenswertes für Gäste/Kunden vermitteln und
- die Notwendigkeit von "Stadtmarketing" verdeutlichen.

Auf jedem Seminar wird die Teilnahme von mindestens einem Mitarbeiter der Aspiranten-Firmen erwartet. Die Motivation möglichst vieler Mitarbeiter wird angestrebt. Bei "Ein-Frau/Mann-Bands" werden nicht festzuschreibende Sonderregelungen akzeptiert. Die Seminarteilnahme wird protokolliert.

Die Teilnahme an den Führungen und Seminaren sind für Gütesiegel-Anwärter kostenlos, Gäste sind nach Anmeldung willkommen, die Einkehrschwünge und Dämmer-schoppen tragen die Teilnehmer selbst.

Am 21. November jeden Jahres, also zu Martini werden, wie schon 1515, in einem fest-lichen Rahmen die Gütesiegel verliehen, besondere Aktivitäten, Einzelleistungen etc. durch die Gütesiegelehrennadel geehrt.

#### B. Vorhaltungen in den Ladengeschäften

- Sortimentsübersicht zur gezielten Empfehlung von Kolleginnen/Kollegen
- Vorgeschlagene Medien wie: AltstadtSpaziergang, Stadtplan, Veranstaltungskalender, Internetadressen, Gastgeberverzeichnis etc.
- "Kinder-Schachtel" wie Gummibären, Heftpflaster, Malstifte, Malhefte etc.
- Fragebogen zur Feststellung der Kundengunst (ist in Arbeit)
- Empfehlung des nächstliegenden Anbieters in der Gastronomie (z.B. ein Ruhetagschild mit Umgebungsplan: Heute Ruhetag - Restaurant xy 2 Gehminuten von hier geöffnet)

#### C. Gütesiegel-Gebühren

Die Gebühren für die Teilnahme an der Initiative Gütesiegel betragen DM 150,- pro Geschäft/Firma.

Im Preis enthalten sind:

1. Die Teilnahme an allen Seminaren für eine unbegrenzte Anzahl an Mitarbeitern
2. Die schriftliche Zusammenfassung der Seminarinhalte
3. Die Plakette Gütesiegel soll an gut sichtbarer Stelle auf die Ladentür platziert werden.
4. Dokumentation Gütesiegel
5. Sortimentsübersicht (in Arbeit)
6. Medienliste
7. Ideenbeschreibung "Kinder-Schachtel"
8. Medientasche

#### D. Kontrollen

Jährlich geht ein "Under-Cover-Feriengast" durch die Stadt. Wir stellen uns dafür ein Studenten-Team aus dem Bereich Tourismus/Marktforschung vor, das die fachgerechte Erfassung und Auswertung der dafür notwendigen Daten garantiert.

## E. Instrumente

1. Dokumentation
2. Plakette Gütesiegel
3. Terminplan der Seminare mit Kurzbeschreibungen
4. Seminare
5. Sortimentsübersicht (in Arbeit)
6. Medienliste
7. "Kinder-Schachtel"
8. Kriterien-Katalog Servicequalität und Kundenfreundlichkeit
9. Gestaltrichtlinien zur Einbindung des Stadt-Signets in die Firmen-CIs.  
(Apotheke Botzenhardt und FCI sind bereits realisiert, die Firmen Eberl und Altenried, sowie IM-PULS sind in Arbeit.)

## F. Finanzierung

Für die Gütesiegelentwicklung und Produktion sind DM 6.000 budgetiert. Den Betrag hat die Stadt Immenstadt vorfinanziert und erwartet die Rückführung über die Beiträge der Teilnehmer.

Nimmt man DM 3.000 für 10 Veranstaltungen in zwei Jahren à DM 300 dazu, ergibt sich ein Gesamtbetrag von DM 9.000.

Beitragsdeckung erfolgt bei 60 Teilnehmern à DM 150.

## 6. DIE WEITEREN SCHRITTE

- Erhebung der Daten für Sortimentsübersicht,
- Internet Datenbank programmieren, mit [immenstadt.de](http://immenstadt.de) verlinken,
- Katalog der Sortimentsübersicht erstellen, Auflage ca. DM 150,
- Fragebogen zur Feststellung der Kundengunst erarbeiten,
- Druck Gütesiegel,
- Presse-Mitteilung,
- Gütesiegelfeier in der Hofmühle.

## SEMINARE – IMMENSTÄDTER GÜTESIEGEL

1. Standortgeschichte und Geschichten, Ortskenntnis auf einem Immenstädter AltstadtSpaziergang – ein vergnüglicher Rundgang durch Geschichte, Raum und Zeit, Handel und Wandel, einer kleinen Residenzstadt am Fuße der Allgäuer Alpen mit einem anschließenden Einkehrschwung in die Immenstädter Gastlichkeit.

Referenten: Bürgermeister Gerd Bischoff und Siegbert Eckel

Termine: 07. August 01, 18:30 Uhr

Treffpunkt: an der Mariensäule auf dem Marienplatz

Dauer der Führung: ca. 1,5 Stunden

Auf dem AltstadtSpaziergang, analog der Broschüre, sollen die Teilnehmer:

- verschüttete Geschichtskennntnisse auffrischen
- die Entwicklung der Stadt durchschreiten
- sich in den Gast und dessen Bedürfnisse versetzen
- vielleicht bisher nicht gekannte Blickwinkel entdecken
- Gespür für machbares Stadt-Marketing vertiefen
- Notwendigkeit für die gemeinsame Pflege des Produktes "pulsierende Stadt" durch erlaufen erfahren

2. Wanderwegenetze und Wanderziele in und um Immenstadt herum

Medien: Immenstadt in Wort, Bild und Ton

Eine spannende Reise durch Virtuelles und Physikalisches: Prospekte, Bücher, Flyer, Folder, Internetseiten, Video, CD-ROMs, Medien/Kunde für Einheimische.

Referenten: Hans Wucherer und Claudius Janner

Termine: 18. September 01, 18:30 Uhr

Ort: Krone Stein

Vortragdauer: 1,5 Stunden

3. Trainingsseminar für Verkaufsförderung und Management

Die Wichtigkeit herausragender Servicebemühungen unter besonderer Berücksichtigung des Kunden "Tourist" mit seiner besonderen Erwartungshaltung.

Referent: Rainer Forster

Termine: 30. Oktober 01, 18:30 Uhr

Ort: Krone Stein

Vortragdauer: 1,5 Stunden

4. Gütesiegelfestakt am "Tag des Stadtmarketings"

Termine: 21. November 01, 18:30 Uhr

Ort: Hofmühle