

Ressort: Wirtschaft

Breite Gänge und größere Schrift

EINZELHANDEL Senioren haben viele Wünsche an Supermärkte / Gütesiegel zur Orientierung

Von Christiane Stein

Mainz/Wiesbaden. Die Tüte mit Zucker steht im Regal ganz oben und ist für Menschen unter 1,80 Meter kaum zu erreichen. Das Preisschild hat so kleine Ziffern, dass nur schwer zu lesen ist, ob die Tafel Schokolade nun 0,69 Euro oder 0,99 Euro kosten soll. Insbesondere für ältere Menschen kann der Einkauf unter solchen Bedingungen schnell zum Hindernislauf werden. Waltraud Feser von der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz hat eine ganze Liste von Wünschen parat, wenn es um "seniorengerechte Geschäfte" geht: "In den Verkaufsräumen sollte es Sitzmöglichkeiten geben, die Toilette muss gut zugänglich sein, außerdem sollten die Gänge in Supermärkten so breit sein, dass zwei Wagen problemlos aneinander vorbei passen", nennt sie einige Beispiele. Auch ein "Serviceknopf" und spezielle, einfach zu lenkende Einkaufswagen könnten hilfreich sein. Feser hat

aber auch die Produzenten im Blick: "Die Beschriftung auf den Verpackungen muss gut lesbar sein", sagt sie. Außerdem wünschten sich viele ältere Menschen angemessene Portionsgrößen, damit der Appetit auf Apfelmus nicht eine ganze Woche andauern muss.

Für den Handel werden Senioren als Kunden immer wichtiger - wegen ihrer überdurchschnittlichen Kaufkraft, aber auch wegen ihrer steigenden Anzahl. Im Jahr 2035 wird bereits jeder dritte Deutsche älter als 60 Jahre sein. Mehrere Initiativen wollen mit Gütesiegeln Unternehmen ermuntern, mehr für die ältere Kundschaft zu tun. Das Qualitätszeichen "Ausgezeichnet Generationenfreundlich" hat in Bundesfamilienministerin Kristina Schröder eine prominente Fürsprecherin: "Generationenfreundlichkeit bedeutet Kundenfreundlichkeit - ganz gleich, ob ein Dreißig- oder ein Siebzjähriger in den Laden kommt, Eltern mit Kindern oder Men-

schen im Rollstuhl", wirbt sie für mehr Engagement der Firmen. Mit dem vom Handelsverband Deutschland ins Leben gerufene Siegel wurden bundesweit bereits hunderte Einzelhändler zertifiziert.

Das Gütesiegel "Seniorengerecht" steckt hingegen noch in den Kinderschuhen. Im Frühjahr 2012 sollen erstmals Einzelhändler und Online-Versandhäuser mit dem Logo werben dürfen. Hinter der Initiative steht Sven Lilienström von der PR-Agentur Rheingewinn. Mit Hilfe eines Fragebogens werden derzeit Kriterien wie Orientierungshilfen und Wegweiser, aber auch die Zahl von Seniorenparkplätzen ermittelt. Transparenz soll die Homepage schaffen. Dort werden die Ergebnisse veröffentlicht, außerdem dient ein Blog dem Erfahrungsaustausch.

Urheberinformation: (C) 2011 Verlagsgruppe Rhein Main GmbH & Co. KG
Personen: Kristina Schröder
Kategorien: Einzelhandel, Senior

© PMG Presse-Monitor GmbH