

Mitteilung – zur Kenntnisnahme –

Einzelhandel in Berlin: Interessen von Seniorinnen und Senioren als Käufergruppe stärker berücksichtigen

Drucksachen 19/1586 und 19/1833 – Schlussbericht

Der Senat von Berlin
WiEnBe II B 2/II B 2 Ya
9013 - 8925

An das
Abgeordnetenhaus von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

Mitteilung

- zur Kenntnisnahme -

über Einzelhandel in Berlin: Interessen von Seniorinnen und Senioren als Käufergruppe stärker berücksichtigen

- Drucksachen Nrn. 19/1586 und 19/1833 -
- Schlussbericht -

Der Senat legt nachstehende Mitteilung dem Abgeordnetenhaus zur Besprechung vor:

Das Abgeordnetenhaus hat in seiner Sitzung am 12. September 2024 Folgendes beschlossen:

„Der Senat wird aufgefordert, gemeinsam mit der Landesseniorenvertretung, dem Landesseniorenbeirat, dem Handelsverband Berlin Brandenburg und der IHK ein Konzept zu entwickeln, um die Interessen von Seniorinnen und Senioren als Käufergruppe sichtbar zu machen und bei der Gestaltung des Einkaufs stärker zu berücksichtigen. Dabei sollen insbesondere folgende Ziele berücksichtigt werden:

- Sicherheit im Verkaufsraum: Aufsteller und Saison-Produktangebote so aufstellen, dass keine Sturzgefahren entstehen. Beim Nachfüllen der Produkte Paletten so stellen, dass für Rollatoren und andere Mobilitätshilfen ausreichend Platz bleibt.
- Automatik-Türen als Eingangstüren zum Standard machen, Schwellen vermeiden bzw. einebnen
- Breiter Kassenraum: Mindestbreite für Rollstühle und Rollatoren berücksichtigen, Servicetresen absenken, Hilfe beim Einpacken anbieten
- Gutes Erreichen von Produkten: Im Verkaufsraum ist auf eine gute Beleuchtung zu achten und die Regale dürfen nicht zu hoch angeordnet sein.
- Rollstuhlgerechte Einkaufswagen als Standard in Verkaufsräumen anbieten

- Gute Lesbarkeit: Größere Preisschilder an den Regalen, Etiketten mit großer Schrift, Informationen für die Kundinnen und Kunden in großer Schrift und deutlich drucken
- Musik und Durchsagen: Musikfreie Zonen im Verkaufsraum anbieten, insbesondere, wenn wichtige Ansagen über Lautsprecher erfolgen. Bei Ansagen auf eine deutliche Stimme achten.
- Ruhezonen: Im Verkaufsraum oder unmittelbarer Nähe Sitzgelegenheiten vorsehen, damit sich Seniorinnen und Senioren ausruhen können. Diese Zonen um einen Wasserspender ergänzen.
- Kunden-WC mit automatischer Türöffnung vorhalten, die mit kurzen Wegen erreichbar sind
- Seniorengerechte Wege: Lange Laufwege und Treppenläufe vermeiden und Rolltreppen zum Standard machen, Aufzüge vorsehen

Dem Abgeordnetenhaus ist bis zum 31. Dezember 2024 zu berichten.“

Hierzu wird berichtet:

A. Begründung:

Die demografische Entwicklung in Berlin zeigt einen kontinuierlichen Anstieg der älteren Bevölkerung, die zunehmend eine bedeutende Zielgruppe im Einzelhandel darstellt. Angesichts dieser Entwicklung ist es von zentraler Bedeutung, die spezifischen Bedürfnisse und Interessen der Seniorinnen und Senioren im Einzelhandel zu erkennen und zu stärken. Die vorliegende Senatsvorlage zielt darauf ab, über bestehende Maßnahmen zu berichten, die den Zugang zu Waren und Dienstleistungen für ältere Menschen erleichtern, ihre Einkaufserlebnisse verbessern und ihre Teilhabe am gesellschaftlichen Leben fördern. Durch gezielte Anreize und Initiativen sollen Einzelhändlerinnen und Einzelhändler motiviert werden, ihre Angebote an die Bedürfnisse dieser Generation anzupassen. Dies umfasst unter anderem die Verbesserung der Barrierefreiheit in Geschäften, die Schulung von Personal im Umgang mit älteren Kundinnen und Kunden sowie die Schaffung von attraktiven Einkaufsbedingungen, die die Selbstständigkeit und Lebensqualität der Seniorinnen und Senioren erhöhen. Mit dieser Vorlage möchte der Senat einen nachhaltigen Beitrag zur Stärkung der Interessen der Seniorinnen und Senioren im Einzelhandel leisten und somit eine inklusive und generationenübergreifende Handelslandschaft in Berlin fördern. Daher ist sich der Senat mit den beteiligten Akteurinnen und Akteuren wie dem Handelsverband Berlin Brandenburg (HBB), der Industrie- und Handelskammer zu Berlin (IHK), dem Landesseniorenbeirat (LSBB, bestehend aus den Vorsitzenden der 12 bezirklichen Seniorenvertretungen und 12 Vertreterinnen und Vertretern von Seniorenorganisationen) einstimmig darüber einig, das Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“ stärker auszubauen bzw. dem betroffenen Adressatenkreis bekannt zu machen.

1. Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“

Das Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“ besteht seit 2010 und zeichnet Geschäfte aus, die ein bequemes, angenehmes und barrierefreies Einkaufserlebnis für Menschen jeden Alters bieten. Dieses Konzept wurde auf Initiative des Handels entwickelt

und erhielt finanzielle Unterstützung aus dem Bundesprogramm „Wirtschaftsfaktor Alter“. In einer bundesweiten Arbeitsgruppe, an der auch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe (SenWiEnBe) mitwirkte, wurde das Konzept erarbeitet. Die SenWiEnBe ist somit auch Mitinitiatorin des seit 2010 in ganz Deutschland verliehenen Qualitätszeichens.

Das Konzept besteht aus einem Kriterienkatalog, anhand dessen der alltägliche Einkauf für Kundinnen und Kunden unbeschwerlich ermöglicht werden soll.

Die Bewertung der Geschäfte erfolgt anhand von 63 Kriterien, die insbesondere die Leistungsangebote, Zugangsmöglichkeiten, die Ausstattung der Geschäftsräume und das Serviceverhalten der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler umfassen. Diese Kriterien sind in drei Kategorien unterteilt:

A-Kategorie (Kernkriterien)

B-Kategorie (Zusatzkriterien)

C-Kategorie (Bonusoptionen zur Verbesserung des Ergebnisses)

Einzelhändlerinnen und Einzelhändler erhalten das Qualitätszeichen, wenn sie alle bewertbaren A-Kriterien erfüllen und gleichzeitig mindestens 70 % der maximalen Punktzahl erreichen. Das Zertifizierungsverfahren wird von den Wirtschaftssenioren durchgeführt und das Zertifikat hat eine Gültigkeit von drei Jahren. Die Wirtschaftssenioren für Berlin-Brandenburg sind ein gemeinnütziger Verein, dessen Mitglieder ehemalige Unternehmerinnen/Unternehmer, Fach- und Führungskräfte aus verschiedenen Branchen sind. Um das Zertifikat über drei Jahre hinaus zu behalten, ist eine erneute Prüfung oder Rezertifizierung erforderlich.

Im Beschluss des Abgeordnetenhauses wird neben der Forderung nach der Entwicklung eines neuen Konzepts auch auf spezifische Aspekte hingewiesen, die berücksichtigt werden sollten, wie z.B. die Sicherheit im Verkaufsraum oder die einfache Erreichbarkeit von Produkten. Ein Vergleich der Anforderungen des Beschlusses mit dem Kriterienkatalog des Qualitätszeichens hat ergeben, dass lediglich drei Aspekte bzw. Teilaspekte (siehe gelbe Markierung) vom Kriterienkatalog des Qualitätszeichens nicht abgedeckt sind. Diese werden allerdings in den weiteren Arbeitsprozess des Qualitätszeichens eingebracht bzw. diskutiert.

Vergleich der Anforderungen des Beschlusses mit dem Kriterienkatalog des Qualitätszeichens:

Nr.	Forderungen Abgeordnetenhausbeschluss	Kriterienkatalog des Qualitätszeichen (s. Anlage)
1	Sicherheit im Verkaufsraum: Aufsteller und Saison-Produktangebote so aufstellen, dass keine Sturzgefahren entstehen. Beim Nachfüllen der Produkte Paletten so stellen, dass für	Beinhaltet in: Frage 15: Sind die Hauptwege barrierearm und mindestens 90 cm (im Wendebereich mindestens 120 cm) breit? Frage 17: Ist der Boden rutschfest? Frage 20: Sind Gefahrenquellen - falls vorhanden - markiert?

	Rollatoren und andere Mobilitätshilfen ausreichend Platz bleibt.	Frage 21: Sind die Wege im Geschäft frei von Hindernissen und gut zugänglich? Frage 22: Sind alle Hauptverkaufsflächen barrierearm zugänglich?
2	Automatik-Türen als Eingangstüren zum Standard machen, Schwellen vermeiden bzw. Einebnen.	Beinhaltet in: Frage 3: Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? Frage 10: Ist mindestens ein Zugang zum Geschäft ebenerdig? Frage 11: Stehen die Eingangstüren offen, öffnen sie sich automatisch beziehungsweise sind sie leicht per Hand zu öffnen?
3	Breiter Kassenraum: Mindestbreite für Rollstühle und Rollatoren berücksichtigen, Servicetresen absenken, Hilfe beim Einpacken anbieten	Beinhaltet in: Frage 59: Ist der Durchgang an der Kasse mindestens 90 cm breit? Haben Abteilungs- oder Etagenkassen mindestens 90 cm Bewegungsfreiheit? (Nicht enthalten: Servicetresen absenken & Hilfe beim Einpacken)
4	Gutes Erreichen von Produkten: Im Verkaufsraum ist auf eine gute Beleuchtung zu achten und die Regale dürfen nicht zu hoch angeordnet sein.	Beinhaltet in: Frage 13: Ist das Geschäft gut ausgeleuchtet? Frage 16: Sind die Selbstbedienungsregale maximal 170 cm hoch?
5	Rollstuhlgerechte Einkaufswagen als Standard in Verkaufsräumen anbieten	Nicht vorhanden. Frage 57 beinhaltet aber Einkaufswagen mit Leselupe oder Sitzgelegenheit für Erwachsene
6	Gute Lesbarkeit: Größere Preisschilder an den Regalen, Etiketten mit großer Schrift, Informationen für die Kundinnen und Kunden in großer Schrift und deutlich drucken	Beinhaltet in: Frage 41: Sind die Preise am Regal gut lesbar ausgezeichnet? Frage 42: Sind die Preise am Produkt und auf sonstigen Schildern überwiegend gut lesbar? Frage 60: Ist ein Kassendisplay vorhanden und für Kunden gut lesbar? Frage 62: Ist die Schrift des Kassensbons gut lesbar?
7	Musik und Durchsagen: Musikfreie Zonen im Verkaufsraum anbieten, insbesondere, wenn wichtige Ansagen über Lautsprecher erfolgen. Bei Ansagen auf eine deutliche Stimme achten.	Beinhaltet in: Frage 14: Ist die Hintergrundmusik dezent? (Nicht enthalten: Durchsagen bzw. bei Ansagen auf eine deutliche Stimme achten)
8	Ruhezonen: Im Verkaufsraum oder unmittelbarer Nähe Sitzgelegenheiten vorsehen, damit sich Seniorinnen und Senioren ausruhen können. Diese Zonen um einen Wasserspender ergänzen.	Beinhaltet in: Frage 50: Gibt es Sitzgelegenheiten oder einen Ruhebereich? Frage 53: Werden im Geschäft Getränke kostenlos angeboten?
9	Kunden-WC mit automatischer Türöffnung vorhalten, die mit kurzen Wegen erreichbar sind	Beinhaltet in: Frage 44: Ist eine Kundentoilette vorhanden? Frage 45: Ist mindestens eine Kundentoilette barrierearm oder multifunktional? Frage 46: Gibt es mindestens eine Behindertentoilette? Frage 47: Gibt es in der Toilette oder im Vorraum Ablageflächen? Frage 48: Sind in der Toilette Kleiderhaken vorhanden?

10	Seniorengeeignete Wege: Lange Laufwege und Treppenläufe vermeiden und Rolltreppen zum Standard machen, Aufzüge vorsehen	Beinhaltet in: Frage 10: Ist mindestens ein Zugang zum Geschäft ebenerdig? Frage 22: Sind alle Hauptverkaufsflächen barrierearm zugänglich? Frage 24: Sind die erste und die letzte Absatzstufe der Treppe kontrastreich gekennzeichnet? Fragen 25 bis 34 beinhalten Kriterien zu Rolltreppen, Aufzüge, Rollstuhlfahrerkabinen, etc.
----	---	---

Die 63 Prüfkriterien des Qualitätszeichens gehen jedoch weit über die im Beschluss genannten Anforderungen hinaus. Der Kriterienkatalog fragt beispielsweise nicht nur nach dem Vorhandensein von Kunden-WCs (Beschlussforderung 9), sondern auch nach vielen weiteren Aspekten, die die Nutzung der Toiletten betreffen. Dazu zählen die Barrierefreiheit der Kunden-Toiletten, das Vorhandensein von Toiletten für Menschen mit Behinderungen sowie Multifunktionalitätselemente wie Baby-Wickelmöglichkeiten und Kindertoiletten. Zudem werden zusätzliche Einrichtungen wie Ablageflächen und Kleiderhaken berücksichtigt. Es ist wichtig zu beachten, dass Vorgaben wie die Bereitstellung von Kunden-WCs in der Bauordnung geregelt sind und viele Anforderungen in den entsprechenden DIN-Normen festgelegt sind, die Standards für Barrierefreiheit und Zugänglichkeit von Gebäuden definieren.

Einige bautechnische Anforderungen, wie die Einführung von Automattüren als Eingangstüren, sind jedoch nicht immer sinnvoll. Die DIN 18040-1 (für öffentliche Gebäude) fordert automatische Türen nur, wenn mehr als 25 Nm (Newtonmeter) zum Öffnen erforderlich sind. Während automatische Türen den Komfort für viele Nutzerinnen und Nutzer erhöhen können, stellen sie für Menschen mit Sehbehinderungen eine besondere Herausforderung dar, da sie oft nicht manuell betätigt werden können und die Bewegungsfreiheit einschränken. Daher ist es wichtig, bei der Planung der Barrierefreiheit ein umfassendes Konzept zu entwickeln, das alle Aspekte der Barrierefreiheit einbezieht und sich nicht nur auf Einzelmerkmale konzentriert.

Da das Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“ bereits ein umfassendes Konzept darstellt, sind sich der Handelsverband Berlin Brandenburg (HBB), die Industrie- und Handelskammer zu Berlin (IHK), die SenWiEnBe und der Landesseniorenbeirat einstimmig darüber einig, keine Doppelstrukturen in Form neuer Maßnahmenpläne aufzubauen, sondern das umfassende bestehende Konzept stärker auszubauen bzw. bekannt zu machen. In diesem Zusammenhang soll insbesondere die digitale Präsenz des Qualitätszeichens durch eine Werbekampagne der vorgenannten Akteure verbessert werden, um das bestehende Konzept nach außen sichtbarer zu machen. Das Qualitätszeichen ist sowohl bei Einzelhändlerinnen und Einzelhändler als auch in der Bevölkerung bisher zu wenig bekannt. Nach Angaben des HBB verfügen derzeit 183 Geschäfte in Berlin über das Zertifikat, während es in Deutschland insgesamt rund 5.500 Geschäfte gibt.

2. Einbindung der Landesseniorenvertretung und des Landesseniorenbeirats (LSBB)

Der geringe Bekanntheitsgrad des Qualitätszeichens wurde in der Sitzung des Landesseniorenbeirats am 20.11.2024 deutlich, an der sowohl die SenWiEnBe als auch der HBB teilgenommen haben. In der Sitzung des LSBB präsentierte der HBB das Thema „Seniorinnen und Senioren im Einzelhandel“ aus der Perspektive des Handels. Das Qualitätszeichen wurde als Beispiel für die bisherigen Bemühungen des Handels genannt, die Bedürfnisse älterer Kundinnen und Kunden zu berücksichtigen. Der HBB betonte, dass dieses Thema im Einzelhandel bereits eine wichtige Rolle spielt und kontinuierlich weiterentwickelt wird.

Dem LSBB war das Qualitätszeichen zuvor nicht bekannt gewesen. Daraufhin hat die SenWiEnBe eine Umfrage an die Mitglieder des LSBB vorgeschlagen, die sowohl die Sichtbarkeit des Qualitätszeichens als auch einzelne Aspekte des barrierearmen Einkaufens zum Inhalt hatte. Die Umfrageergebnisse, die nachstehend näher erläutert werden, bestätigen zudem, dass 90 % der Befragten das Qualitätszeichen nicht kannten.

Darüber hinaus teilten die Mitglieder des LSBB ihre persönlichen Erfahrungen als ältere Menschen im Einzelhandel. Sie berichteten von konkreten Herausforderungen beim Einkaufen, wie dem Fehlen von Sitzgelegenheiten und Kunden-WCs, der schlechten Lesbarkeit von Preisschildern sowie der Erreichbarkeit von Produkten, die oft zu niedrig oder zu hoch in den Regalen platziert sind. In diesem Zusammenhang wurde das Angebot von der SenWiEnBe, eine Umfrage durchzuführen, um die Erfahrungen der Seniorinnen und Senioren zu erfassen und mögliche Verbesserungen zu identifizieren, von den LSBB-Mitgliedern dankend angenommen. Die Umfrage wurde als wertvolle Möglichkeit angesehen, um die Anliegen und Wünsche der Seniorinnen und Senioren gezielt in die Weiterentwicklung des Handels einfließen zu lassen.

3. Auswertung der Umfrage „Interessen von Seniorinnen und Senioren als Käufergruppe“

Die vorgenannte Umfrage wurde an die Geschäftsstelle des Landesseniorenbeirats (LSBB) geschickt und intern an alle Mitglieder sowie deren Stellvertreterinnen und Stellvertreter verteilt. Die zweiseitige Umfrage umfasste acht Fragen, darunter Multiple-Choice-Fragen und offene Fragen, die verschiedene Aspekte des alltäglichen Einkaufens beleuchten. Die Themen beinhalteten unter anderem die Seniorenfreundlichkeit im Einzelhandel, bestehende Barrieren beim Einkaufen, mögliche Maßnahmen, die das Einkaufserlebnis für Seniorinnen und Senioren erleichtern könnten sowie die Sichtbarkeit des Qualitätszeichens „Generationsfreundliche Einkaufen“.

Im Ergebnis sind hier besonders die fehlenden Kunden-WCs und Sitzgelegenheiten, die für ältere Menschen von großer Bedeutung sind, um sich während des Einkaufs auszuruhen und notwendige Pausen einzulegen, hervorzuheben. Zudem führen kleingedruckte Preisschilder zu Verunsicherungen und Frustrationen, da sie die selbstständige

Preisermittlung erschweren. Bei rund 75 % der Befragten ist die schlechte Lesbarkeit der Preisschilder in den Geschäften nahezu immer ein Problem, während die restlichen 25 % in gewissem Maße davon betroffen sind. Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Notwendigkeit von Kassen mit Bargeldoption, da sich viele Seniorinnen und Senioren mit digitalen Zahlungsmethoden weniger wohlfühlen.

Dieses Ergebnis wurde in einer Videokonferenz mit allen Beteiligten (HBB, LSBB, Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung (SenASGIVA) und SenWiEnBe) am 19.02.2025 ausführlich ausgewertet und intensiv diskutiert. Übereinstimmend wurde festgestellt, dass die o.g. Punkte bereits Inhalt des Kriterienkatalogs des Qualitätszeichens sind.

Mit dem Qualitätszeichen ist bereits ein Instrument vorhanden ist, das in der Bevölkerung und im Handel nur wenig bekannt ist (ca. 90 % der Befragten, die zur Zielgruppe des Instruments gehören, kannten das Qualitätszeichen nicht). Daher wurde beschlossen, darauf aufzubauen, das bestehende Instrument sichtbarer zu machen und keine neuen Parallelstrukturen zu schaffen.

4. Weiteres Vorgehen

Die Stärkung der Interessen der Seniorinnen und Senioren im Einzelhandel ist ein zentrales Anliegen, das durch die Initiativen des Handels und die aktive Mitwirkung des LSBB unterstützt wird. Das Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“ dient dabei als wertvolles Instrument, um die Bedürfnisse älterer Menschen im Einkaufsalltag zu berücksichtigen und Barrieren abzubauen.

Ein wichtiger Bestandteil der Weiterentwicklung des Qualitätszeichens „Generationsfreundliches Einkaufen“ ist die aktive Mitwirkung des LSBB am Kriterienkatalog. Hierbei könnten insbesondere die drei fehlenden Teilaspekte (siehe Punkt 1 gelbe Markierung) ergänzt und bestehende Fragen/Kriterien diskutiert werden. Der HBB hat diesem Vorgehen zugestimmt und ist bereit entsprechende Anmerkungen und Ideen des LSBB in den Beirat Qualitätszeichen des Handelsverbands Deutschland (HDE) einzubringen.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt der Weiterentwicklung ist die Verbesserung der digitalen Präsenz des Qualitätszeichens. Durch eine stärkere digitale Sichtbarkeit soll der Bekanntheitsgrad des Qualitätszeichens sowohl bei Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern, als auch in der breiten Bevölkerung erhöht werden. Hierbei ist ein verstärkter Auftritt auf den Webseiten aller Beteiligten, wie der IHK, dem LSBB, den Landesseniorenvertretungen (LSV) sowie der SenWiEnBe, von großer Bedeutung. Die erhöhte Sichtbarkeit des Qualitätszeichens ermöglicht es, das Instrument einem größeren Publikum zugänglich zu machen und fördert die Akzeptanz sowie die Teilnahme des Einzelhandels.

Neben der digitalen Präsenz ist es ebenso wichtig, das Thema auch auf Präsenzveranstaltungen gezielt zu vermitteln, insbesondere an die Zielgruppe der Seniorinnen und Senioren. Ein bereits vereinbarter Termin in diesem Zusammenhang ist die „Berliner Seniorenwoche“ (21.06.-28.06.2025), zu der der HBB vom LSBB eingeladen wurde, um über das Thema „Qualitätszeichen“ zu informieren. Dabei sollen nicht nur informative Vorträge gehalten, sondern auch Informationsmaterialien bereitgestellt werden, um den Teilnehmenden wertvolle Einblicke und praxisnahe Unterstützung zu bieten. Darüber hinaus ist der LSBB auch an zukünftigen handelsbezogenen Veranstaltungen der beteiligten Akteurinnen und Akteure des Handels einzubinden. Im Übrigen soll auch das seniorenfreundlichste Geschäft Berlins für den Einsatz und das Engagement durch SenWiEnBe gewürdigt werden.

Abschließend appelliert der Senat an alle Beteiligten, sich aktiv an der Umsetzung der Maßnahmen zu beteiligen, um die generationenfreundliche Einkaufsumgebung in Berlin weiter zu stärken. Gemeinsam können wir sicherstellen, dass Seniorinnen und Senioren ein angenehmes und barrierefreies Einkaufserlebnis genießen und dadurch ihre Teilhabe am gesellschaftlichen Leben gefördert wird.

B. Rechtsgrundlage:

§ 21 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 Buchstabe b und § 30 GGO II.

C. Gesamtkosten:

Keine.

D. Kostenauswirkungen auf Privathaushalte und/oder Wirtschaftsunternehmen:

Die Vorlage hat keine unmittelbaren Kostenauswirkungen auf Privathaushalte und Wirtschaftsunternehmen.

E. Auswirkungen auf die Zusammenarbeit mit dem Land Brandenburg:

Keine.

F. Auswirkungen auf den Klimaschutz und die Umwelt:

Keine.

H. Auswirkungen auf den Haushaltsplan und die Finanzplanung:

a) Auswirkungen auf Einnahmen und Ausgaben:

Keine.

b) Personalwirtschaftliche Auswirkungen:

Keine.

Berlin, den 20. Mai 2025

Der Senat von Berlin

Kai W e g n e r

.....

Regierender Bürgermeister

Franziska G i f f e y

.....

Senatorin für Wirtschaft,
Energie und Betriebe



Qualitätszeichen

Generationenfreundliches Einkaufen

Prüferhandbuch

und

Technisches Verfahren

Impressum

Herausgeber:

Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin

Tel: 030/72 62 50 - 0 / Fax: 030/72 62 50 - 99

hde@einzelhandel.de

Redaktion: Michael Reink

© Handelsverband Deutschland (HDE) Berlin 2013

Inhaltsverzeichnis

1. Teil Prüferhandbuch.....	4
1.1 Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen	4
1.2 Praktische Hinweise zur Zertifizierung.....	4
1.2.1 Punktvergabe und Bewertung	4
1.2.2 Erforderliche Mindestpunktzahl	5
1.2.3 Auswertung des Fragebogens.....	7
1.2.4 Logo.....	7
1.2.5 TIPPS zur Durchführung der Zertifizierung:.....	8
1.3 Kriterienkatalog	9
 2. Teil Technisches Verfahren	 33
2.1 Arten der Fragebögen	33
2.2 PDF-Fragebogen zum elektronischen Ausfüllen.....	33
2.2.1 Download	33
2.2.2 Ausfüllen und Ausdrucken.....	34
2.2.3 Rücksendung	37
2.3 Online-Fragebogen	38
2.3.1 Link zum Online-Fragebogen	38
2.3.2 Ausfüllen, Absenden und Ausdrucken.....	39
2.4 PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen	42
2.4.1 Download	42
2.4.2 Ausfüllen	43
2.4.3 Rücksendung	43

1. Teil Prüferhandbuch

1.1 Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen

Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen wurde 2009 entwickelt und erstmals 2010 gemeinsam von Dr. Kristina Schröder, Bundeministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), und Josef Sanktjohanser, Präsident des Handelsverbandes Deutschland (HDE) veröffentlicht. In die Entwicklungsarbeiten waren und sind weiterhin im Rahmen eines Projektbeirats eingebunden Vertreter und Vertreterinnen von Senioren- und Verbraucherorganisationen, aus Handelsunternehmen, aus Landesinitiativen zum Handlungsfeld Generationengerechtigkeit, aus der Familien-, Senioren- und Sozialpolitik, aus Handelsverbänden und Kammerorganisationen. Die Aktivität wurde von der Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“ gestützt, die bis Ende 2013 von BMFSFJ und BMWi getragen wurde und wichtige Impulse zur Verankerung der Bedeutung des „Wirtschaftsfaktor Alter“ für den demografischen Wandel im Bewusstsein der Bevölkerung geleistet hat. Ende März 2010 wurde in Berlin das erste Handelshaus als generationenfreundlich zertifiziert.



Die sehr positiven Erfahrungen, die im Handel seit 2010 mit dem Qualitätszeichen gemacht wurden, wurden vom HDE und seinen Mitgliedsverbänden aufgegriffen und in einen erneuerten Anforderungs- und Fragenkatalog überführt, der ab September 2013 eingesetzt wird.

1.2 Praktische Hinweise zur Zertifizierung

1.2.1 Punktvergabe und Bewertung

Der Fragebogen ist in sieben Kategorien eingeteilt, die jeweils einzelne Bereiche (Erreichbarkeit des Geschäftes, Mitarbeiter / Servicequalität, Eingang zum Geschäft, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Service, Kasse) behandeln und bewerten.

Es gibt insgesamt **63 Kriterien**, die überprüft werden können. Ist ein Kriterium nicht erfüllt, wird kein Punkt vergeben, auch kein Teilpunkt. Die höchstmögliche, zu erreichende Punktzahl beträgt **133** für Geschäfte **mit mindestens 1.000 qm** und **132** für Geschäfte **mit weniger als 1.000 qm**. Ist ein Kriterium, das in dem jeweiligen Geschäft nicht unbedingt erforderlich ist (z. B. Rolltreppe in einem ebenerdigen Geschäft), nicht vorhanden, dann wird dieses Kriterium ersatzlos aus der Prüfliste gestrichen. Die erreichbare Höchstpunktzahl verringert sich entsprechend um die gestrichene Punktzahl.

Die Kriterien in den sieben Kategorien sind in verschiedene Wertigkeiten eingeteilt:

1. **A-Kriterien** (= Kernkriterien) müssen, sofern sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein. A-Kriterien werden mit drei Punkten bewertet.
2. **B-Kriterien** (= Zusatzkriterien) sollten erfüllt sein und sind notwendig, um die Mindestpunktzahl erreichen zu können. B-Kriterien werden mit zwei Punkten bewertet.
3. **C-Kriterien** (Bonuskriterien) dienen der Verbesserung des Ergebnisses und der Erreichung der Mindestpunktzahl. C-Kriterien werden mit einem Punkt bewertet.

Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit zu zwei Sonderpunkten, die zur Gesamtzahl addiert werden. Durch die Sonderpunkte kann das Ergebnis weiter verbessert werden. Können keine Sonderpunkte vergeben werden, wird die Kategorie Sonderpunkte ersatzlos gestrichen.

Nicht selten wird es gerade bei kleineren und mittleren Handelsgeschäften erforderlich sein, einzelne Kriterien zu streichen, weil zum Beispiel Rolltreppe, Aufzug oder Umkleidekabine nicht vorhanden sind. Daher ist es auch nicht ungewöhnlich, wenn ein kleineres Handelsgeschäft mit etwa nur rund 75 von für kleinere Betriebe maximal erreichbaren 132 Punkten ein auf seine Verhältnisse bezogenes, sehr gutes Ergebnis erreicht.

1.2.2 Erforderliche Mindestpunktzahl

Zur Erlangung des Qualitätszeichens wurden folgende Anforderungen festgelegt:

1. Alle bewertbaren A-Kriterien sind erfüllt.
2. Gleichzeitig sind mindestens 70 % der für das jeweilige Handelsgeschäft möglichen Punkte erreicht worden.

Ist eine der beiden Bedingungen nicht erfüllt, kann das Qualitätszeichen nicht vergeben werden. Das Handelsunternehmen hat aber die Möglichkeit, bis zu einem erneuten Zertifizierungsdurchlauf innerhalb von drei Monaten Nachbesserungen vorzunehmen.

Die Begehung des Geschäftes wird immer zu Ende geführt, auch wenn bereits ersichtlich ist, dass entweder die A-Kriterien oder die 70 %-Marke nicht erfüllt werden.

Nach der Begehung können Kriterien abgefragt werden, die während der Zertifizierung nicht sofort ersichtlich waren, zum Beispiel Rückmeldemöglichkeiten bei Fragen von Kunden oder „Erste-Hilfe“-Möglichkeiten.

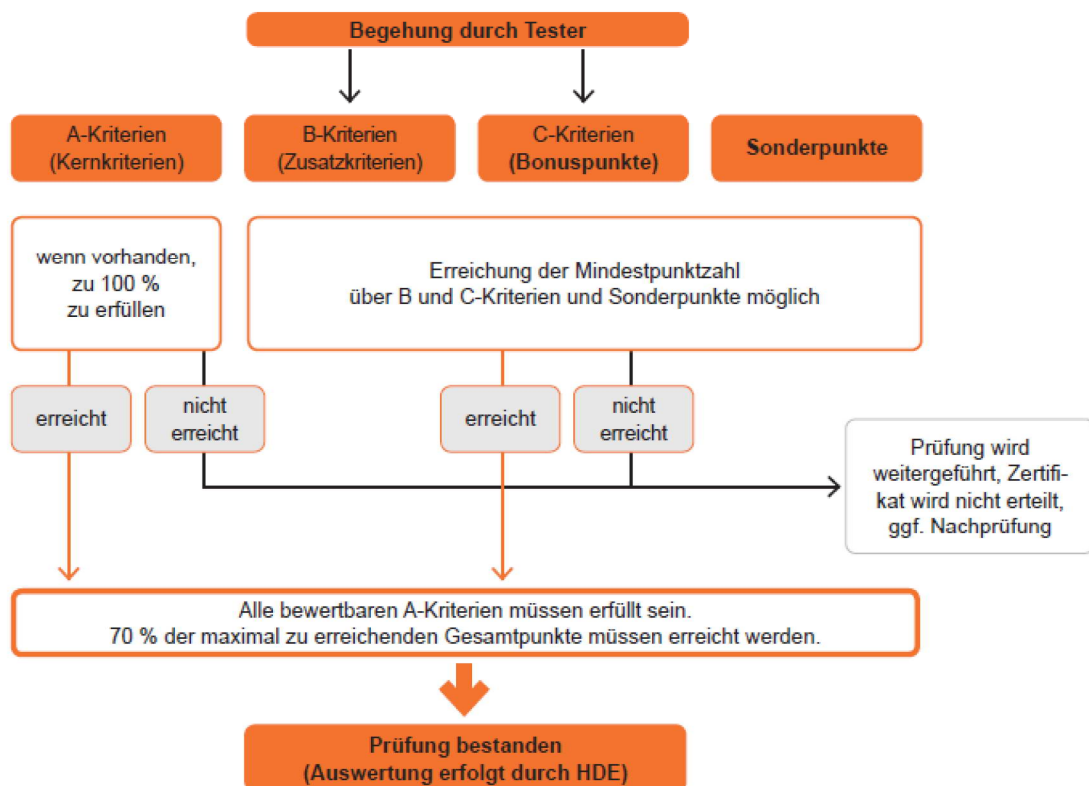
Beispiel: Bewertung für ein Geschäft mit weniger als 1.000 Quadratmetern

	Anzahl der Fragen	Punkte	Maximale Punktzahl	
A-Kernkriterien	17	Erfüllt = 3 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	51	Kriterien müssen, wenn sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein, sonst ist die Zertifizierung nicht bestanden
B-Zusatzkriterien	34	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	68	Kriterien sollten erfüllt werden; sie dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl
C-Bonuskriterien	11	Erfüllt = 1 Punkt Nicht erfüllt = 0 Punkte	11	Kriterien dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl und der Verbesserung des Ergebnisses
Sonderpunkte	1	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	2	Kriterien können das Ergebnis nur verbessern, nicht aber verschlechtern
Gesamt	63		132 Punkte	
Alle bewertbaren A-Kriterien und gleichzeitig 70 % der maximal zu erreichenden Punkte müssen erfüllt werden, um die Zertifizierung zu bestehen.				

Beispiel: Bewertung für ein Geschäft mit 1.000 Quadratmetern und mehr

	Anzahl der Fragen	Punkte	Maximale Punktzahl	
A-Kernkriterien	18	Erfüllt = 3 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	54	Kriterien müssen, wenn sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein, sonst ist die Zertifizierung nicht bestanden
B-Zusatzkriterien	33	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	66	Kriterien sollten erfüllt werden; sie dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl
C-Bonuskriterien	11	Erfüllt = 1 Punkt Nicht erfüllt = 0 Punkte	11	Kriterien dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl und der Verbesserung des Ergebnisses
Sonderpunkte	1	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	2	Kriterien können das Ergebnis nur verbessern, nicht aber verschlechtern
Gesamt	63		133 Punkte	
Alle bewertbaren A-Kriterien und gleichzeitig 70 % der maximal zu erreichenden Punkte müssen erfüllt werden, um die Zertifizierung zu bestehen.				

Die Begehung im Überblick



1.2.3 Auswertung des Fragebogens

Der Bewertungsbogen wird nach Abschluss der Begehung über den regionalen Einzelhandelsverband an den Handelsverband Deutschland (HDE) oder direkt an einen vom HDE mit der Auswertungsarbeit beauftragten Dienstleister gesendet (per E-Mail oder per gelbe Post). Die Auswertung des Bewertungsbogens erfolgt zentral über den HDE. Das technische Verfahren selbst ist in diesem Handbuch ab Seite 33 beschrieben. Ausnahme: Wenn das getestete Geschäft in Niedersachsen liegt, erfolgt die Auswertung weiterhin durch die LINGA (www.linga-online.de).

Nachdem das Ergebnis der Zertifizierung durch den HDE festgestellt wurde, erfolgt die Vergabe des Qualitätszeichens durch den regionalen Einzelhandelsverband. Falls Nachbesserungsbedarf besteht, sollten die entsprechenden Möglichkeiten zwischen Handelsunternehmen und Einzelhandelsverband geklärt werden. Eine nachlaufende Überprüfung der nicht erfüllten Kriterien, die allerdings nicht später als drei Monate nach dem ersten Zertifizierungstermin stattfinden darf, kann dann noch zu einer erfolgreichen Zertifizierung führen.

1.2.4 Logo

Es wird unten eingefügtes Logo verwendet. (siehe Titelblatt) Zur Angabe der Geltungsdauer für das jeweilige Zertifikat, damit hierüber völlige Transparenz hergestellt wird. Für den Zeitraum 2021 - 2024 ergibt sich dann zum Beispiel das folgende Logo, das zusammen mit der Urkunde dem mit dem Qualitätszeichen ausgezeichneten Handelsgeschäft überreicht wird.



1.2.5 TIPPS zur Durchführung der Zertifizierung:

- Je Prüfungsvorgang wird ein Fragebogen ausgefüllt. Bei etwaigen Bewertungsunsicherheiten sollten Sie sich mit Kollegen oder Kolleginnen abstimmen und verständigen.
- Bitte geben Sie nach der Begehung des Geschäftes keine abschließende Gesamtbewertung ab. Die Feststellung des Gesamtergebnisses erfolgt nach Auswertung der Erhebungsbögen zentral durch den HDE, der das Ergebnis an den jeweiligen Handelsverband zurückmeldet.
- Die Service- und Beratungsqualität der Mitarbeiter (siehe Kategorie 2, Fragen 5 - 9) sollte vor Beginn der eigentlichen Zertifizierung verdeckt und anonym geprüft werden. Geben Sie sich möglichst erst danach als Prüfer zu erkennen. Im Fragebogen dürfen nur die aufgeführten Fragen beantwortet werden. Unzulässig sind weitere Angaben oder Beschreibungen zu den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, auf die sich Ihre Bewertung bezieht.
- Bewerten Sie bitte nur die Kriterien, auf die das jeweilige Geschäft tatsächlich Einfluss hat und die in Eigenregie des Geschäftes geführt werden. Öffentliche Parkplätze und Gehwege vor dem Geschäft zum Beispiel werden von der Zertifizierung nicht erfasst. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach, ob ein Kriterium in Eigenregie geführt wird.
- Die Praxisbeispiele aus dem Prüferhandbuch sollen Sie bei der Zertifizierung der Geschäfte unterstützen. Die Beispiele erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.
- Positiv bewertet wird ausdrücklich eine persönliche Hilfestellung durch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Diese kann dazu beitragen, dass ein Kriterium, das formal nicht erfüllt wurde, dennoch positiv bewertet wird (zum Beispiel Einpackservice an der Kasse, Tragen der Einkaufstüten zum PKW, Aufhalten von Türen).
- Bei der Messung von Breiten- und Höhenangaben (zum Beispiel Regalhöhe und Türbreite) ist eine Toleranz von + / - 1cm erlaubt; größere Abweichungen führen zur Nichterfüllung des Kriteriums.
- Insbesondere bei hoher Kundenfrequenz ist eine wohlwollende Prüfung der Servicequalität angeraten. Bei sehr starker Kundenfrequenz sollte gegebenenfalls die Zertifizierung verschoben werden.

1.3 Kriterienkatalog

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 Eigenregie geführt: Weiter mit **Frage 5**

1. Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplatzes gut und eindeutig zu erkennen? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort) **B-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 1 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Schilder und Markierungen auf dem Parkplatz auch aus größerer Entfernung gut zu erkennen sind.



*Beispiel für klare Beschilderung des Parkbereichs
(Quelle: © Michael Kempf - Fotolia)*

Beispiele für eine gut lesbare Beschilderung sind:

- Das Format ist so groß, dass Schilder auch aus der Ferne bzw. beim Hineinfahren erkannt werden können.
- Die Schriftart ist klar und ohne Schnörkel.
- Die Schriftfarbe ist gut lesbar und kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel schwarz auf weiß).
- Piktogramme sind eindeutig und leicht verständlich.
- Der Standort der Beschilderung ist zentral.
- Die Schilder werden nicht verdeckt.
- Es gibt nicht zu viele Schilder, die zudem noch missverständlich interpretiert werden können.

2. Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? **C-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 2 nur, wenn Sonderparkplätze in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn weitere Parkplätze angeboten werden, die ein bequemes Ein- und Ausparken, Ein- und Aussteigen oder Be- und Entladen erlauben. Dies können breitere Parkplätze für Behinderte oder auch Frauen- oder Familienparkplätze sein.



*Beispiel für Sonderparkplätze
(Quelle: Ferger-Heiter)*

Barrierearme und sichere Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft

3. Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? **A-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 3 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden ohne Gefahr und ohne zu stolpern die Verkaufsräume vom Parkbereich aus erreichen können.



*Beispiel für eine kontrastreiche Markierung der Bordsteine
(Quelle: © Karin Lau - Fotolia)*

Beispiele für eine gefahrlose und stolperfreie Wegegestaltung:

- Die Fußwege sind sicher und ohne Stolperfallen.
- Die Bordsteine sind an Übergängen abgesenkt oder kontinuierlich markiert (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Weiß oder Gelb).
- Die Pflasterung weist keine Unebenheiten auf.
- Die Lichtverhältnisse erlauben eine sichere Begehung (zum Beispiel Parkplatz ist hell - Tageslicht - und wird bei Dunkelheit gut beleuchtet, auch mit Bewegungsmeldern).
- Treppen sind rutschfest und haben stabile Handläufe.

4. Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? B-Kriterium

Bewerten Sie Frage 4 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Beschilderung zum Geschäft gut zu erkennen ist.

Beispiele für eine gute Ausschilderung:

- Die Schilder sind groß genug, um sie auch aus der Ferne erkennen zu können.
- Die Schriftart ist klar und ohne Schnörkel.
- Die Schriftfarbe ist gut lesbar und kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel schwarz auf weiß).
- Piktogramme sind eindeutig und leicht verständlich.
- Der Standort der Beschilderung ist zentral.
- Die Schilder werden nicht verdeckt.
- Es gibt nicht zu viele Schilder, die zudem noch missverständlich interpretiert werden können.



*Beispiel für eine gute Beschilderung
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

Bei kleineren Parkplätzen und unmittelbarer Lage am Geschäft muss nur der Kundeneingang zu erkennen sein.

Kategorie 2: Mitarbeiter / Servicequalität

Überprüfen Sie bitte die Kategorie „Mitarbeiter / Servicequalität“ anonym und geben Sie sich erst danach als Prüfer zu erkennen.

5. Werden Sie von Mitarbeitern beachtet? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn

- Mitarbeiter zu sehen und ansprechbar sind.
- Kunden durch Mitarbeiter gesehen werden bzw. wenn diese Kunden freundlich begrüßen.

Optimal wäre es, wenn ein Mitarbeiter auf Sie zukommt und das Gespräch beginnt.

Beachten Sie bitte Stoßzeiten und bewerten Sie das Kriterium unter Berücksichtigung der Kundenfrequenz.

Berücksichtigen Sie bitte auch das unterschiedliche Serviceangebot der verschiedenen Betriebsformen (zum Beispiel Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Warenhaus).

Beschreibungen der Mitarbeiter (zum Beispiel Namen, Geschlecht und Aussehen) dürfen im Fragebogen aus betriebsrechtlichen Gründen nicht festgehalten werden!

6. Ist immer ein Mitarbeiter leicht aufzufinden? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Mitarbeiter im Verkaufsraum grundsätzlich ansprechbar sind, sich aber im Gespräch mit anderen Kunden befinden oder andere Arbeiten im Geschäft erledigen.

7. Werden Sie auf Wunsch zur Ware begleitet? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Mitarbeiter die Kunden auf Wunsch zur Ware begleiten und nicht nur auf die Ware und deren Standort verweisen. Es ist auch erfüllt, wenn der Mitarbeiter sich bei Kollegen dazu informiert oder einen Fachberater hinzuzieht.

Werden Sie nicht aktiv angesprochen, ergreifen Sie bitte die Initiative und fragen, wo sich ein bestimmtes Produkt befindet.

Berücksichtigen Sie bei Stoßzeiten ggfs. längere Wartezeiten.

8. Sind die Erklärungen der Mitarbeiter leicht zu verstehen? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Kunden- bzw. Beratungsgespräch leicht verständlich ist.

Dabei verwenden die Mitarbeiter nur wenige Fachbegriffe, wenig Anglizismen. Sie erklären bei Nachfragen durch den Kunden Fachbegriffe einfach und verständlich.

9. Haben Sie bei Fragen und Anregungen eine Anlaufstelle im Geschäft? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden die Möglichkeit haben, ihre positive wie negative Meinung dem Geschäft zu sagen oder zu schreiben. Dies kann auf verschiedenen Wegen geschehen, zum Beispiel

- durch ein persönliches Gespräch vor Ort
- ein eingerichtetes Kundentelefon
- Meinungsbögen, Beschwerdestelle, Meckerkasten im Geschäft
- Kundenforum, Internetadresse, E-Mail etc.

Ist eine Anlaufstelle nicht ersichtlich, fragen Sie bitte später beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Kategorie 3: Eingang zum Geschäft

Barrierearmer Zugang zum Geschäft, Eingangstüren

10. Ist mindestens ein Zugang zum Geschäft ebenerdig? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens ein Eingang ohne Stufen, über eine Rolltreppe oder aber über eine Rampe zu betreten ist. Drehkreuze im Eingangsbereich des Geschäfts (zum Beispiel in Supermärkten, Einrichtungshäusern oder Elektromärkten) müssen sich leicht aushebeln lassen, um den Verkaufsraum zum Beispiel mit einem Rollstuhl oder Kinderwagen befahren zu können.



*Beispiel für einen Eingang mit Rampe
(Quelle: WrangelVision e. V.)*

Die Verfügbarkeit einer mobilen Rampe oder die persönliche Hilfe zum Überwinden von Hindernissen (zum Beispiel durch eine „Notruf“-Klingel) können bei sicherer Gestaltung das Kriterium erfüllen.

11. Stehen die Eingangstüren offen, öffnen sie sich automatisch beziehungsweise sind sie leicht per Hand zu öffnen? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Türen zum Geschäft offen sind. Sind sie geschlossen, dann müssen sie sich bei Annäherung automatisch öffnen oder per Hand ohne großen Kraftaufwand zu öffnen sein.



*Beispiel für einen offenen Eingangsbereich
(Quelle: LINGA)*

Befinden sich Drehtüren am Eingang, muss mindestens ein weiterer barrierearmer Eingang vorhanden sein.

Feuerschutztüren bitte nicht bewerten!

Manche größere Einzelhandelsgeschäfte (u.a. Kauf- und Warenhäuser) müssen aufgrund von Feuerschutz- und Sicherheitsaspekten schwere Eingangstüren haben. Bitte fragen Sie im Zweifelsfall beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach, ob diese Bestimmungen im konkreten Fall zu beachten sind.

12. Sind die Eingangstüren mindestens 210 cm hoch und 90 cm breit? A-Kriterium

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

- Höhe: Mindestens 210 cm
 - Breite: Mindestens 90 cm
- (Messtoleranz: + / - 1 cm)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die erforderliche Höhe und Breite mit einer Toleranz von + / - 1 cm durch Messen nachgewiesen wurde. Das Betreten des Geschäfts soll zum Beispiel mit Kinderwagen, Rollstuhl, Rollator oder Taschen ohne Anecken möglich sein.



*Beispiel für einen breiten Eingangsbereich
(Quelle: LINGA)*

Bitte prüfen Sie die genauen Maße erst nach Abschluss der verdeckten Prüfung der Servicequalität, um nicht bereits beim Betreten des Geschäfts als Prüfer aufzufallen.

Kategorie 4: Ladengestaltung

13. Ist das Geschäft gut ausgeleuchtet? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Geschäft und die Waren so ausgeleuchtet sind, dass die Schrift an Regalen und Warenverpackungen gut erkennbar ist. Es existieren keine Blendungen oder Spiegelungen durch starke Lichtquellen. Es gibt keine dunklen Ecken.

Bei Unklarheiten stimmen Sie sich bitte mit anderen Prüfern ab.

14. Ist die Hintergrundmusik dezent? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein Verkaufsgespräch so geführt werden kann, dass laute Hintergrundmusik die Unterhaltung nicht stört.

Das Kriterium kann ggfs. auch dadurch erfüllt werden, dass das Verkaufsgespräch in einem ruhigeren Bereich geführt wird.

15. Sind die Hauptwege barrierearm und mindestens 90 cm (im Wendebereich mindestens 120 cm) breit? A-Kriterium

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

- Breite der Hauptwege: Mindestens 90 cm
 - Breite im Wendebereich: Mindestens 120 cm zu angrenzenden festen Warenständen und Regalen
- (Messtoleranz: + / - 1 cm)



*Beispiel für breite Hauptwege
(Quelle: LINGA)*

Das Kriterium ist erfüllt, wenn

- Die Hauptwege mindestens 90 cm breit sind.
- In den Gängen keine festen Warenaufbauten etc. stehen, die den Weg versperren und so zu einer Gangbreite von unter 90 cm führen.
- Im Wendebereich mindestens 120 cm Abstand zu angrenzenden Warenständen und Regalen gegeben sind.

16. Sind die Selbstbedienungsregale maximal 170 cm hoch?

B-Kriterium

Bitte mit dem Zollstock nachmessen: Regalhöhe (oberster Regalboden der Verkaufsfläche): maximal 170 cm (Messtoleranz + / - 1 cm)

Höhere Regale an Außenwänden werden nicht negativ bewertet, wenn die Ware aus den oberen Regalen zusätzlich in Griffhöhe doppelt platziert ist.

Bei einer Regalhöhe von über 170 cm kann das Kriterium im Ausnahmefall auch über die Möglichkeit der persönlichen Hilfe durch Mitarbeiter erfüllt werden, wenn diese ohne besonderen Aufwand möglich ist..

17. Ist der Boden rutschfest? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn auch bei Nässe keine Rutschgefahr besteht.

Rutschfest sind am ehesten Böden aus Holz, Teppich, mattem Stein oder Kunststoff.

18. Ist der Boden spiegelfrei? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn sich Warenaufbauten oder Fenster nicht im Boden spiegeln oder dort reflektieren.

Beispiele für gute Bodenbeläge sind:

- Helle Bodenbeläge sind besser als dunkle.
- Matter Bodenbelag ist besser als glänzender Belag.
- Böden sollten keine großflächigen Muster haben.



*Negativbeispiele spiegelnder Bodenbeläge
(Quelle: Ferger-Heiter, Dürrer)*

19. Sind Niveauunterschiede zwischen Bodenbelägen unter 1 cm (falls vorhanden)? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn wechselnde Bodenbeläge (zum Beispiel Teppich und Steinboden) plan miteinander abschließen beziehungsweise einen Niveauunterschied von höchstens 1 cm haben, so dass keine Stolpergefahr besteht.

**20. Sind Gefahrenquellen - falls vorhanden - markiert?
A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden auf mögliche Gefahrenquellen optisch hingewiesen werden.

Beispiele für eine gute Markierung von Gefahrenquellen:

- Deutlich platzierte Aufsteller mit entsprechenden Symbolen
- Feste Kennzeichnung (zum Beispiel farbige Streifen, Symbole auf Glasscheiben).



*Beispiel für eine Eingangstür mit Markierung
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

21. Sind die Wege im Geschäft frei von Hindernissen und gut zugänglich? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn keine Kartonaufbauten oder Warencontainer im Weg stehen, über die Kunden stolpern können oder die ihnen den Weg versperren.

Ware, die gerade neu aufgefüllt wird, wird nicht negativ bewertet, wenn ein Mitarbeiter in der Nähe ist.



*Negativbeispiel mit Waren im Weg
(Quelle: Ferger-Heiter)*

22. Sind alle Hauptverkaufsflächen barrierearm zugänglich? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn im Geschäft einschließlich in dazu gehörenden Außenverkaufsbereichen die Hauptverkaufsflächen ohne Stufen, über eine Rolltreppe oder aber über eine Rampe begangen werden können. Die Flächen im Verkaufsraum müssen hindernisarm mit einem Rollstuhl oder Kinderwagen befahren werden können. Die Verfügbarkeit einer mobilen Rampe oder die persönliche Hilfe zum Überwinden von Hindernissen (zum Beispiel durch eine „Notruf“-Klingel) können bei sicherer Gestaltung das Kriterium erfüllen.

23. Sind Schilder und Wegweiser gut zu erkennen beziehungsweise leicht auffindbar? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Beschilderung im Haus schnell zu finden und gut les- oder erkennbar ist.

Beispiele für eine gute Ausführung der Beschilderung:

- Schilder zu Notausgängen, Toiletten, Aufzügen, Restaurants oder Wegweiser sind an zentralen Stellen im Geschäft.
- Die Schilder und Wegweiser werden nicht durch Regale oder Aufbauten verdeckt.
- Die Schrift ist groß genug, um Schilder auch aus der Ferne lesen zu können.
- Die Schilder sind kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz und Weiß).
- Informationstafeln sind übersichtlich, kontrastreich und nicht überladen.



*Beispiel für eine gute Beschilderung
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

Treppen

24. Sind die erste und die letzte Absatzstufe der Treppe kontrastreich gekennzeichnet? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens die erste und die letzte Absatzstufe einer Treppe kontrastreich ist, das heißt, sie sind durch starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, gekennzeichnet (zum Beispiel Schwarz, Weiß, Gelb). Die Kennzeichnung kann auch durch einen kontraststarken, festhaftenden Klebstreifen erfolgen.



*Beispiel für eine Treppe mit Markierung
(Quelle: Ferger-Heiter)*

25. Reicht der Handlauf des Treppengeländers bis zur letzten Treppenstufe? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Handlauf bis zur letzten Treppenstufe reicht, um die Treppe sicher begehen zu können.



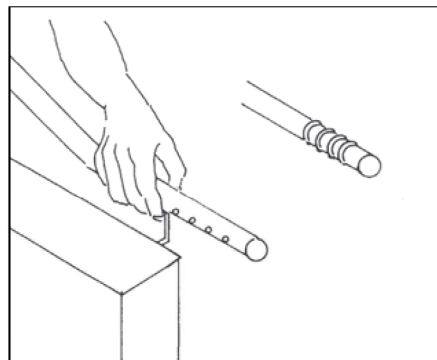
*Beispiele für gut angebrachte Handläufe
(Quelle: © kwerensia - Fotolia)*

26. Ist ein beidseitiger Handlauf des Treppengeländers vorhanden? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn an beiden Seiten der Treppe ein stabiler Handlauf vorhanden ist, um auch eingeschränkt sehenden oder blinden Menschen sowie gehbehinderten Personen Sicherheit zu geben.

27. Ist der Handlauf des Treppengeländers komplett umgreifbar? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Handlauf der Treppe mit der Hand umgreifbar ist. Optimal ist ein runder oder ovaler Griff des Handlaufs.



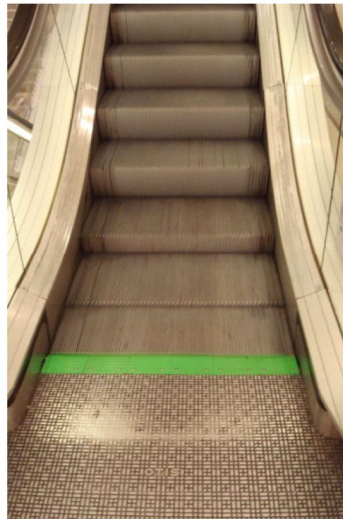
*Beispiel für einen umgreifbaren Handlauf mit tastbarer Markierung
(Quelle: www.heinze.de)*

Besonders kundenfreundlich ist das Anbringen von Handlaufmarkierungen auf der Außenseite des Handlaufs zur besseren Tastbarkeit mit den Fingerkuppen für sehbehinderte Menschen.

Rolltreppen, Fahr- und Rollsteige

28. Sind Ein- und Austritt von Rolltreppe bzw. Fahrsteig farblich markiert? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Eintritt und der Austritt von Rolltreppen, Fahrsteigen und Rollsteigen über farbliche Markierungen gekennzeichnet sind. Die Farbwahl obliegt dem Geschäft. Optimal ist eine kontrastreiche Farbkombination, die sich voneinander und vom Hintergrund abhebt (zum Beispiel Weiß auf Schwarz).



*Beispiel für die farbliche Markierung einer Rolltreppe
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

29. Laufen Rolltreppe bzw. Fahr- oder Rollsteig langsam und ermöglichen sie einen sicheren Ein- und Ausstieg? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Rolltreppe so langsam läuft, dass ein sicherer Ein- und Austritt auch für Gehbehinderte oder Eltern mit kleinen Kindern gewährleistet wird.

Aufzüge

30. Sind Ein- und Ausstieg der Aufzüge kontrastreich gekennzeichnet? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Ein- und Austritt eindeutig zu erkennen oder wahrzunehmen ist.

Beispiele für eine gute Gestaltung und Wahrnehmbarkeit:

- Kontrastreiche Wand- und/oder Bodenfarben im Ein- bzw. Austrittsbereich, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben.
- Material- und Strukturwechsel an Wänden und/oder Böden.
- Akustische Signale (zum Beispiel beim Öffnen und Schließen der Türen).

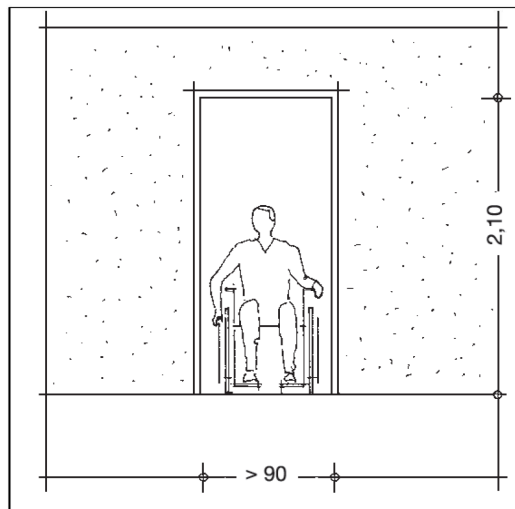


Beispiel für deutlich markierte Ein- und Ausstiege
(Quelle: © Ashkan Nasirktani - Fotolia)

31. Sind die Türen der Aufzüge mindestens 90 cm breit und 210 cm hoch? **B-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz: + / - 1 cm):

- Breite: mindestens 90cm
- Höhe: mindestens 210 cm



Beispielgrafik
(Quelle: www.heinze.de)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug die Mindesthöhe und -breite hat und so auch das Ein- und Aussteigen mit einem Kinderwagen, Rollstuhl oder Rollator ermöglicht.

32. Hat der Aufzug mindestens einen Spiegel? **C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug mindestens einen Spiegel hat, damit sich Rollstuhlfahrer oder Personen mit Kinderwagen beim Ein- und Ausrollen leichter orientieren können.

Optimal ist die Position des Spiegels im Aufzug gegenüber der Aufzugstür.

33. Sind die Bedienelemente im Aufzug zu ertasten oder gibt es eine Sprachausgabe oder eine persönliche Hilfe? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn zusätzlich zur Bedientastatur des Aufzugs Bedienelemente für Seh- und Körperbehinderte vorhanden sind, um über Fahrtrichtung und Stockwerk zu informieren.

Dies kann erfolgen über:

- Tasten und Schilder in Blindenschrift,
- Tasten mit fühlbarer, aufgesetzter Schrift, wie zum Beispiel einer Pyramidenschrift / Brailleschrift,
- Sprachausgabe (zum Beispiel Ansage der Etage, Haltewunschansage),
- Großflächige, waagerechte Bedientastatur für Rollstuhlfahrer (auf ca. 85 cm Höhe) mit fühlbaren Tastenrändern und Schrift.



*Beispiel für eine Bedientastatur im Aufzug
(Quelle: Ferger-Heiter)*

34. Gibt es mindestens einen umgreifbaren Handlauf zum Festhalten im Aufzug? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug auf mindestens einer Seite über einen gut umgreifbaren Handlauf verfügt, um ein sicheres Stehen im Aufzug während der Fahrt auch für gehbehinderte Menschen zu gewährleisten.

Umkleidekabinen

35. Haben die Umkleidekabinen mindestens eine Größe von 120 x 120 oder von 130 x 110 cm? **A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz + / - 1 cm).

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Mindestgröße 120 x 120 cm oder 130 x 110 cm beträgt.

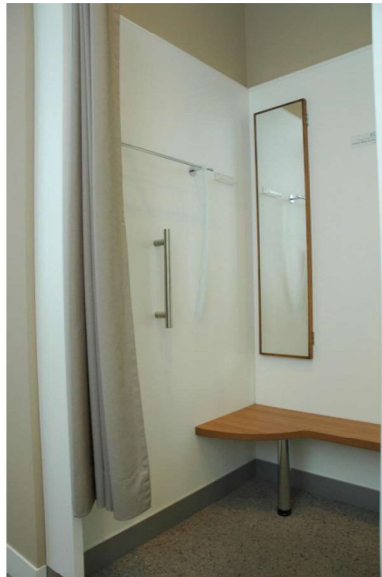
36. Sind ausgewiesene Rollstuhlfahrerkabinen mindestens 150 x 150 cm groß? B-Kriterium

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz + / - 1 cm).

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Mindestgröße 150 x 150 cm beträgt.

37. Sind in den Kabinen Ablagefläche, Spiegel und Kleiderhaken oder -stangen vorhanden? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn alle drei Merkmale (Ablagefläche, Kleiderhaken und Spiegel) vorhanden sind. Als Ablagefläche werden auch Stuhl, Bank und Hocker anerkannt.



*Beispielfoto mit den drei Kriterien Ablagefläche, Kleiderhaken und Spiegel
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

38. Gibt es einen Zusatzspiegel? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein zweiter Spiegel in der Umkleidekabine vorhanden ist, der das bequeme Betrachten und einen „Rundumblick“ ermöglicht.

39. Ist ein Haltegriff in der Umkleidekabine vorhanden? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein Haltegriff in der Kabine vorhanden ist, der Sicherheit beim Umkleiden bietet. Optimal ist die Anbringung des Griffs auf Brusthöhe. Die Form des Haltegriffs bleibt dem Geschäft überlassen.

Kategorie 5: Sortimentsgestaltung

40. Sind Waren- und Produktbereiche gekennzeichnet bzw. schnell auffindbar? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn einzelne Waren- und Produktbereiche, wie zum Beispiel Getränke im Supermarkt, schnell auffindbar beziehungsweise klar gekennzeichnet sind.

Bei Geschäften, die das Shop-in-Shop-System nutzen (zum Beispiel Warenhäuser und Bekleidungsgeschäfte), müssen die einzelnen Marken gut zu erkennen sein.

41. Sind die Preise am Regal gut lesbar ausgezeichnet? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Preise am Regal gut lesbar ausgezeichnet und die Konturen kontraststark sind. Dies kann dadurch erfolgen, dass

- die Schriftgröße der Grundpreisauszeichnung mindestens 11 Punkt / 0,3 cm beträgt,
- die Schriftgröße des Endpreises mindestens 24 Punkt / 0,8 cm beträgt,
- die Preisschilder kontraststark sind (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz auf Weiß),
- die Preise auch für Kunden mit Gleitsichtbrillen gut zu erkennen sind,
- die Preisschilder an niedrig angebrachten Regalböden nach oben geneigt sind.



Beispiel für eine ausreichend große Beschriftung
(Quelle: Ferger-Heiter)

Beispiele für die Schriftgröße:

Dies ist Schriftgröße 9 Punkt

Dies ist Schriftgröße 10 Punkt

Dies ist Schriftgröße 11 Punkt

Dies ist Schriftgröße
12 Punkt

Dies ist Schriftgröße 14

Dies ist Schrift-
größe 24

Die Preisauszeichnung ist abhängig vom Verkaufsumfeld. Bitte berücksichtigen Sie daher auch Lichtverhältnisse, Regalgestaltung und Abstände zu den Regalen.

Bei Unstimmigkeiten stimmen Sie sich bitte mit anderen Prüfern ab.

42. Sind die Preise am Produkt und auf sonstigen Schildern überwiegend gut lesbar? B-Kriterium

Ist die Preisauszeichnung durch den Hersteller festgelegt, entfällt dieses Kriterium, da der Einzelhändler hierauf keinen Einfluss hat.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Preise am Produkt und an sonstigen Schildern überwiegend gut lesbar sind.

Die gute Lesbarkeit ist sichergestellt, wenn

- die Schriftgröße mindestens 11 Punkt beträgt,
- die Preisschilder kontraststark sind (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz auf Weiß),
- die Preise auch für Kunden mit Gleitsichtbrillen gut zu erkennen sind.

43. Kann zwischen verschiedenen Packungs- und Sortimentsgrößen gewählt werden? C-Kriterium

Bitte überprüfen Sie stichprobenartig!

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden im Sortiment aus verschiedenen Packungs- und Sortimentsgrößen auswählen können. Varianten können zum Beispiel sein Sondergrößen, Unter- und Übergrößen bei Bekleidung oder Schuhen, Einzelgrößen, Groß- und Kleinpackungen.

Nicht alle Geschäfte können Packungs- und Sortimentsvarianten anbieten (zum Beispiel bei Geschenkartikeln). Bitte prüfen Sie gegebenenfalls im Gespräch, ob dann doch Varianten angeboten werden.

Kategorie 6: Service

Kundentoiletten

**44. Ist eine Kundentoilette vorhanden?
Je nach Geschäftsgröße: A- oder B-Kriterium**

Bitte beachten Sie:

- Bei einer Verkaufsfläche ab 1.200 Quadratmetern ist dies ein A-Kriterium, bei einer Verkaufsfläche bis unter 1.200 Quadratmeter ist dies ein B-Kriterium.
- Erfragen Sie gegebenenfalls die Größe der Verkaufsfläche und kennzeichnen Sie das Kriterium im Fragebogen.
- Befindet sich das Geschäft in einem Einkaufscenter, müssen keine eigenen Toiletten vorhanden sein. Die Bewertung entfällt dann. Das Kriterium wird gestrichen.
- Mitarbeitertoiletten werden nicht als Kundentoiletten anerkannt.

45. Ist mindestens eine Kundentoilette barrierearm oder multifunktional? **B-Kriterium**

Beispiele für eine barrierearme oder multifunktionale Nutzung sind:

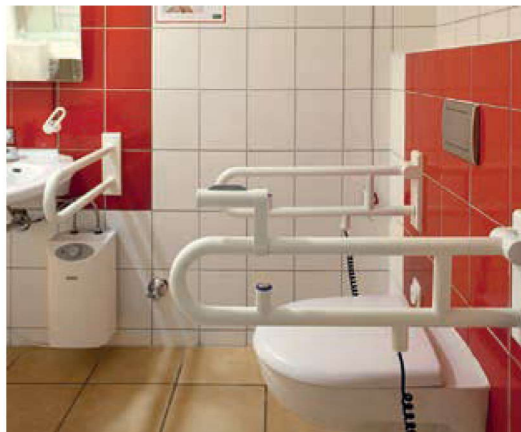
- Baby-Wickelmöglichkeit
- Kindertoilette und / oder Kinderwaschbecken
- Haltegriffe und / oder Ablagefläche in unmittelbarer Nähe.



*Beispiel für Multifunktionstoilette mit Wickeltisch und Kindertoilette
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

46. Gibt es mindestens eine Behindertentoilette? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn es im Geschäft mindestens eine als Behindertentoilette gekennzeichnete Toilette gibt (größerer Raum, Haltegriffe, Kontraste usw.).



*Beispiel für eine Behindertentoilette
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

47. Gibt es in der Toilette oder im Vorraum Ablageflächen? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Ablageflächen zum Beispiel für Taschen beim Händewaschen vorhanden sind. Die Ablageflächen können im Vorraum oder im Toilettenraum sein.

48. Sind in der Toilette Kleiderhaken vorhanden? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn entweder ein großer oder zwei kleine Haken in der Toilette vorhanden sind, damit Kunden sowohl ihre Bekleidung als auch ihre Taschen aufhängen können.

Zusatzservice

49. Gibt es einen Hol- und Bringservice für Kunden und/oder einen Bestell- oder Lieferservice für Waren nach Hause? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens eine der genannten Serviceleistungen - gegebenenfalls auch gegen Aufpreis - angeboten wird.

Wenn mehrere der Serviceangebote praktiziert werden, gibt es keine Zusatzpunkte. Klären Sie bitte bei Bedarf mit dem autorisierten Ansprechpartner / Inhaber dieses Serviceangebot des Betriebes ab.

50. Gibt es Sitzgelegenheiten oder einen Ruhebereich? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Sitzgelegenheiten angeboten werden und diese stabil und sicher sind.

Optimal sind eine ausreichende Sitzhöhe (nicht zu tief, also nicht unter etwa 40 cm), feste Sitzflächen und Armlehnen, die ein bequemes Hinsetzen und Aufstehen unterstützen bzw. ermöglichen.



*Beispiel für einen Ruhebereich
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

51. Gibt es im Geschäft eine Kinderspielecke? B-Kriterium

Beachten Sie bitte, dass dieses Kriterium nur in Geschäften angewendet wird, in denen Kunden üblicherweise längere Zeit verweilen (zum Beispiel etwa Einrichtungshäuser, Warenhäuser oder Bekleidungsgeschäfte). Bei Geschäften mit typischerweise kürzerer Verweildauer (zum Beispiel Supermärkte, Drogeriemärkte oder Bäckereien) entfällt dieses Kriterium.

52. Gibt es eine Wickelmöglichkeit für Kinder? C-Kriterium

Erfasst werden hier nur Gelegenheiten, die nicht bereits unter Frage 45 bewertet wurden. Doppelzählungen sind nicht zulässig.

53. Werden im Geschäft Getränke kostenlos angeboten? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden im Geschäft kostenlos etwas trinken können. Dies kann über einen Wasserspender, eine Kaffeestation oder ein angebotenes Glas Wasser geschehen.

54. Gibt es im Geschäft die Möglichkeit, Einkäufe oder Garderobe aufzubewahren oder einzuschließen? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden die Möglichkeit haben, ihre mitgebrachten Einkäufe, Taschen oder ihre Garderobe während des Einkaufs sicher aufzubewahren.

In größeren Häusern kann dies über Schließfächer, eine zentrale Warenaufbewahrung, Kundengarderobe etc. geschehen. In kleineren Geschäften reicht es aus, wenn das Gepäck kurzfristig an der Kasse sicher hinterlegt werden kann.

55. Gibt es eine „Erste-Hilfe“-Möglichkeit? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Geschäft über eine „Erste-Hilfe“-Ausrüstung verfügt. Dies können zum Beispiel Notfallapotheke, Defibrillator, Rettungskette, ausgestatteter Sanitätsraum und zu Ersthelfern ausgebildete Mitarbeiter sein.

Sind die „Erste-Hilfe“-Möglichkeiten nicht ersichtlich, fragen Sie bitte beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

56. Sind die Einkaufswagen leichtläufig? A-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Einkaufswagen keine Mängel wie blockierende Rollen aufweisen. Die Einkaufswagen müssen sich ohne großen Kraftaufwand schieben und leicht um Kurven manövrieren lassen. Eine stichprobenartige Überprüfung der Einkaufswagen genügt.

57. Gibt es unterschiedliche Einkaufswagen oder solche, die multifunktional sind? C-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Einkaufswagen angeboten werden, die für unterschiedliche Kundengruppen gedacht sind oder zusätzliche Funktionen haben. Beispiele sind:

- Einkaufswagen mit Sitzgelegenheiten für Erwachsene,
- Einkaufswagen mit Leselupe
- Einkaufswagen mit kleinem Füllbereich oder mit Babyschale
- Kindereinkaufswagen.



*Beispiel für einen Multifunktionswagen
(Quelle: EDEKA Unternehmensgruppe Nordbayern-Sachsen-Thüringen)*

58. Gibt es weitere Zusatzinformationen oder Zusatzservices, die den Einkauf erleichtern? B-Kriterium

Bitte bewerten Sie hier nur Zusatzinformationen oder Zusatzservices, die von den Fragen 49 bis 57 noch nicht erfasst sind.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens eine weitere Zusatzinformation oder Zusatzleistung angeboten wird.

Zusatzinformationen und -services können zum Beispiel sein: Lesehilfen, Kataloge, Kundeninformationsschalter, schriftliche Produkt- oder Pflegeinformationen, Veranstaltungen, Kinderwagen- / Rollstuhlverleih, Einpackservice, Einkaufsbegleitung, Änderungsservices, Geschenkverpackungsservice, Regenschirmverleih, Bestellungen „zur Ansicht“ nach Hause, Bringservice von Großware zum Auto, oder zur ÖPNV-Haltestelle, Taxiruf vom Geschäft aus usw.

Bitte vermerken Sie die Zusatzinformation bzw. den Zusatzservice im Fragebogen.

Sind diese nicht unmittelbar erkenntlich, fragen Sie bitte beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.



Beispiel für einen Informationspunkt

Kategorie 7: Kasse

59. Ist der Durchgang an der Kasse mindestens 90 cm breit? Haben Abteilungs- oder Etagenkassen mindestens 90 cm Bewegungsfreiheit? **A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

Kassendurchgangsbreite bzw. Bewegungsradius: mindestens 90 cm
(Messtoleranz: +1 / -1 cm)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens ein Kassendurchgang die geforderte Mindestbreite von 90 cm hat. Dies gilt auch je Abteilung bzw. Etage.

60. Ist ein Kassendisplay vorhanden und für Kunden gut lesbar? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Kassendisplay und der zu zahlende Betrag gut lesbar sind. Dies kann zum Beispiel durch große oder schwenkbare Kassendisplays umgesetzt werden.



*Beispiel für ein gut lesbares Kassendisplay
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

61. Gibt es eine Ablagefläche an und / oder hinter der Kasse? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Ablageflächen vorhanden sind, um zum Beispiel Taschen abstellen oder die Waren in Ruhe einpacken zu können. Die Ablageflächen können sich direkt an oder nahe hinter der Kasse befinden.



*Beispiel für eine Ablagefläche an der Kasse
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

62. Ist die Schrift des Kassensbons gut lesbar? B-Kriterium

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Schriftgröße mindestens 11 Punkt beträgt. Dieser Satz ist in Schrifttyp Arial Größe 11 geschrieben.

Sonderpunkte

63. Gibt es drei weitere Dienstleistungen, die positiv zu bewerten sind und noch nicht genannt wurden? B-Kriterium

Bewerten Sie bitte nur drei Dienstleistungen, die bislang im Fragebogen noch nicht genannt wurden (auch nicht unter Zusatzservice) und die eine Bereicherung für Kunden darstellen.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens drei Dienstleistungen angeboten werden, die den Einkauf für den Kunden angenehmer gestalten und eine Bereicherung darstellen.

Für Ihre Notizen

2. Teil Technisches Verfahren

2.1 Arten der Fragebögen

Für die Beurteilung und Bewertung des Qualitätszeichens „**Generationenfreundliches Einkaufen**“ steht der **Fragebogen** in **drei verschiedenen Varianten** zur Verfügung:

1. **PDF-Fragebogen zum elektronischen ausfüllen** per Computer, Notebook oder iPad
2. **Online-Fragebogen** zum Ausfüllen mittels Internet-Browser
3. **PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen**

Im Folgenden werden die drei Arten und der Umgang mit Ihnen kurz erläutert.

2.2 PDF-Fragebogen zum elektronischen Ausfüllen

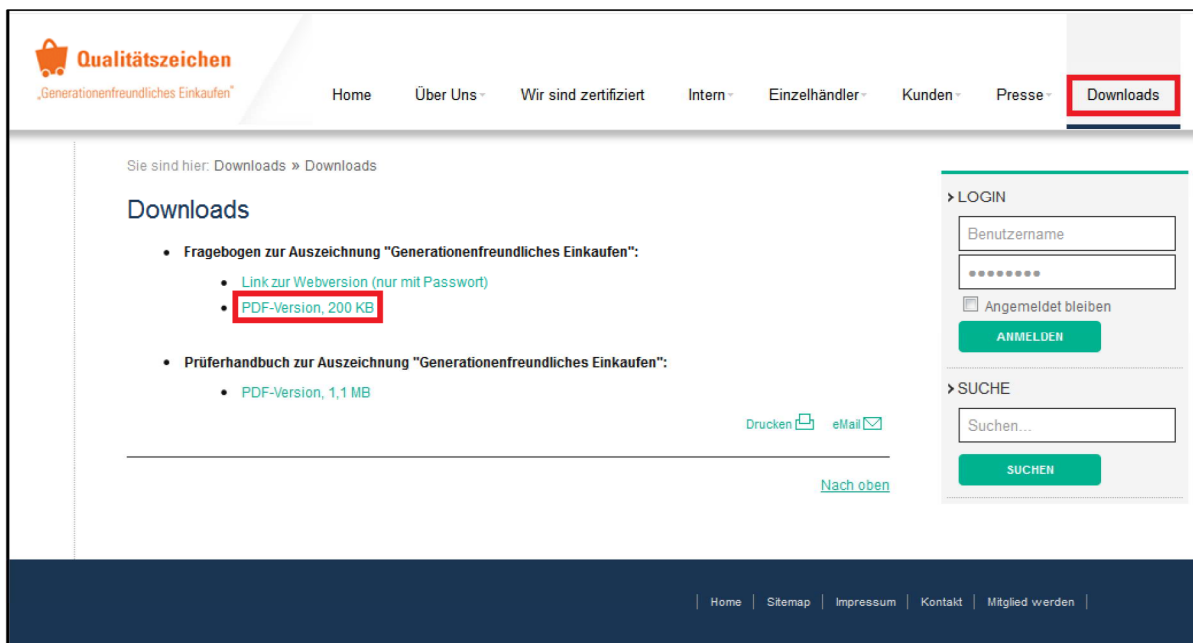
Der PDF-Fragebogen lässt sich als elektronisch ausfüllbares Formular am PC, mit einem Notebook oder iPad ausfüllen, abspeichern, per E-Mail verschicken und ausdrucken.

2.2.1 Download

Sie können sich den elektronisch ausfüllbaren PDF-Fragebogen über folgende Internetseite herunterladen:

www.generationenfreundliches-einkaufen.de

Gehen Sie auf der angegebenen Seite oben rechts über den Reiter „**Downloads**“ zu den Dokumenten. Laden Sie sich den Fragebogen als PDF-Dokument herunter, in dem Sie mit **Rechtsklick** auf den Link gehen. Wählen Sie im erscheinenden Kontextmenü browserabhängig entweder „**Ziel speichern unter...**“ oder „**Link speichern unter...**“ aus. Geben Sie den gewünschten Speicherort an und sichern Sie die PDF-Datei.



2.2.2 Ausfüllen und Ausdrucken

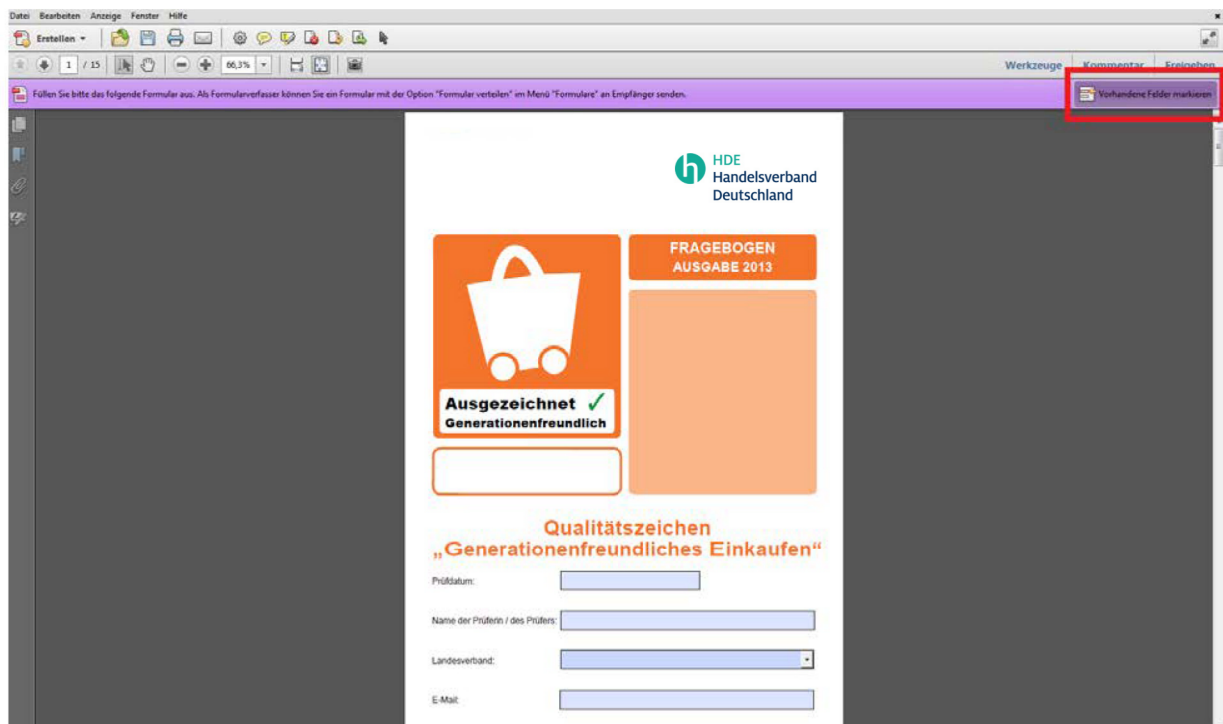
PC oder Notebook

Zum Ausfüllen des PDF-Fragebogens ist die Verwendung von **Adobe Reader Version 11** oder neuer erforderlich.

Unter folgendem Link können Sie sich die aktuelle Version kostenlos herunterladen:

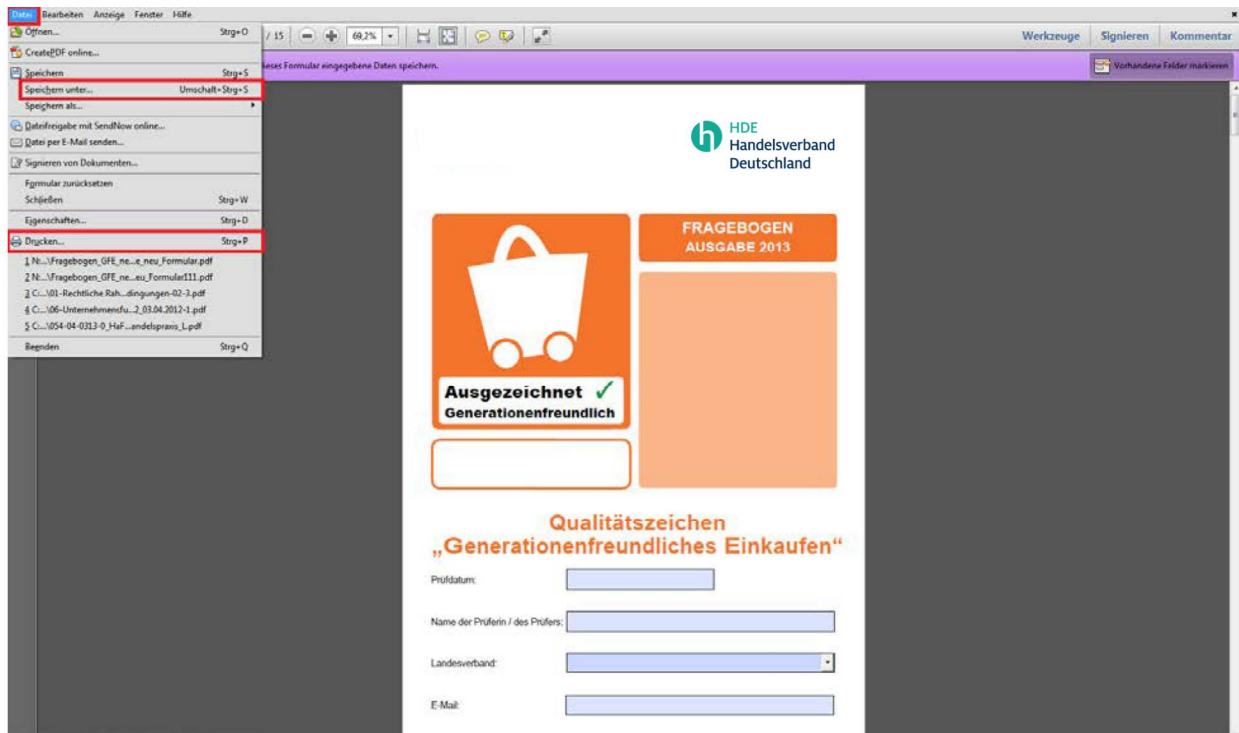
<http://get.adobe.com/de/reader/>

Nach der Installation des Programms und dem Öffnen der PDF mit dem **Adobe Reader**, sollten die **ausfüllbaren Bereiche blau hinterlegt** sein. Ist dies nicht der Fall, kann die Funktion auch über die Schaltfläche „**Vorhandene Felder markieren**“ aktiviert werden.



Tragen Sie in die vorgesehenen Felder die entsprechenden Informationen ein und kreuzen sie Ihre Antworten durch Mausklick an.

Sie können den ausgefüllten Fragebogen jederzeit (zwischen-)speichern und für Ihre Unterlagen ausdrucken. Gehen sie dazu im Adobe Reader über „**Datei**“ und wählen dann „**Speichern unter...**“ bzw. „**Drucken...**“ aus. Alternative dazu können Sie auch die **Schaltflächen im Dokument** nutzen.



Mit der Auswahl von „**Speichern unter...**“ wird Ihnen die Möglichkeit gegeben, das Formular mit allen Eingaben abzuspeichern und einen neuen Dateinamen zu vergeben. So haben Sie gleich beim Abspeichern der Datei die Möglichkeit, für jedes neue Unternehmen oder Geschäft, das Sie zertifizieren, einen separaten Dateinamen zu vergeben.

Wir empfehlen Ihnen am **Computer** oder **Notebook** folgende **Vorgehensweise**:

- Laden Sie sich den leeren PDF-Fragebogen herunter.
- Tragen Sie die gewünschten Informationen mittels **Adobe Reader** in das Formular ein.
- Speichern Sie die PDF wie oben beschrieben ab und vergeben den gewünschten Dateinamen für das Dokument (dieser kann z. B. den Namen des Unternehmens und das Datum der Zertifizierung enthalten).
- Der ursprüngliche, leere PDF-Fragebogen bleibt dabei unverändert an seinem Speicherort erhalten und kann für die nächste Zertifizierung verwendet werden.
- Haben Sie lediglich Veränderungen in einem bereits angefangenem Fragebogen vorgenommen und möchten den bisherigen Dateinamen beibehalten, reicht dazu auch die Funktion „Speichern“, die ebenfalls über „Datei“ zu erreichen ist.

iPad

Zum Ausfüllen via iPad ist die Verwendung der App **Adobe Reader** von **Acrobat** erforderlich. Diese können Sie kostenlos im App Store herunterladen. Die Anwendung bietet die Möglichkeit, verschiedene PDFs zu verwalten, Formulare auszufüllen und diese per E-Mail zu verschicken. Installieren Sie die App, bevor Sie die nachfolgend beschriebenen Schritte ausführen.

Hinweis: Bei der Verwendung anderer PDF-Anwendungen außer der genannten kann es zu fehlerhaften Darstellungen des PDF-Fragebogens und der Formularfelder kommen.

Senden Sie sich den PDF-Fragebogen per E-Mail auf das iPad. Öffnen Sie die E-Mail und halten Sie die PDF im Anhang gedrückt. Im erscheinenden Auswahlmenü tippen Sie auf **„In Adobe Reader öffnen“**.

Alternativ dazu können Sie die PDF auch über www.generationenfreundliches-einkaufen.de unter dem Reiter **„Downloads“** aufrufen. Wird die PDF angezeigt, erscheint oben rechts eine Schaltfläche **„Öffnen in...“** (tippen Sie ggf. auf das Formular, damit die Menüleiste angezeigt wird). **Wählen** Sie dann die **Adobe Reader App** aus.

In beiden Fällen muss die **Adobe Reader App** vorher auf dem iPad **installiert** sein.

Die PDF öffnet sich und Sie können die gewünschten Daten eintragen. Kreuze werden durch Antippen der entsprechenden Felder gesetzt. Sollte es notwendig sein, z. B. bei einem Teilbereich, der als „Nicht vorhanden“ zählt, schon gesetzte Kreuze zu entfernen, gehen Sie wie folgt vor: Wählen Sie zunächst ein Feld für eine Texteingabe an, z. B. unter den allgemeinen Angaben zum Unternehmen. Somit wird die Tastatur aktiviert. Wenn Sie jetzt ein Feld zum Ankreuzen anwählen, erscheint ebenfalls die Tastatur. Im oberen Bereich der Tastatur haben Sie einen Button **„Feld zurücksetzen“**. Dieser entfernt das gerade ausgewählte Kreuz.

Änderungen im Dokument werden **automatisch gespeichert**, sobald Sie von der PDF-Ansicht wieder in das Hauptmenü der App wechseln. Drücken Sie auf die Schaltfläche **„Dokumente“** oben links. Diese ist zu sehen, wenn kein Formularfeld angewählt ist; tippen Sie dazu außerhalb eines Formularfeldes auf die PDF. In der Dokumentenübersicht können Sie auch den Dateinamen der PDF ändern. Tippen Sie dazu auf **„Bearbeiten“**, wählen Sie die gewünschte PDF aus und tippen anschließend auf das Texteingabesymbol.

Wir empfehlen Ihnen mit dem **iPad** folgende **Vorgehensweise**:

- Laden Sie sich den leeren PDF-Fragebogen auf ihr iPad und öffnen Sie die Datei wie oben beschrieben in der **Adobe Reader App**.
- **Vor Eingabe der ersten Daten:** Legen Sie sich ein Duplikat des leeren Fragebogens an, damit Sie für weitere Zertifizierungen ein leeres Formular schnell parat haben.
- Duplikat anlegen in der **Adobe Reader App**:
 - Wechseln Sie in die Hauptansicht der App (ggf. eine im Moment geöffnete PDF schließen) und gehen Sie links auf „Dokumente“.
 - Tippen Sie nun oben rechts auf **„Bearbeiten“** und wählen Sie danach die zu duplizierende Datei aus.
 - Tippen Sie auf das Duplizieren-Symbol (dargestellt als zwei übereinanderliegende Blätter Papier).
 - Es wird ein Duplikat mit der Bezeichnung (1) am Ende des Dateinamens angelegt.
 - Ebenfalls über **„Bearbeiten“** kann der Dokumentenname geändert werden.
 - Wir empfehlen Ihnen, den Namen der duplizierten Datei zu ändern, so dass dieser z. B. den Namen des Unternehmens und das Datum der Zertifizierung enthält.
- Öffnen Sie die duplizierte Datei in der **Adobe Reader App** und tragen Sie die gewünschten Informationen ein.

Beim **Schließen** des PDF-Formulars werden Änderungen **automatisch gespeichert**. Wechseln Sie dazu vom geöffneten Dokument in das Hauptmenü der App.

2.2.3 Rücksendung

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen per E-Mail-Anhang an die folgende E-Mail-Adresse zurück:

gfe@hde.de

PDF als E-Mail-Anhang von einem iPad aus verschicken

Öffnen Sie den PDF-Fragebogen, den Sie zurückschicken möchten in der **Adobe Reader App**. Sie finden oben rechts in der Menüleiste ein fensterartiges Symbol, aus dem ein Pfeil hervorsteht. Tippen Sie dieses an und wählen „**Dok. per Mail**“, anschließend „**Originaldokument freigeben**“. Das Mail Programm wird automatisch geöffnet und die Datei befindet sich im Anhang.

2.3 Online-Fragebogen

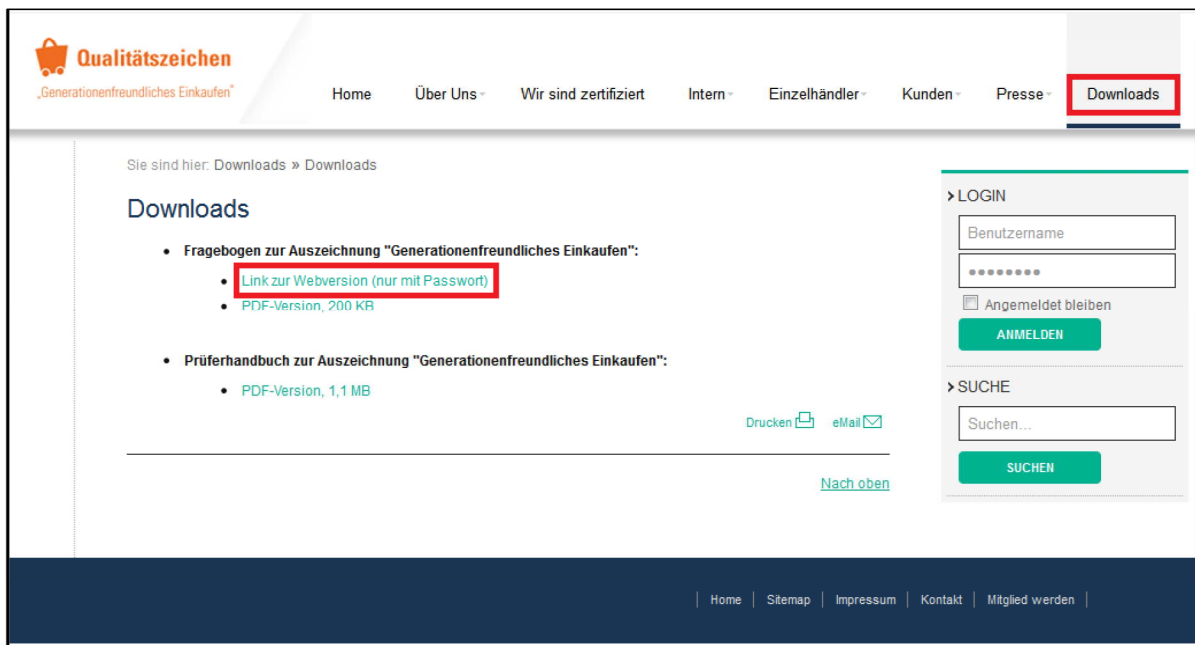
Die zweite Möglichkeit, eine Bewertung für ein Qualitätszeichen „**Generationenfreundliches Einkaufen**“ einzureichen, ist die Webvariante des Fragebogens. Der Online-Fragebogen ist über einen Internet-Browser erreichbar.

2.3.1 Link zum Online-Fragebogen

Sie gelangen über folgende Seite zum Online-Fragebogen:

www.generationenfreundliches-einkaufen.de

Klicken Sie in der oberen Menüleiste auf den Reiter „**Downloads**“. Unter dem Punkt „**Fragebogen zur Auszeichnung**“ befindet sich der Link, der Sie zur Webversion des Fragebogens weiterführt.



Login

Um auf den Online-Fragebogen zugreifen zu können, ist es notwendig, dass Sie sich einloggen.

Tragen Sie in die dafür vorgesehen Feldern **Benutzernamen** und **Passwort** ein und bestätigen Sie mit „**Anmelden**“. Die Zugangsdaten werden Ihnen gesondert per E-Mail vom HDE zugesandt.

Qualitätszeichen
„Generationenfreundliches Einkaufen“

Home Über Uns Wir sind zertifiziert Intern Einzelhändler Kunden Presse Downloads

Sie sind hier: Generationsfreundliches Einkaufen - Generationsfreundliches Einkaufen

Bitte melden Sie sich an

Benutzername
Passwort
ANMELDEN

LOGIN
Benutzername
.....
Angemeldet bleiben
ANMELDEN

SUCHE
Suchen...
SUCHEN

Home | Sitemap | Impressum | Kontakt | Mitglied werden

Danach gelangen Sie auf die Seite mit dem direkten Link zum Online-Fragebogen. Klicken Sie dazu auf „**Zum Webformular...**“.

Qualitätszeichen
„Generationenfreundliches Einkaufen“

Home Über Uns Wir sind zertifiziert Intern Einzelhändler Kunden Presse Downloads

Sie sind hier: Downloads » Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen"

Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen"

26. August 2013

Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":

- [Zum Webformular...](#)

Drucken eMail

Nach oben

Home | Sitemap | Impressum | Kontakt | Mitglied werden

2.3.2 Ausfüllen, Absenden und Ausdrucken

Das Ausfüllen und Absenden des Online-Fragebogens ist sowohl an **PC**, **Notebook** oder **iPad** möglich und erfordert eine **bestehende Internetverbindung**.

Haben Sie über den o. g. Link einen neuen Fragebogen geöffnet, können Sie direkt mit der Eingabe der Informationen beginnen. Die mit * gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder und müssen ausgefüllt werden. Über die Schaltflächen „**Vorherige Seite**“ und „**Nächste Seite**“ navigieren Sie zwischen den einzelnen Kategorien vor und zurück.

**FRAGEBOGEN
AUSGABE 2013**

Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Bewertung der Parkmöglichkeiten
(Parkplatz, Tiefgarage, Parkhaus - wenn in Eigenregie geführt)

Parkmöglichkeiten * ☐ Vorhanden und in Eigenregie geführt: Weiter mit Frage 1
 ☐ Nicht vorhanden bzw. nicht in Eigenregie geführt: Weiter mit Frage 5 (Nächste Seite)

Frage 1 (B-Kriterium) ☐ JA ☐ NEIN
Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplatzes gut und eindeutig zu erkennen?
(zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)

Frage 2 (C-Kriterium) ☐ JA ☐ NEIN
Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? (zum
Beispiel breitere Parkplätze für Behinderte, Frauen- oder Familienparkplätze)

Barrierearme und sichere Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft
(wenn in Eigenregie geführt)

Frage 3 (A-Kriterium) ☐ JA ☐ NEIN
Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? (zum Beispiel keine
Stolperfallen oder Unebenheiten, sondern abgesenkte Bordsteine, helle Wege)

Frage 4 (B-Kriterium) ☐ JA ☐ NEIN
Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? (zum Beispiel über Formate,
Schriftart, Schriftfarbe, Standort)

Vorherige Seite

Nächste Seite

Geben Sie die gewünschten Informationen in den dafür vorgesehenen Feldern ein und klicken bei Fragen auf die entsprechende Schaltfläche:

- ja
- nein
- nicht vorhanden

Auf der letzten Seite erfolgt noch eine **Sicherheitsabfrage**. Geben Sie die **Buchstaben** und **Zahlen** aus dem **karierten Feld** an der dafür vorgesehenen Stelle ein und schicken Sie das Formular über die Schaltfläche „**Eingaben absenden**“ fort.

FRAGEBOGEN
AUSGABE 2013

Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

Abschlussbewertung und Empfehlung

Bewertung:

↑
↓



Sicherheitsabfrage...
Bitte geben Sie vor dem Absenden des Fragebogens die angezeigten Zeichen ein:

Eingaben absenden

Vorherige Seite

Sie erhalten nach Versand des Formulars eine **E-Mail** zur Bestätigung auf die **Adresse**, die Sie auf der **ersten Formularseite** angegeben haben. Die E-Mail enthält alle Formulareingaben und kann für die eigenen Unterlagen ausgedruckt werden.

Sollte es erforderlich sein, den **Browser während des Ausfüllens** des Online-Fragebogens zu **schließen**, sind die **Daten** bei **erneutem Aufrufen** des Formulars wieder **verfügbar**.

Damit die Daten zwischengespeichert werden können, ist es notwendig, dass Sie für **ein** und **dasselbe Formular** auch den **gleichen Browser** verwenden und bei diesem das **Abspeichern von Cookies erlaubt** ist. Bei den meisten Browsern finden Sie die Einstellungen dazu unter den Sicherheitseinstellungen.

Solange Sie das Formular noch nicht abgeschickt haben, ist das Bearbeiten der eingegebenen Daten möglich.

2.4 PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen

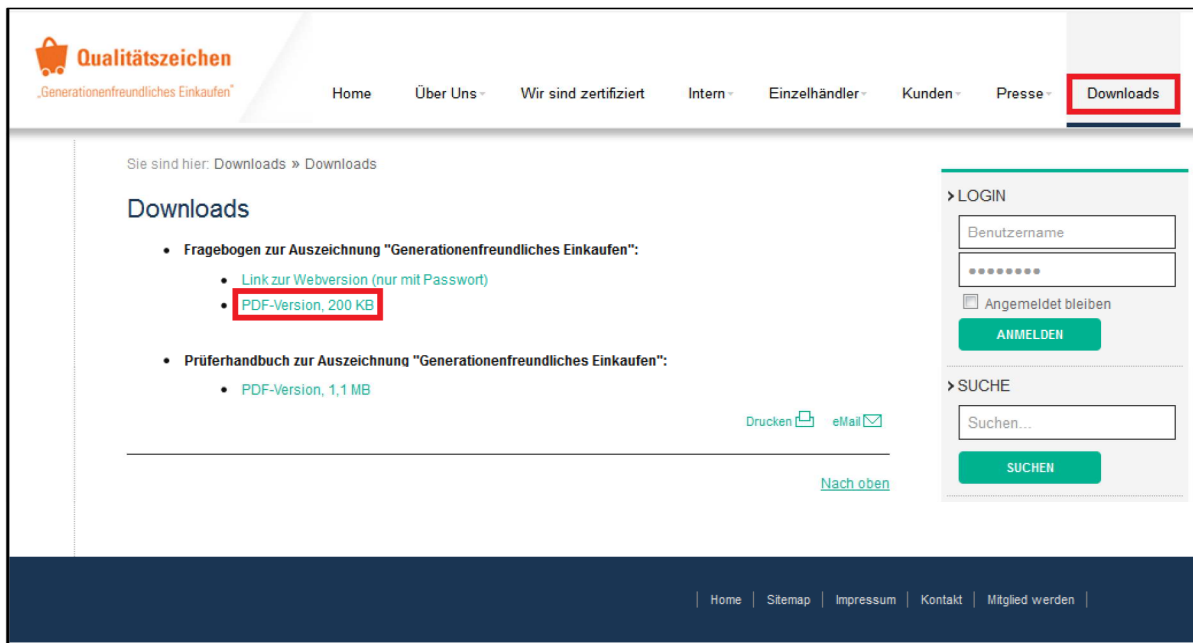
Der PDF-Fragebogen lässt sich ausdrucken und handschriftlich ausfüllen. Fertigen Sie sich bitte eine Kopie für Ihre Unterlagen an und senden Sie das ausgefüllte Original zur Auswertung per Post zu. Die Postanschrift finden Sie unter dem Punkt 2.4.3 in diesem Handbuch.

2.4.1 Download

Sie können sich den Fragebogen als PDF über folgende Internetseite herunterladen:

www.generationenfreundliches-einkaufen.de

Gehen Sie auf der angegebenen Seite oben rechts über den Reiter „**Downloads**“ zu den Dokumenten. Laden Sie sich den Fragebogen als PDF-Dokument herunter, in dem Sie mit **Rechtsklick** auf den Link gehen. Wählen Sie im erscheinenden Kontextmenü browserabhängig entweder „**Ziel speichern unter...**“ oder „**Link speichern unter...**“ aus. Geben Sie den gewünschten Speicherort an und sichern Sie die PDF-Datei.



2.4.2 Ausfüllen

Bitte beachten Sie die folgenden Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens für das Qualitätszeichen „**Generationenfreundliches Einkaufen**“:

- Bitte verwenden Sie für das Ausfüllen des Fragebogens einen
 - **blau** oder
 - **schwarz**

schreibenden **Feinliner**, **Kugelschreiber** oder **Filzstift**.

- Markieren Sie Ihre Antworten in den dafür vorgesehenen Feldern bitte mit einem **Kreuz**.

☒	☐	
ja	nein	
☐	☐	☒
ja	nein	nicht vorhanden

2.4.3 Rücksendung

Bitte fertigen Sie sich eine Kopie des ausgefüllten Fragebogens an und senden das **Original per Post** an die folgende Adresse:

Zentrale GFE-Auswertung
Salzstraße 1
09113 Chemnitz