Ältere Kunden gewinnen und binden

Der Einkauf ist für ältere Menschen manchmal voller Stolperfallen. Zehn Tipps, um den Kunden den Einkauf **leichter** zu machen und sie **langfristig** zu binden.

1 Der Weg zum Geschäft

Optimal ist eine gute Anbindung des Supermarktes an öffentliche Verkehrsmittel, die bei einem bestehenden Markt in der Regel jedoch wenig beeinflusst werden kann. Anders dagegen bei einem neuen Standort. Bei der Gestaltung des Parkplatzes gibt es ebenfalls einige Faktoren, die Sie beachten können: Gut lesbare, große Schilder rund um den Parkplatz erleichtern älteren Menschen die Anfahrt. Die einzelnen Stellplätze sollten ausreichend viel Platz bieten, um bequem ein- und ausfahren zu können. Der Fußweg zum Markt muss älteren Menschen ein Höchstmaß an Sicherheit bieten. Dazu gehören zum Beispiel abgesenkte Bordsteine, eine gute Beleuchtung und ein frei geräumter Weg. Behindertenparkplätze immer in der Nähe des Eingangs platzieren.

Foto: Wanzl

Schmal und kompakt: „Tango City“ ist ein neuer Einkaufswagen aus Kunststoff, der Senioren das Leben leichter macht. Er hat ein Fassungsvermögen von 75 Litern.

2 Eingangsbereich und Kundentoilette

Die Eingangstür zum Markt sollte, sofern sie nicht automatisch reagiert, leicht zu öffnen sein. Rollstuhlfahrer oder Kunden mit einem Rollator sind auf einen ebenerdigen Zugang oder eine Rampe zum Hochfahren angewiesen. Wo Treppenstufen sind, muss immer auch ein Handlauf zum Abstützen sein. Generell müssen der Eingangsbereich und natürlich auch der Markt gut ausgeleuchtet und die Wegeführung klar erkennbar sein. Absolut notwendig im Eingangsbereich ist eine Kundentoilette, die regelmäßig sauber gehalten wird. Kundenbefragungen haben ergeben, dass eine Toilette in vielen Märkten vermisst wird. Schön ist es, wenn ein Mitarbeiter den Eingangsbereich im Auge hat, um älteren Menschen bei Bedarf helfen zu können.

3 Einkaufswagen

Einkaufswagen ist nicht gleich Einkaufswagen. Moderne Wagen aus Kunststoff machen es Senioren leichter. Mit einem Korbvolumen von 75 Litern genügen sie für den Ein- oder Zweipersonen-Einkauf und passen durch alle Gänge im Supermarkt. Die geringe Korbtiefe ermöglicht es älteren Leuten, die Waren bequem im Einkaufswagen unterzubringen. Da auch die Rollen der Einkaufswagen aus Kunststoff sind, sind sie nicht nur leise und fußbodenschonend, sondern lassen sich auch leicht steuern. Die Korbgriffe sind ergonomisch geformt und bieten als nützliches Extra eine Zettelklemme oder eine Lupe, meistens am Münzschlucksystem. Mit der Ablagefläche für PET-Gebinde am Fuß werden moderne Kunststoff-Wagen zum perfekten Einkaufsbegleiter.

4 Gänge und Regale

Die Gänge zwischen den Regalen sollten ausreichend breit sein. Der deutsche Handelsverband empfiehlt eine Breite von 0,90 m, im Wendebereich mindestens 1,20 m. Ganz wichtig ist ein ebener und rutschfester Fußboden, möglichst in matten Farben, um Lichtreflexe zu vermeiden. Sorgen Sie dafür, dass es keine feuchten Stellen am Boden gibt. Stufen und Glastüren am Ende der Gänge sollten als Gefahrenquelle markiert werden. Hindernisse wie Warencontainer oder Kartons nur so lange wie nötig in den Gängen stehen lassen. Die Regale sollten maximal 1,70 m hoch sein. Lebensmittel wie Milch, Butter und Brot möglichst auf Augenhöhe platzieren, damit sich der ältere Kunde nicht bücken muss.

5 Schilder und Preise

Übersichtlichkeit ist alles: Schildern Sie alle Bereiche Ihres Marktes gut aus und kennzeichnen Sie Warengruppen mit einem Farbleitsystem. Gerade für Warengruppen empfehlen sich Deckenhänger, weil diese von weitem gut erkennbar sind. Ein Übersichtsplan im Eingangsbereich des Marktes kann sehr hilfreich sein. Achten Sie darauf, dass alle Schriften, die für Schilder benutzt werden, gut lesbar und die Schilder kontrastreich gestaltet sind, also zum Beispiel schwarz auf weiß, nicht gelb auf weiß oder Ähnliches. Dies gilt insbesondere für Preisschilder. Der deutsche Handelsverband empfiehlt zur Angabe des Grundpreises eine Größe von mindestens 11 Punkt, für den Endpreis mindestens 24 Punkt.

6 Licht, Farbe, Musik

Um alles gut erkennen zu können, müssen alle Bereiche eines Marktes gut ausgeleuchtet sein. Dämmerlicht und farbiges Licht haben im Supermarkt nichts zu suchen. Für die Wandgestaltung empfehlen sich warme Farben aus der Gelb-Rot-Skala, grelle Farbtöne oder auch zu viele verschiedene Farben im Markt sollte man möglichst vermeiden. Das Einkaufserlebnis muss immer im Vordergrund stehen. Allenfalls dezente Hintergrundmusik verwenden.

7 Service und Bequemlichkeit

Geben Sie älteren Menschen die Möglichkeit, sich während des Einkaufs auszuruhen. Mit ein paar Sesseln, Stühlen oder Bänken lassen sich leicht Ruhezonen im Markt schaffen. Stellen Sie daneben Wasserspender auf. Solche kleinen, aber nützlichen Services kommen gut bei älteren Kunden an. Hilfreich sind Schließfächer, in denen die Kunden Taschen und vorher getätigte Einkäufe unterbringen können, sowie Schirmständer im Eingangsbereich des Marktes. Mit einem Begleitservice, der älteren Menschen auf Wunsch beim Suchen der Ware hilft oder einen Teil der Einkäufe trägt, können Sie Ihr Dienstleistungsportfolio noch toppen. Eine Serviceklingel für ältere Kunden kann ein nützliches Hilfsmittel sein.

8 Freundliches Personal

Ältere Kunden setzen auf Qualität, Beratung und persönlichen Kontakt zum Personal. Sie sind in ihren Gewohnheiten stärker gefestigt und in ihren jeweiligen Geschäften oft Stammkunden. In jedem Fall erwarten sie, wie viele andere Kunden sicherlich auch, dass in einem Markt genügend Mitarbeiter verfügbar und ansprechbar sind. Manche Personalexperten sagen, dass ältere Kunden auch von älteren Mitarbeitern bedient werden sollten. Das muss aber nicht zwingend so sein. Wichtig sind die Fachkompetenz, die Aufgeschlossenheit und die Hilfsbereitschaft des Personals gegenüber den Kunden. Alles Dinge, die man im Laufe der Aus- oder Weiterbildung erlernen kann.

9 An der Kasse

Auch für den Kassendurchgang empfiehlt sich eine Breite von mindestens 0,90 m. Achten Sie darauf, dass das Kassendisplay für ältere Kunden gut zu erkennen ist. Auf den Kassenbons sollte die Schrift gut lesbar sein. Wichtig ist eine große Ablagefläche an den Kassen. Ältere Menschen brauchen in der Regel etwas mehr Zeit, um Portemonnaie und Waren zu verstauen, und sind dankbar, wenn sie nicht schon durch den nächsten Kunden in Bedrängnis gebracht werden. Bieten Sie älteren Kunden auf Wunsch an, ihre Ware in Tüten zu verpacken und zum Auto zu bringen.

10 Zertifizierte Qualität

Seit Anfang 2010 gibt es das Zeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“. Die HDE-Tester prüfen Leistungsangebote, Zugangsmöglichkeiten, Ausstattung und Serviceverhalten. Die Prüfung kostet je nach Größe des Geschäftes zwischen 180 und 700 Euro. Das Zeichen wird für drei Jahre verliehen. Wer sich dafür interessiert, kann sich an den jeweiligen HDE-Landesverband wenden. Mit einem Internet-Schnelltest können Einzelhändler prüfen, ob sie in Sachen generationenfreundliches Einkaufen auf dem richtigen Weg sind: www.generationenfreundliches-einkaufen.de.

Ausgezeichnet ✓ Generationenfreundlich

Die 10 Tipps wurden in Zusammenarbeit mit Dr. Gundolf Meyer-Hentschel, Meyer-Hentschel Institut Saarbrücken, entwickelt.

Karin Dullweber

DER EXPERTE RÄT:

1. Die Händler müssen mitdenken, was der ältere Mensch braucht. Das Personal, der Ladenbau und das Sortiment spielen in diesem Kontext eine wichtige Rolle.

2. Ältere Menschen wollen anders behandelt werden als jüngere. Die soziale Kompetenz des Personals ist deshalb noch wichtiger als bei anderen Kunden.

3. Im Ladenbau zählen insbesondere die Übersichtlichkeit im Markt, lesbare Preisschilder, breite Gänge, leichte Einkaufswagen und viel Platz an der Kasse.

Foto: ZVSHK

Dr. Gundolf Meyer-Hentschel berät Handelsunternehmen und ist Erfinder des Age Explorer.