



Übersicht Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Was ist das Qualitätszeichen? – Ziele und Hintergründe*

Ob für Eltern mit Kinderwagen, Menschen im Rollstuhl oder Seniorinnen und Senioren – Einkaufen sollte für jeden bequem und barrierearm möglich sein. Die Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden und guter Service sind für Unternehmen wichtig, um eine zufriedene und auch treue Kundschaft zu gewinnen und sich von Mitbewerbern abzuheben.

Dass es hier Handlungsbedarf gibt, zeigt eine Umfrage der Initiative "Wirtschaftsfaktor Alter", nach der mehr als die Hälfte der Teilnehmer ihre Bedürfnisse an ein bequemes Einkaufen höchstens mittelmäßig berücksichtigt sahen. Jeder Zehnte beurteilte die Einkaufsbedingungen sogar als "schlecht" oder "sehr schlecht". Die Befragten bemängelten insbesondere die erschwerte Erreichbarkeit vieler Geschäfte, beispielsweise durch Stufen im Eingangsbereich, unübersichtliche Beschilderungen in den Läden sowie häufig nur schwer lesbare, weil zu klein gedruckte und schlecht beleuchtete Auszeichnung an den Regalen. Jeder zweite Befragte gab an, sich häufig über die Enge und mangelnde Bewegungsfreiheit zwischen den Regalen zu ärgern, die das Einkaufen mit Einkaufswagen, Rollatoren oder Kinderwagen erschweren. Ebenfalls jeder zweite Befragte wünschte sich mehr Sitzgelegenheiten und Kundentoiletten in den Geschäften.

Die Ergebnisse bestätigen die Aktualität, aber auch die Chancen, die sich für Geschäfte ergeben, wenn sie sich der Generationenfreundlichkeit annehmen. Das Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“, das gemeinsam vom Handelsverband Deutschland (HDE) und seiner Landes- und Regionalverbände, der Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“ und weiteren Partnern entwickelt wurde, bietet Einzelhändlern konkrete Ansatzpunkte, sich durch Generationenfreundlichkeit von Mitbewerbern abzuheben.

Der HDE hat mit seiner Arbeit die Basis dafür gelegt, dass die Prüfungen der Einzelhandelsunternehmen und die Vergabe des Qualitätszeichens **bundesweit** nach einem einheitlichen Verfahren und denselben Maßstäben erfolgen können. Die Verbände vor Ort führen die Zertifizierungen durch, vergeben das Qualitätszeichen an generationenfreundliche Unternehmen. Der HDE wertet zentral die Fragebögen aus und meldet die Ergebnisse an die Verbände zurück.

Interessierte Einzelhändler in ganz Deutschland, **egal ob Mitglied oder Nichtmitglied der dem HDE angeschlossenen regionalen Einzelhandelsverbände**, können sich anhand festgelegter und objektiver Kriterien auf ihre Generationenfreundlichkeit hin prüfen und auszeichnen lassen. So soll ein positives Image für die Branche und die zertifizierten Geschäfte erreicht werden und Generationenfreundlichkeit mittelfristig zu einem Markenzeichen des deutschen Einzelhandels werden.

Ablauf

Bei der Vergabe des Qualitätszeichens führen die **regionalen Einzelhandelsverbände** Regie. Sie suchen und ernennen Tester aus ihren Reihen aus und machen die Einzelhandelsunternehmen vor Ort auf das Qualitätszeichen aufmerksam, organisieren die



Zertifizierung der Einzelhandelsbetriebe und senden die Fragebögen zur Auswertung an den HDE.

Wenn ein Unternehmen sich zertifizieren lassen möchte, ist es hilfreich, wenn es den Anmeldebogen ausfüllt und an den regionalen Ansprechpartner schickt. Zusätzlich dazu werden auf dem Anmeldebogen auch datenschutzrechtliche Aspekte der Verwendung der zertifizierten Unternehmen abgefragt.

Sobald sich Unternehmen melden, die sich zertifizieren lassen möchten, informieren die regionalen Verbände die Unternehmen, dass Tester zeitnah in das Geschäft kommen werden. Nach der Begehung und Prüfung der Geschäfte durch die Tester werden die Fragebögen (jeweils nur einer pro Geschäft) zur Auswertung an den HDE geschickt. Die Rückmeldung des Testergebnisses erfolgt durch den HDE, die Bereitstellung der entsprechenden Urkunden durch den regionalen Verband. Die Regionalverbände teilen den Bewerbern das Ergebnis mit. Die Anzahl der Logos „Ausgezeichnet generationenfreundlich“, die ein Unternehmen erhält, orientiert sich an der Größe des Geschäfts und der Anzahl der Eingangstüren.

Nach erfolgreicher Zertifizierung übergeben die regionalen Verbände die Zertifizierungsurkunde und die Logo-Aufkleber an die Einzelhandelsunternehmen. **Das Zertifikat ist drei Jahre gültig.** Zur Erzielung einer entsprechenden Öffentlichkeitswirkung für das Qualitätszeichen und für die zertifizierten Unternehmen kann die Verleihung des Zertifikats im Rahmen einer Presseveranstaltung erfolgen.

Kriterien

Das Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“ wird anhand festgelegter und nachvollziehbarer Beurteilungskriterien vergeben. Der Fragebogen ist in sieben Kategorien aufgeteilt, die jeweils einzelne Bereiche (Erreichbarkeit des Geschäfts, Eingang zum Geschäft, Mitarbeiter / Servicequalität, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Service und Kasse) abfragen und bewerten.

Es werden nur die Kriterien in einem Geschäft abgefragt und bewertet, die vorhanden sind, so dass sich für viele kleinere Unternehmen die Zahl der Prüfkriterien deutlich reduziert. Ist ein Kriterium nicht vorhanden (zum Beispiel eine Rolltreppe in einem ebenerdigen Geschäft), wird dieses Kriterium ersatzlos aus der Prüfliste gestrichen. Natürlich werden Unterschiede bei Betriebsformen und Einzelhandelsbranchen durch die Tester bei der Begehung beachtet. Es werden überwiegend harte Fakten zu Ladengestaltung etc. abgefragt. Hier haben z.B. kleinere Unternehmen allerdings die Möglichkeit, durch Service zu punkten. Ist zum Beispiel keine Rampe oder kein Treppenlift am Eingang anzubringen, so ist die persönliche Hilfe, um in den Laden zu gelangen, eine ausreichende Kompensation. Gleiches gilt für das Anreichen von Waren aus höheren Regalen. Das Personal muss jedoch hierfür aufmerksam und vom Kunden einfach herbeizuholen sein.

Die Bewertung der einzelnen Kriterien erfolgt anhand einer festgelegten Wertigkeit und einem vorgegebenen Beurteilungsschlüssel, der nicht verändert werden kann (A-Kriterien), die erfüllt sein müssen, um das Zertifikat zu erhalten. Andere Kriterien sollten erfüllt werden und dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl bzw. der Verbesserung des Gesamtergebnisses.

Das Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“ wird vergeben, wenn mindestens 70 Prozent der jeweils möglichen Gesamtpunktzahl erreicht werden und alle bewertbaren A-Kriterien erfüllt sind.



Die Kriterien in den einzelnen Kategorien sind in drei verschiedene Wertigkeiten eingeteilt:

A-Kriterien (= Kernkriterien)

Diese Kriterien müssen, wenn sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein. A-Kriterien werden mit drei Punkten bewertet.

B-Kriterien (= Zusatzkriterien)

Diese Kriterien sollten erfüllt sein und sind notwendig, um die Mindestpunktzahl zu erreichen. B-Kriterien werden mit zwei Punkten bewertet.

C-Kriterien (= Bonuskriterien)

Diese Kriterien dienen der Verbesserung des Ergebnisses und der Erreichung der Mindestpunktzahl. C-Kriterien werden mit einem Punkt bewertet.

Des Weiteren gibt es Sonderpunkte. Diese werden zur Gesamtpunktzahl addiert. Durch die Sonderpunkte kann ein Geschäft das Gesamtergebnis nur verbessern, nicht verschlechtern. Werden keine Sonderpunkte vergeben, wird das Kriterium ersatzlos gestrichen.

Auf der Internetseite des Qualitätszeichens www.generationenfreundliches-einkaufen.de ist ein Schnelltest hinterlegt, der Einzelhändlern einen ersten Eindruck gibt, ob sie bereits generationenfreundlich sind.

Hier eine grobe Übersicht der Kriterien:

Erreichbarkeit des Geschäfts

Diese Kriterien befassen sich mit der Gestaltung und Sicherheit des Parkbereichs sowie der Fußwege zum Geschäft. Beschilderung und sichere Wegeführung sind hier besonders wichtig.

Eingangsbereich

Hier wird erfragt, ob der Eingangsbereich gut zu überwinden ist, beispielsweise indem es mindestens einen barrierearmen Zugang zum Geschäft gibt oder die Eingangstüren leichtläufig sind.

Ladengestaltung

Eine gut durchdachte Gestaltung der Verkaufsräume kommt jungen und älteren Kunden zu Gute und dient einer angenehmen Einkaufsatmosphäre. Daher umfasst diese Kategorie beispielsweise Fragen zur blendfreien Beleuchtung, der Sicherheit der Böden, der Markierung von Gefahrenquellen oder Hindernissen, der Gestaltung von Informationstafeln oder Schildern. Auch Treppen, Rolltreppen, Aufzüge oder und Tester unterzogen.

Kasse

Ist der Durchgang an der Kasse mindestens 90 cm breit? Ist das Kassendisplay für Kunden gut zu erkennen? Gibt es eine Ablagefläche an und/oder hinter der Kasse? Kategorie „Kasse“ wieder und stellen Generationenfreundlichkeit auch am Ende des Einkaufs sicher.

Sortimentsgestaltung

Diese Kategorie enthält beispielsweise Fragen zur Kennzeichnung von Waren- und Produktbereichen, der Lesbarkeit der Preise am Regal oder von Produktschildern.

Service

Mit Dienstleistungen können sich Einzelhandelsunternehmen von ihren Mitbewerbern abheben und Akzente im Wettbewerb setzen. Sie stellen für alle Generationen eine



Bereicherung dar und machen den Einkauf angenehmer und bequemer. Daher wird Kundentoiletten, Ruhe- oder Sitzgelegenheiten, Kinderspielecken oder zusätzliche Dienstleistungen wie Hol- und Bringservice erfragt werden.

Mitarbeiter / Servicequalität

Werden Kunden durch die Mitarbeiter beachtet und auf Wunsch zur Ware begleitet? Sind Erklärungen der Mitarbeiter leicht zu verstehen oder können Kunden und Kundinnen Lob oder Tadel loswerden? Dies sind Fragen, die durch die Kategorie „Mitarbeiter / Servicequalität“ aufgegriffen werden.

Sonderpunkte

Zusätzlich zu den genannten Kategorien können Einzelhändler weitere Punkte sammeln, um das Gesamtergebnis zu verbessern. Dies ist möglich, wenn beispielsweise eine Behindertentoilette vorhanden ist oder weitere Dienstleistungen angeboten werden, die eine Bereicherung für Kunden darstellen.

Hinweise und Gebühren

Da freiwillige, ehrenamtliche Tester eingesetzt werden sollen, sind die Kosten für die Durchführung der Prüfungen moderat. Die Gebühren richten sich nach der Quadratmeterzahl der Verkaufsfläche.

Die Preisstaffelung ist wie folgt (Erstzertifizierung):

bei Geschäften bis 500 qm	200 Euro
bei Geschäften bis 2.500 qm	275 Euro
bei Geschäften bis 10.000 qm	500 Euro
bei Geschäften bis 25.000 qm	750 Euro
bei Geschäften größer 25.000 qm	1.350 Euro

Die Preise verstehen sich alle zuzüglich Mehrwertsteuer.

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

Die Preisstaffelung ist hier wie folgt:

< 15.000 qm	7.000 Euro
15.000 qm – 25.000 qm	9.000 Euro
25.000 qm – 35.000 qm	12.000 Euro
35.000 qm – 45.000 qm	14.000 Euro
> 45.000 qm	16.000 Euro

Jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer.

Zudem wird eine Fahrtkostenpauschale in Höhe von 30 Euro in Rechnung gestellt.

Die Rechnungen sind von den Unternehmen vor Inanspruchnahme der Leistung zu begleichen. Wird eine Zertifizierung nicht bestanden, so hat das Unternehmen drei Monate Zeit zur Nachbesserung und ein Anrecht auf eine kostenlose Nachprüfung. Wird diese nicht bestanden, dann fallen im nächsten Versuch die Gebühren erneut an.

Hinweise: ¹Bei geschlechtsabhängigen Formulierungen sind stets die männliche und weibliche Form gemeint. Aus Vereinfachungsgründen wird im Text nur die männliche Form gewählt.

²Bei Nichtmitgliedern erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 50,00 Euro. Beim Abschluss einer Mitgliedschaft wird die bereits bezahlte Bearbeitungsgebühr gutgeschrieben.