



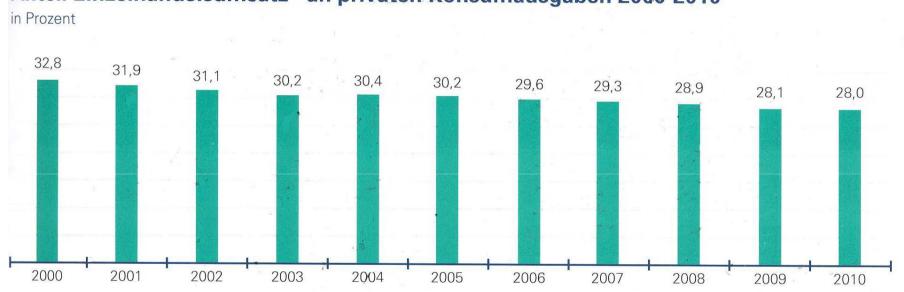


Generationenfreundliches Einkaufen 20. November 2012

Anteile Einzelhandelsumsatz * an privaten Konsumausgaben







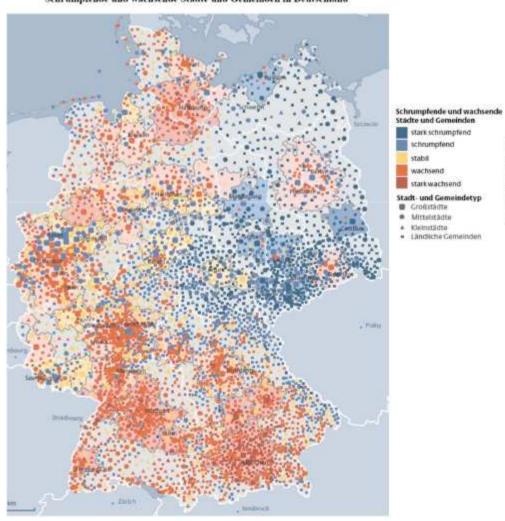
^{*} Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken

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





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

stark schrumpfend

schrumpfend

stabil.

wachsend

Großstädte

 Mittelstädte * Kleimstädte

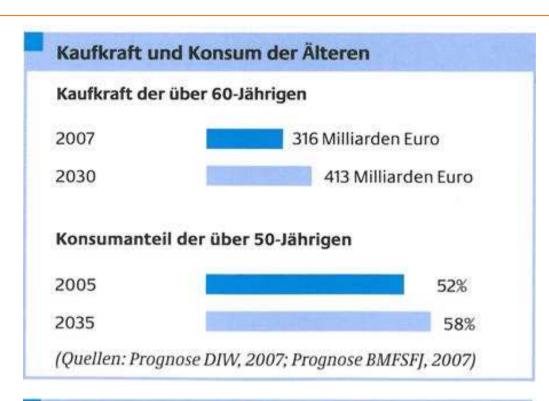
Ländliche Gemeinden.

stark wachsend

Datenbasis: Laufende Raumbeobachtung des BBR Geometrische Grundlage: BKG, Gemeindeverblinde, 31.12.2006

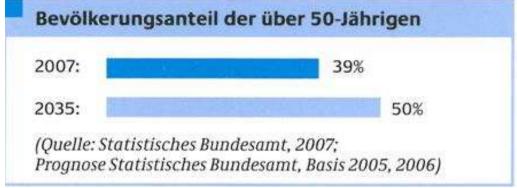
Ältere Konsumenten – Ein Wirtschaftsfaktor, nicht nur im Einzelhandel







=> 2.360 Euro pro Monat



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

Es nützt allen Konsumenten



- 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.

Transparenz und Vertrauen





- 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	В	Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplat- zes gut und eindeutig zu erkennen? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)	ja	nein
2	С	Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? (zum Beispiel breitere Parkplätze für Behinderte, Frauen- oder Familienparkplätze)	ja	nein
2 8				
Barrierearme und sichere Fußwege von Parkbereich zum Geschäft (wenn in Eigenregie geführt)				
3	А	Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? (zum Beispiel keine Stolperfallen oder Unebenhei- ten, sondern abgesenkte Bordsteine, helle Wege)	ja	nein
4	В	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	В	Werden Sie von Mitarbeitern beachtet?	ja	nein

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



Sind Gefahrenquellen – falls vorhanden – markiert?



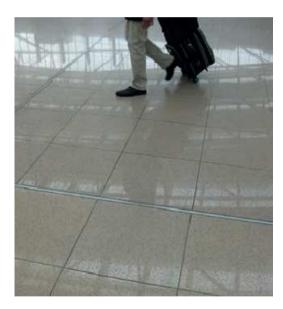
Beispiel für eine Eingangstür mit Markierung Quelle: Galeria-Kaufhof

Ist der Ein- und Austritt der Rolltreppe farblich markiert?



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

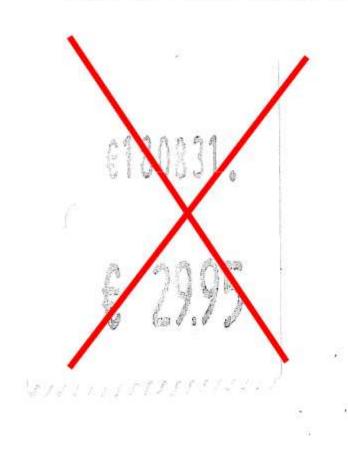
Ist der Boden rutschfest und spiegelfrei?



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...

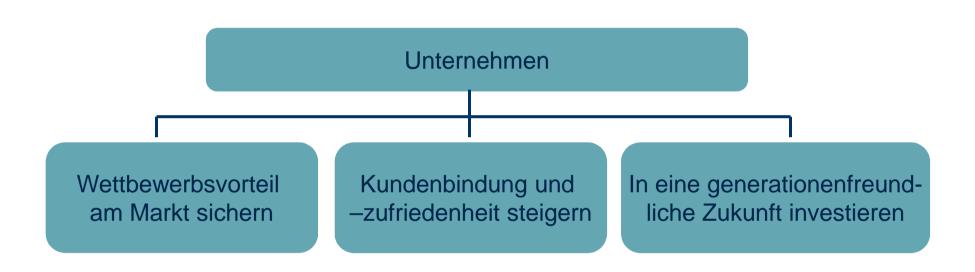






Unternehmen profitieren





- => 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 Einzelhande

verleiht der

GALERIA Kaufhof GmbH am Alexanderplatz in Berlin

das Qualitätszeichen "Ausgezeichnet Generationenfreundlic

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 Kriteriums 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

Bundesweite Zertifizierungen



Anzahl der Geschäfte, die zertifiziert sind:

- bundesweit: über 4300 Betriebe

- davon in NRW: rund 450



Die Website www.generationenfreundliches-einkaufen.de



