

Umfrageergebnis: Wünsche für angenehmen Einkauf

21.08.2018

(Euskirchen) In einer Regelmäßigkeit fragt der Seniorenverband BRH bei seinen Mitgliedern und auch Gästen nach **Einkaufsgewohnheiten und Wünschen zum angenehmen Einkauf** nach. Die Ergebnisse dieser Umfragen lassen einen klaren Handlungsbedarf erkennen: Die Geschäftswelt kann einiges tun, um den älteren Menschen das Einkaufen zuvorkommender und auch im gewissen Sinne genießbarer zu gestalten.

Der Seniorenverband hat dieses Thema auch oft gemeinsam in Zusammenarbeit z. B. mit der Seniorenunion CDU, auch unter Beteiligung bei Umfragen von Schulen abgearbeitet, bei Umfragen Besichtigungen durchgeführt und der Geschäftswelt Vorschläge gemacht. Natürlich wurde dieses Thema dann auch immer wieder auf Landes- und Bundesebene in den dortigen Arbeitsgemeinschaften der Senioren eingebracht.

Die Umfragen waren stets nicht mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten, sondern in allen Fällen wurden detaillierte Antworten abgefragt. Dabei wurde deutlich: Die Geschäftswelt befindet sich aus Sicht der Älteren nicht immer auf der Insel der Glückseligen. Denn, wo ältere Menschen aktiv sind und sich im Alltag einmischen, ist häufig auch eine gute Kritikfähigkeit gegeben.

Unser Fazit: Kundenfreundliches Einkaufen heißt für die Senioren eher, Möglichkeiten zu schaffen, die das Einkaufen angenehmer, schöner und auch lebendiger machen.

Und so sehen die **Ergebnisse der BRH-Umfragen** aus:

So gibt es ganz bestimmte „dringliche“ Merkmale der älteren Menschen, dazu gehören beispielsweise:

- fehlende breite Gänge,
- oft durch weitere Verkaufsartikel oder Werbeträger zugestellte Gänge,
- fehlende Ruhezonen mit Sitzmöglichkeiten,
- eine Kundentoilette, Waren/Artikel zu tief oder zu hoch abgelegt,
- fehlende gute, lesbare Beschilderung.

Immer wieder hat der BRH zudem kleinere Beanstandungen notiert wie

- fehlende Sauberkeit,
- vermisste Freundlichkeit der Bedienung,
- fehlende persönliche Bedienung/Ansprechpartner.

Mit Zurückhaltung wird auf weitere Wünsche reagiert, dennoch wurde festgehalten: Für die ältere Generation sind gerne auch Serviceleistungen wie zum Beispiel Bringdienste bis zur Haustüre von

Bedeutung. **Weniger oft gefordert, aber dennoch nachgefragt:**

- Möglichkeit, Waren zu probieren,
- Nutzung eines Info-Standes,
- schnelles Auffinden eines ansprechbaren Mitarbeiters.

Weniger Bedeutung haben für ältere Menschen frühe, späte, lange Öffnungszeiten. Keine aktuellen Erkenntnisse gibt es für den BRH z.Zt. zum neuen „Payback-Karte-Verfahren, dem Sammeln von Treuepunkten, der Handhabung der Kundenkarten.

Immer stand am Ende der Ermittlungen/Erfassungen eine Summe von Verbesserungsvorschlägen, die auch Unternehmern vom BRH - speziell, wenn neue Supermärkte gebaut und eröffnet werden sollten - schon zur Planung vorgetragen und dankend entgegengenommen wurden.

Aus den BRH Verbesserungsvorschlägen wird außerdem noch festgehalten:

Wichtig für Ältere ist

- Platzierung und Sortierung der Waren nicht ständig wechseln,
- eine lesbare Gangbeschilderung,
- ärgerlich sind lange Wartezeiten an der Kasse in engen Zugängen, die dann ein Schlangestehen erfordern, man fühlt sich gedrängt, verspürt Hektik, es besteht Furcht vor Taschendieben,
- die Preisauszeichnungen sind nicht nur schlecht lesbar, sie sind auch für die unteren und hohen Regalböden zu klein.

Der Ruf nach funkgesteuerten Preisschildern wird immer deutlicher, man kann dann durch Antippen des betreffenden Preisschildes eine Vergrößerung erzielen, Preisauszeichnungen werden auch oft zu Suchrätseln

Letztlich ist ein ganz eigenes Thema, dem der BRH Aufmerksamkeit gewidmet hat, noch zu nennen:

Das eigene Auto ist offensichtlich das beliebteste Transportmittel beim Einkauf, das wiederum verlangt Erreichbarkeit und bequeme (geräumige) Parkmöglichkeiten. Die älteren Mitmenschen haben auch stets ein Mangel an Sicherheitsgefühl beklagt: Es fehle auch beim Einkauf oft der von früher gewohnte Schutzmann in Uniform an der Straßenecke.

Abschließend nicht uninteressant: Man sollte sich auch überlegen, für Dinge/Situationen/Sachverhalte, die nicht funktionieren, eine Erinnerung - z.B. eine „Zitrone“ - auszugeben. Umgekehrt aber auch positive Feststellungen mit einem gut sichtbaren Label an der Außenfront auszuzeichnen.

[Zur Nachrichtenübersicht](#)