



Wirtschaftsfaktor
Alter



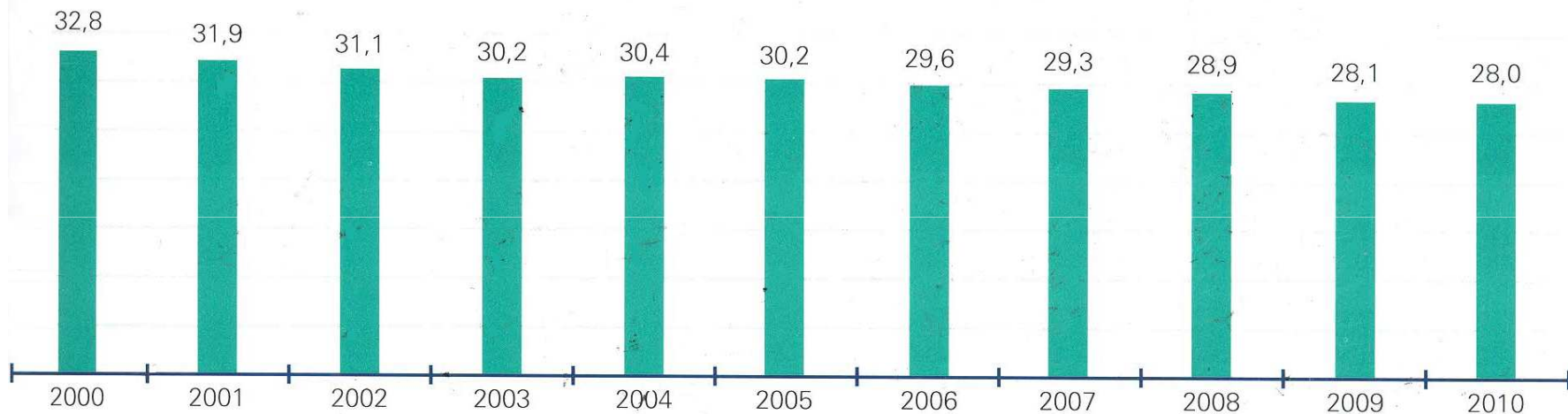
Generationenfreundliches Einkaufen

20. November 2012

Anteile Einzelhandelsumsatz * an privaten Konsumausgaben

Anteil Einzelhandelsumsatz* an privaten Konsumausgaben 2000-2010

in Prozent

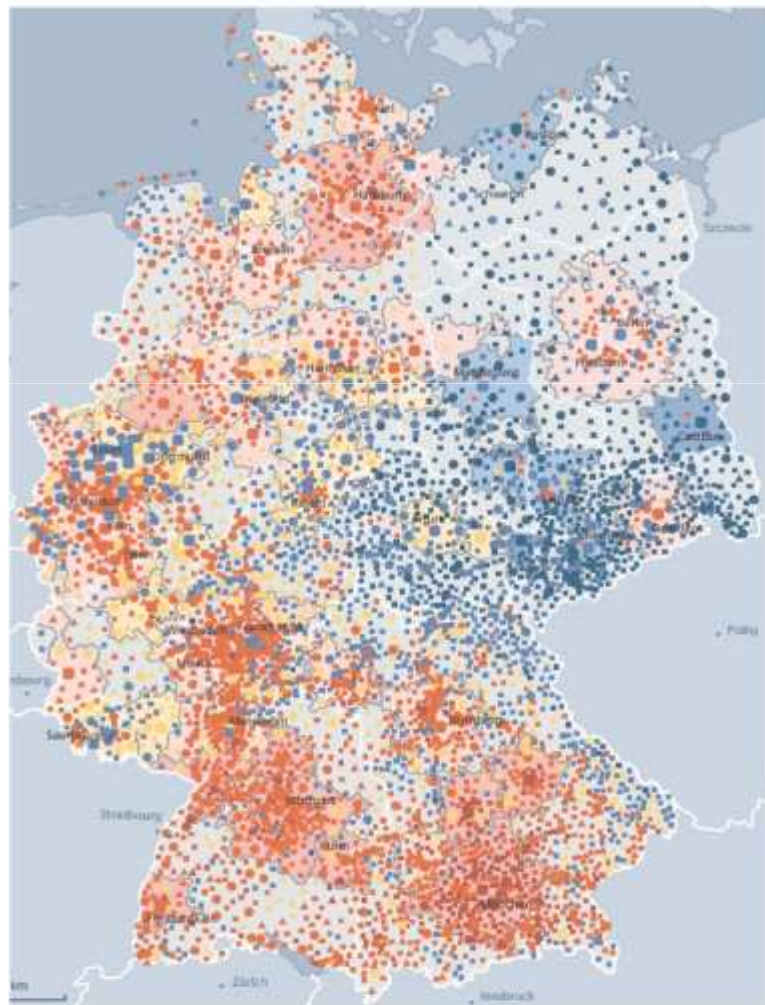


* Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken

Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen

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

Schrumpfende und wachsende Städte und Gemeinden in Deutschland



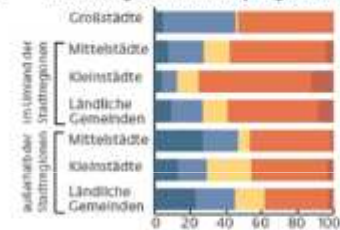
Schrumpfende und wachsende Städte und Gemeinden



Stadt- und Gemeindetyp

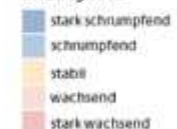


Gleichzeitigkeit von Schrumpfung und Wachstum



Anteil der Bevölkerung in schrumpfenden/
wachsenden Städten und Gemeinden 2006 in %

Schrumpfende und wachsende Stadtregionen



— Grenze der Stadtregionen

Datenbasis: Laufende Raumbearbeitung des BBR
Geometrische Grundlage: BKG, Gemeindever-
bände, 31.12.2006

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)

55 – 65-Jährige

=> 2.360 Euro pro Monat

Bevölkerungsanteil der über 50-Jährigen



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

Wer hätte es gedacht....



**66% aller Senioren haben Probleme
bei der Handhabung von Haushaltsgeräten**

Wer hätte es gedacht....



**40% der Senioren machen Kaufentscheidungen
von Lesbarkeit und Beschaffenheit
der Verpackung abhängig**

Ältere Konsumenten sind...

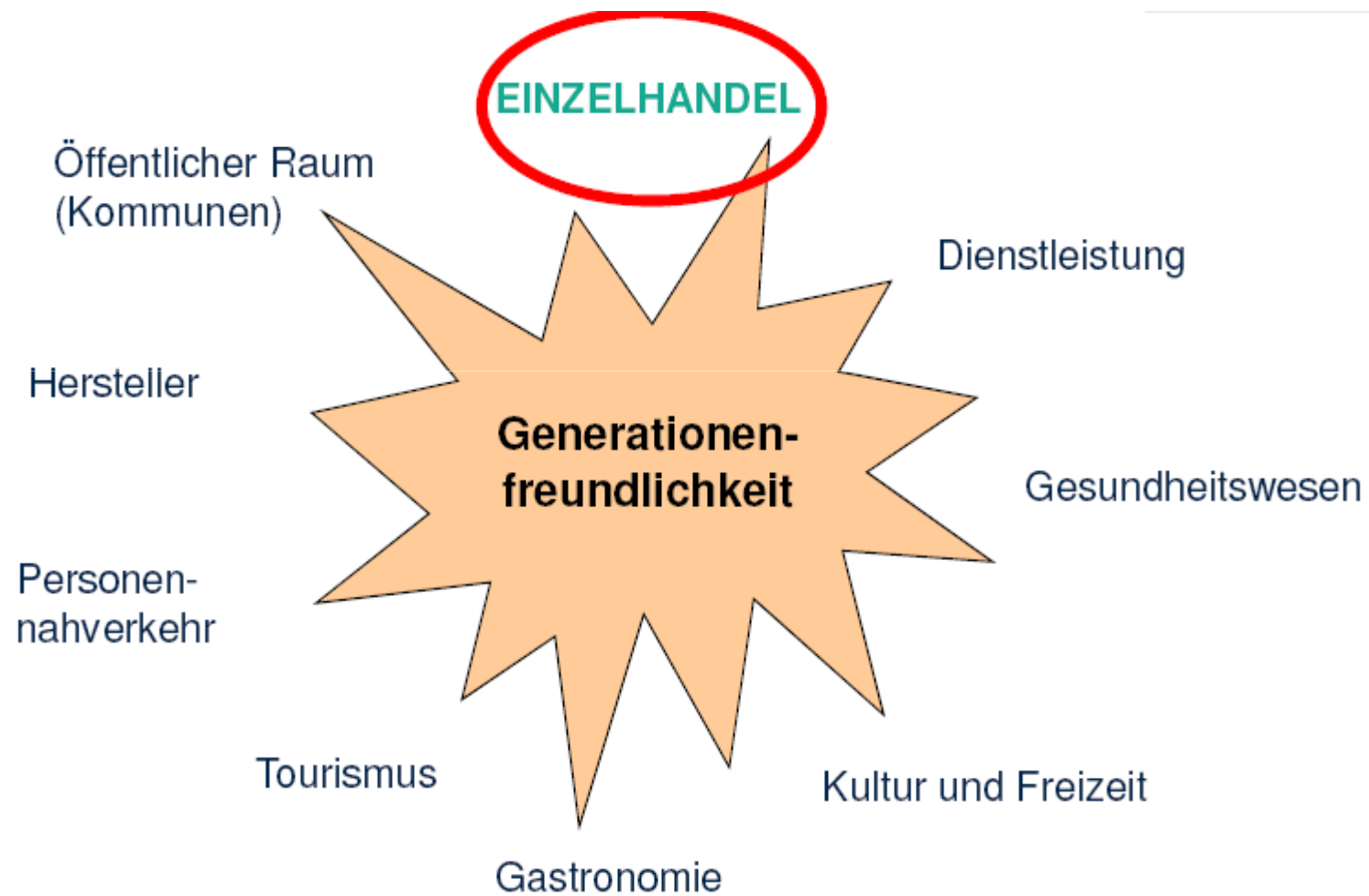


- ... konsumfreudiger und aufgeschlossener**
- ... gebildeter und stellen größere Ansprüche**

Konsequenzen

- Geänderte Nachfrage nach Konsumgütern und Dienstleistungen
- Anforderungen an den Handel

- Gut erreichbare Einkaufsmöglichkeiten sind **ein Stück Lebensqualität**.
- Einkaufen sollte keine Last bereiten, sondern Vergnügen – auch und gerade den Menschen, die den Einkaufsbummel unter „**erschwerten 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!**

**„Qualität ist ein Grad,
in dem ein Satz
inhärenter Merkmale Anforderungen erfüllt.“**

ISO 9000

Noch Fragen?

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)				
☐ vorhanden und in Eigenregie geführt (weiter mit Frage 1) ☐ 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)	☐ ja	☐ nein
2	C	Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? (zum Beispiel breitere Parkplätze für Behinderte, Frauen- oder Familienparkplätze)	☐ 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)	☐ ja	☐ nein
4	B	Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)	☐ 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?	☐ 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

Sind die Preise an der Ware oder am Regal gut lesbar?

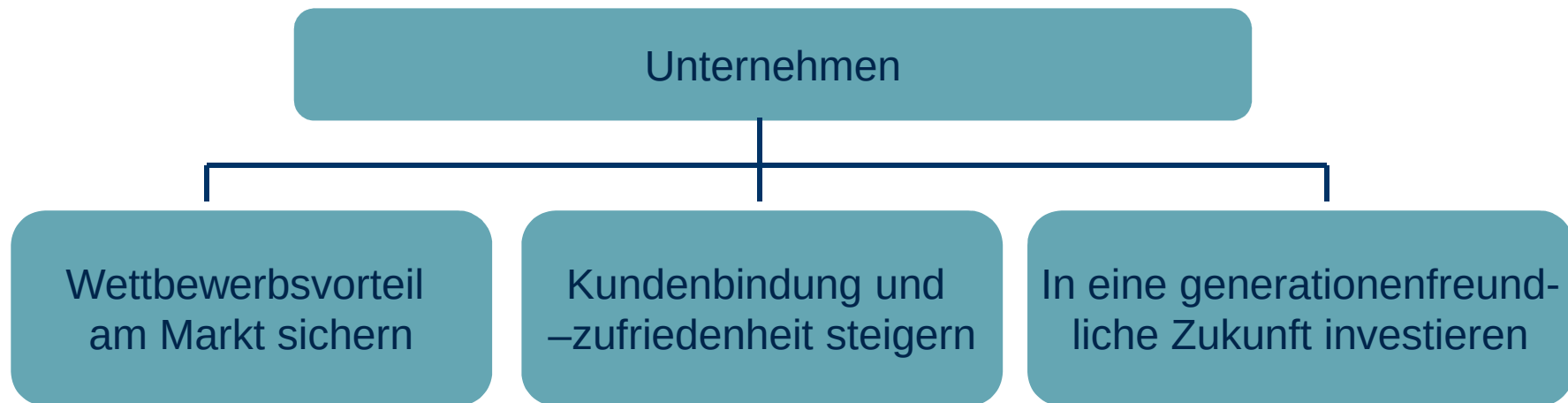


Bildmaterial aus dem generationenfreundlichen Handel



So kann es aussehen...





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

=> Stärkung regionaler Partnerschaften

=> für alle Geschäfte

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





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

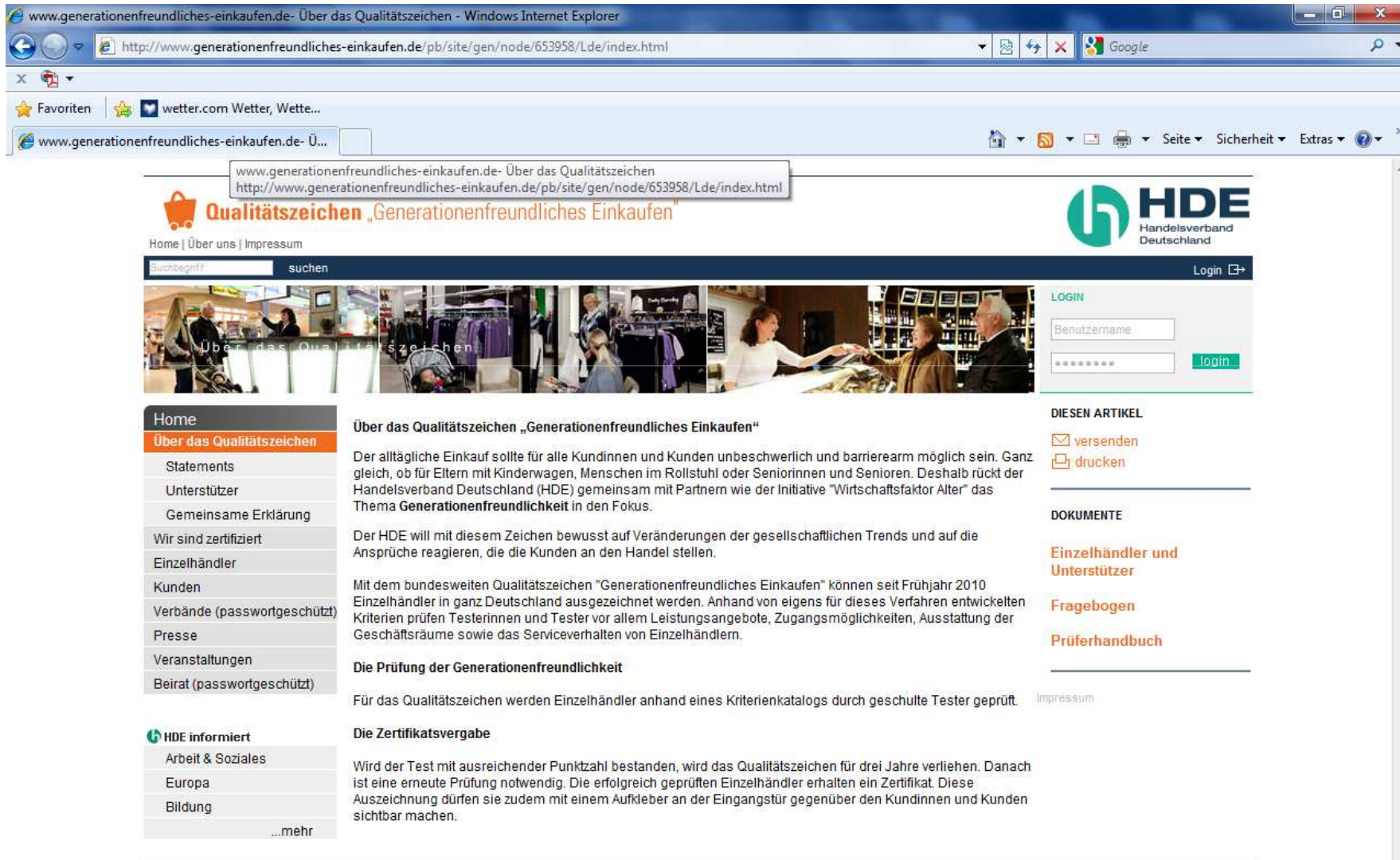
Anzahl der Geschäfte, die zertifiziert sind:

- bundesweit: über 4300 Betriebe
- davon in NRW: rund 450



Die Website

www.generationenfreundliches-einkaufen.de



www.generationenfreundliches-einkaufen.de - Über das Qualitätszeichen - Windows Internet Explorer

http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de/pb/site/gen/node/653958/Lde/index.html

Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Home | Über uns | Impressum

suchen

LOGIN

Benutzername

password

login

DIESEN ARTIKEL

versenden

drucken

DOKUMENTE

Einzelhändler und Unterstützer

Fragebogen

Prüferhandbuch

Home

Über das Qualitätszeichen

Statements

Unterstützer

Gemeinsame Erklärung

Wir sind zertifiziert

Einzelhändler

Kunden

Verbände (passwortgeschützt)

Presse

Veranstaltungen

Beirat (passwortgeschützt)

HDE informiert

Arbeit & Soziales

Europa

Bildung

...mehr

Über das Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Der alltägliche Einkauf sollte für alle Kundinnen und Kunden unbeschwerlich und barrierearm möglich sein. Ganz gleich, ob für Eltern mit Kinderwagen, Menschen im Rollstuhl oder Seniorinnen und Senioren. Deshalb rückt der Handelsverband Deutschland (HDE) gemeinsam mit Partnern wie der Initiative "Wirtschaftsfaktor Alter" das Thema **Generationenfreundlichkeit** in den Fokus.

Der HDE will mit diesem Zeichen bewusst auf Veränderungen der gesellschaftlichen Trends und auf die Ansprüche reagieren, die die Kunden an den Handel stellen.

Mit dem bundesweiten Qualitätszeichen "Generationenfreundliches Einkaufen" können seit Frühjahr 2010 Einzelhändler in ganz Deutschland ausgezeichnet werden. Anhand von eigens für dieses Verfahren entwickelten Kriterien prüfen Testerinnen und Tester vor allem Leistungsangebote, Zugangsmöglichkeiten, Ausstattung der Geschäftsräume sowie das Serviceverhalten von Einzelhändlern.

Die Prüfung der Generationenfreundlichkeit

Für das Qualitätszeichen werden Einzelhändler anhand eines Kriterienkatalogs durch geschulte Tester geprüft.

Die Zertifikatsvergabe

Wird der Test mit ausreichender Punktzahl bestanden, wird das Qualitätszeichen für drei Jahre verliehen. Danach ist eine erneute Prüfung notwendig. Die erfolgreich geprüften Einzelhändler erhalten ein Zertifikat. Diese Auszeichnung dürfen sie zudem mit einem Aufkleber an der Eingangstür gegenüber den Kundinnen und Kunden sichtbar machen.

Impressum

Handelsverband Deutschland © 2012 - Impressum