



Wirtschaftsfaktor
Alter



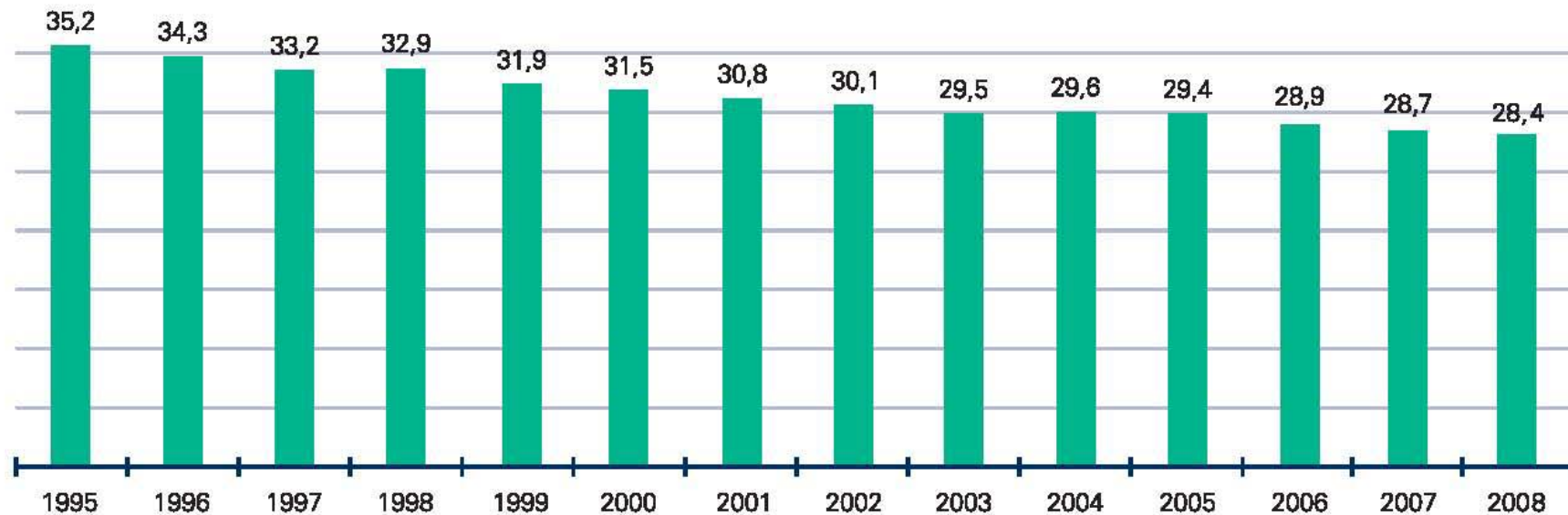
Qualitätszeichen "Generationenfreundliches Einkaufen"

28. Juni 2010, TIME

Konsumanteil sinkt – Bedeutung von Kundenbindung steigt

Anteil Einzelhandelsumsatz* 1995-2008

an privaten Konsumausgaben in Prozent



* Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken

Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen

Der Handel muss sich mehr denn je um Kundenbindung und –
gewinnung kümmern.

Ältere Konsumenten – Ein Wirtschaftsfaktor, nicht nur im Einzelhandel

Kaufkraft und Konsum der Älteren

Kaufkraft der über 60-Jährigen



Konsumanteil der über 50-Jährigen



(Quellen: Prognose DIW, 2007; Prognose BMFSFJ, 2007)

Bevölkerungsanteil der über 50-Jährigen



(Quelle: Statistisches Bundesamt, 2007;
Prognose Statistisches Bundesamt, Basis 2005, 2006)

Ältere Konsumenten sind...



- ... **konsumfreudiger und aufgeschlossener** gegenüber Neuerungen als frühere Generationen.
- ... **gebildeter und stellen größere Ansprüche** an ein aktives, selbstbestimmtes Leben im Alter.

Für die Nachfrage nach Konsumgütern und Dienstleistungen hat dies erhebliche Konsequenzen.

Es stellt aber auch Anforderungen an den Handel und seine Rahmenbedingungen.

- Gut erreichbare Einkaufsmöglichkeiten sind **ein Stück Lebensqualität**.
- Einkaufen sollte keine Last bereiten, sondern Vergnügen – auch und gerade den Menschen, die den Einkaufsbummel unter „**erschwert**en Bedingungen“ antreten. Das sind etwa diejenigen, die
 - einen Kinderwagen mit sich führen,
 - die im Rollstuhl unterwegs sind,
 - die wegen Einschränkungen der Motorik, des Sehens oder Hörens auf Gehhilfen wie Rollatoren beziehungsweise sonstige Hilfsmittel und Unterstützung angewiesen sind.

Die Zielgruppe – Alle Generationen



**Angenehme Einkaufsbedingungen machen
allen Generationen das Leben leichter!**

Unser Ziel – Initiierung einer bundesweiten Initiative mit einheitlichem Qualitätsanspruch



- **Förderung des Bewusstseins im Handel** für Bedeutung und Chancen des generationenfreundlichen Einkaufens
- **Verbesserung der Einkaufsbedingungen** für alle Generationen
- **Unterstützung des positiven Images** der Branche und Schaffung von öffentlicher Aufmerksamkeit für engagierte Geschäfte
- **Stärkung regionaler Partnerschaften** vor Ort (Einzelhandel, Kommunen, Interessenverbände etc.)
- **Schaffung einer Informationsplattform** für Unternehmen und Konsumenten

Wer steht hinter der Initiative?



- **Wirtschaftsfaktor Alter (BMWi und BMFSFJ)**
- **Handelsverband Deutschland (HDE)**
- LandesInitiative Niedersachsen Generationengerechter Alltag (LINGA)
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen (BAGSO)
- Verbraucherzentralen
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
- Kommunale Spitzenverbände
- Unternehmen (Metro, Kaufhof, Globetrotter und REWE)
- u.a.



- Bundesweit **einheitliches Zeichen**
- Zertifizierung von Geschäften anhand **einheitlicher Kriterien in 7 Kategorien**
 - Erreichbarkeit des Geschäftes
 - Mitarbeiter/Servicequalität
 - Eingang zum Geschäft
 - Ladengestaltung
 - Sortimentsgestaltung
 - Service
 - Kasse
- Zertifizierung von **geschulten Testern**
- Auswertung an **neutraler Stelle (HDE)**
- Erneute Überprüfung **nach 3 Jahren**

Prüfung von maximal 58 Kriterien

Nr.	A,B,C	Frage		
Kategorie 1: Erreichbarkeit des Geschäfts				
Bewertung der Parkmöglichkeiten (Parkplatz, Tiefgarage, Parkhaus – wenn in Eigenregie geführt)				
<input type="checkbox"/> vorhanden und in Eigenregie geführt (weiter mit Frage 1) <input type="checkbox"/> nicht vorhanden bzw. nicht in Eigenregie geführt (weiter mit Frage 5)				
1	B	Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplatzes gut und eindeutig zu erkennen? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			ja	nein
2	C	Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? (zum Beispiel breitere Parkplätze für Behinderte, Frauen- oder Familienparkplätze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			ja	nein
Barrierearme und sichere Fußwege von Parkbereich zum Geschäft (wenn in Eigenregie geführt)				
3	A	Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? (zum Beispiel keine Stolperfallen oder Unebenheiten, sondern abgesenkte Bordsteine, helle Wege)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			ja	nein
4	B	Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			ja	nein
Kategorie 2: Mitarbeiter / Servicequalität				
Bitte testen Sie die „Kategorie Mitarbeiter / Servicequalität“ anonym und geben Sie sich erst nach der Überprüfung als Tester zu erkennen!				
5	B	Werden Sie von Mitarbeitern beachtet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			ja	nein

Das Prüferhandbuch – Ausführliche Beschreibung/Bilder für einheitliche, objektive Prüfung

**Sind Gefahrenquellen
– falls vorhanden –
markiert?**



Beispiel für eine Eingangstür
mit Markierung
Quelle: Galeria-Kaufhof

**Ist der Ein- und Austritt
der Rolltreppe
farblich markiert?**



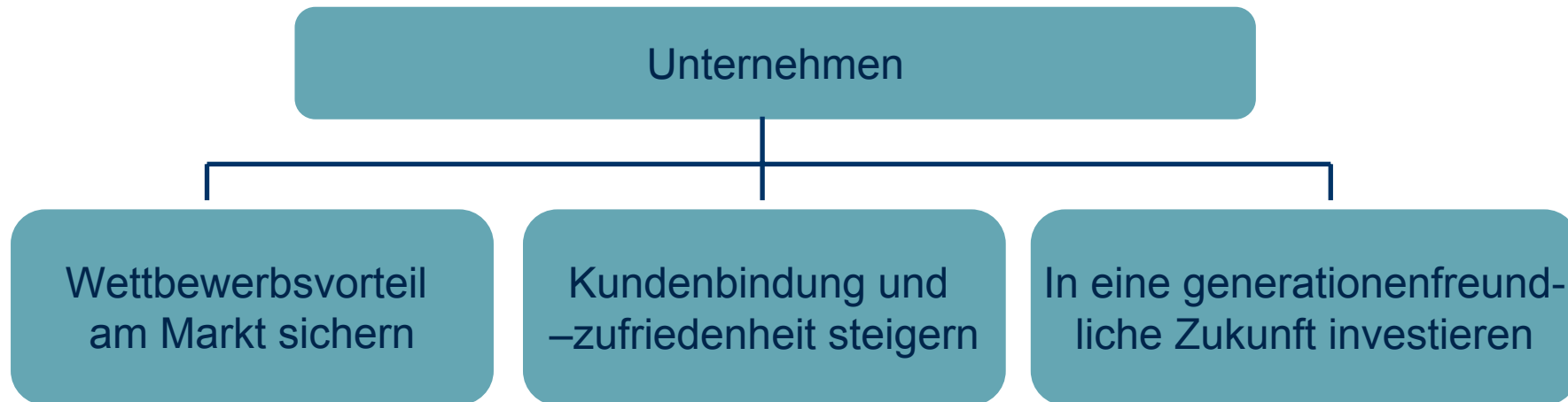
Beispiel für eine farbliche
Markierung: Rolltreppe
Quelle: Galeria-Kaufhof

**Ist der Boden
rutschfest und
spiegelfrei?**



Negativbeispiel spiegelnder
Bodenbeläge
Quelle: Ferger-Heiter

Unternehmen profitieren



=> positives Image für die Branche, positive PR für Geschäfte

=> Stärkung regionaler Partnerschaften

Ihr Vorteil – Zertifikat und Aufkleber machen "Generationenfreundlichkeit" sichtbar



Zertifikat für „Generationenfreundliches Einkaufen“

Der Handelsverband Deutschland (HDE) - Der Einzelhandel

verleiht der

**GALERIA Kaufhof GmbH
am Alexanderplatz in Berlin**

das Qualitätszeichen „Ausgezeichnet Generationenfreundlich“

Das Unternehmen erfüllt die Kriterien für „Generationenfreundliches Einkaufen“.

Die Prüfung erfolgte durch zertifizierte Testerinnen und Tester.

Das Zertifikat wird für die Dauer von drei Jahren vergeben.

Berlin, 25. März 2010

Für den Handelsverband Deutschland (HDE)

□ Stefan Genth
Hauptgeschäftsführer



Außerdem – Chance für breite Aufmerksamkeit durch begleitende Medienarbeit

Pressekonferenz am 25. März 2010

Startschuss für bundesweites Roll-out



Wie läuft die Zertifizierung ab?



- **Unternehmen** melden sich **zur Zertifizierung** beim regional zuständigen Einzelhandelsverband
- **Information der angemeldeten Unternehmen** über die Zertifizierungswoche
- **Verdeckte Bewertung** der relevanten Kriterien durch ein geschultes Prüferteam
- **Kurzes Abschlussgespräch** (ohne Bewertung)
- **Zentrale Auswertung** der Prüfbögen durch den HDE
- **Mitteilung des Ergebnisses** und ggf. Chance zur Nachbesserung
- **Verleihung des Zertifikats** mit begleitender Pressearbeit

„Was nichts kostet, ist nichts“

Das sagt nicht nur der Volksmund. Um das Qualitätszeichen mit Anspruch und Wertigkeit zu belegen, muss die Zertifizierung einen Preis haben. Hier empfiehlt der HDE die folgende Preisstaffel:

180 Euro bei Geschäften bis 500 qm

240 Euro bei Geschäften bis 2.500 qm

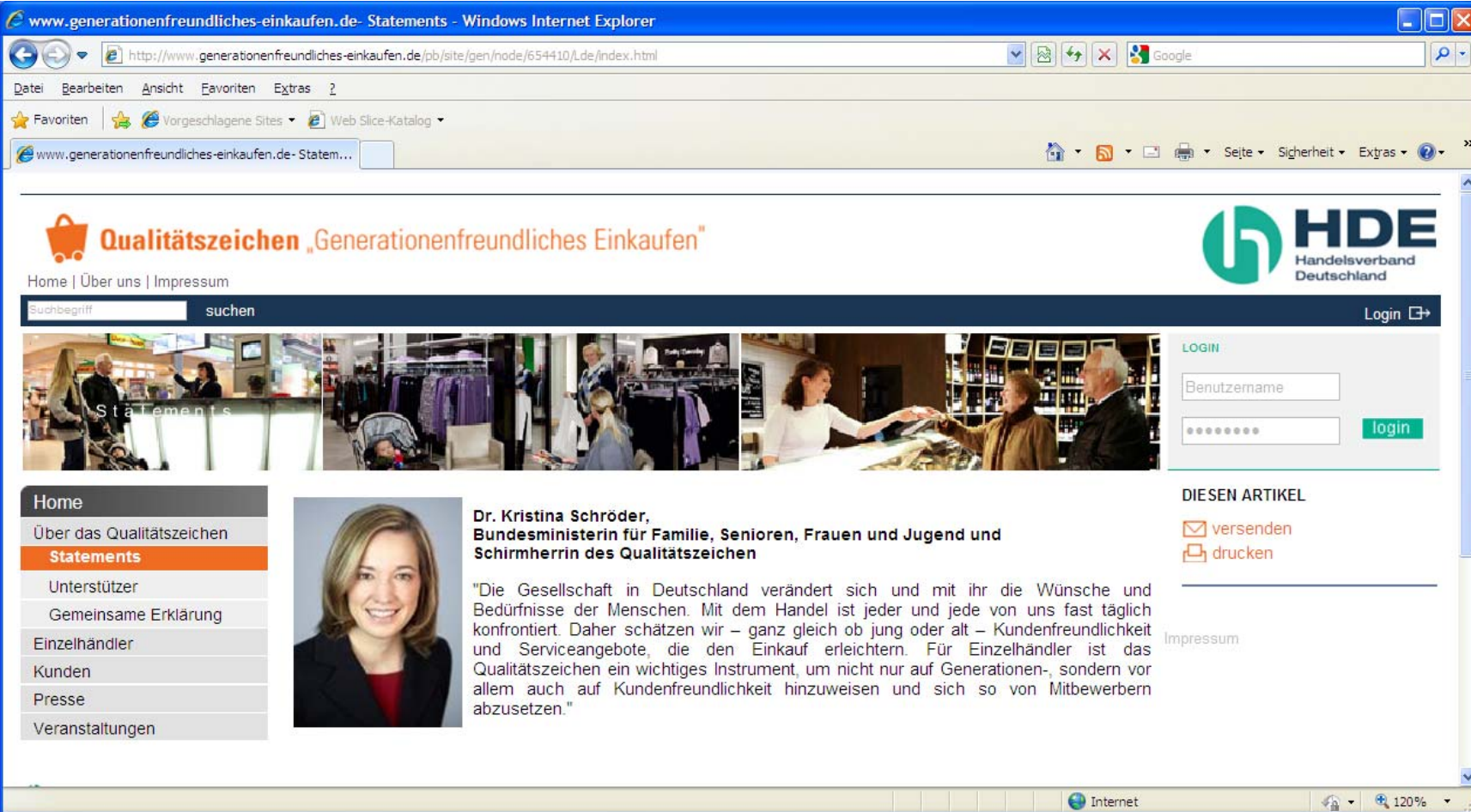
460 Euro bei Geschäften bis 10.000 qm

700 Euro bei Geschäften größer 10.000 qm

Jeweils zzgl. MwSt.

Einkaufszentren können nur zertifiziert werden, wenn mindestens 70% der Geschäfte im Center (Anzahl) bereits zertifiziert sind.

Die Website



www.generationenfreundliches-einkaufen.de - Statements - Windows Internet Explorer

http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de/pb/site/gen/node/654410/L.de/index.html


Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Home | Über uns | Impressum

Suchbegriff suchen Login

Home

- Über das Qualitätszeichen
- Statements**
- Unterstützer
- Gemeinsame Erklärung
- Einzelhändler
- Kunden
- Presse
- Veranstaltungen



Dr. Kristina Schröder,
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und
Schirmherrin des Qualitätszeichen

"Die Gesellschaft in Deutschland verändert sich und mit ihr die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen. Mit dem Handel ist jeder und jede von uns fast täglich konfrontiert. Daher schätzen wir – ganz gleich ob jung oder alt – Kundenfreundlichkeit und Serviceangebote, die den Einkauf erleichtern. Für Einzelhändler ist das Qualitätszeichen ein wichtiges Instrument, um nicht nur auf Generationen-, sondern vor allem auch auf Kundenfreundlichkeit hinzuweisen und sich so von Mitbewerbern abzusetzen."

DIESEN ARTIKEL

- versenden
- drucken

Impressum

www.generationenfreundliches-einkaufen.de

Der bundesweite Rollout läuft



- Start eines ersten Piloten in **Niedersachsen** - mittlerweile werden neben Unternehmen auch erste Kommunen aktiv

- Bundesweiter Startschuss im Rahmen einer PK mit BMin Dr. Kristina Schröder und Herrn Sanktjohanser (HDE)

- Bundesweiter Rollout ist angelaufen
 - **Erste Schulung von Testern**
 - **Erste Tester am Start**
 - **Interessenten aus vielen Bereichen**
 - **Im Handel Unternehmen aller Größen sowie Einkaufs-Center**

Noch Fragen?

Lassen Sie uns diskutieren!

Herzlichen Dank!

Monika Dürrer
Geschäftsführerin

Handelsverband Deutschland (HDE) – Der Einzelhandel
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Tel. 030 726 250-11
duerrer@hde.de