

VERONIQUE KELLER, STRICKHOF FACHSTELLE FAMILIE UND BETRIEB

Kunden möchten auch im Hofladen unbeschwert und barrierefrei einkaufen- vor allem, wenn sie nicht mehr so gut zu Fuss sind, im Rollstuhl sitzen oder mit dem Kinderwagen unterwegs sind. Der Hofladen soll klar strukturiert und nicht überfüllt sein. Kunden erwarten ausserdem freundliches, gut geschultes Personal, das nicht aufdringlich ist.

Angesichts des demografischen Wandels ist Barrierefreiheit ein grosses Thema. Das gilt auch für die Direktvermarktung. Wer seinen Hofladen so einrichtet oder umgestaltet, dass ältere Menschen bequem und ohne Beschränkungen einkaufen können, hat immer einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern. Allerdings gilt hier die Devise: Nicht gross damit werben, sondern einfach machen. Denn viele setzen barrierefrei mit behinderten- oder seniorengerecht gleich. Das ist nicht falsch, aber gerade das Attribut „seniorengerecht“ kann eher abschrecken. Alt werden schliesslich immer nur die anderen und kein Kunde möchte das vor Augen geführt bekommen.

Orientierung bieten

Alle Massnahmen, angefangen mit der Beschilderung, über Parkplätze, Eingang, Ladeneinrichtung bis hin zur Warenpräsentation und -platzierung sowie dem gut geschulten Personal, können gerade älteren Kunden ein Gefühl von Sicherheit vermitteln. Kunden, die mit Einschränkungen zu kämpfen haben, sind unsicher. Sie wollen mit ihrem Handicap nicht auffallen, sondern brauchen Orientierung. Das fängt bereits mit der eindeutigen Beschilderung an. Der Weg zum Hof muss gut zu finden sein. Auf den Betrieb selbst gehört ein Willkommensschild, auf dem der Name des Hofladens erneut erwähnt ist. Die Parkplätze sollten gut beschildert sein, so dass der Besucher sein Auto beruhigt abstellen kann. Falls die Parkplätze markiert sind, sollte die Stellfläche so breit sein, dass sich die Autotüre ganz öffnen lässt. So können ältere Kunden bequem aussteigen oder den Rollstuhl bequem ausladen.

Wichtig ist auch ein ebener und glatter Untergrund. Wer mit dem Rollator unterwegs ist, wird asphaltierte oder gepflasterte Flächen und Wege zu schätzen wissen.



Breiter Eingang

Der Eingang zum Geschäft sollte ebenerdig oder mit einer Rampe ausgestattet sein. Glastüren sorgen für Durchblick und Transparenz. Sehr komfortabel sind Automattüren, die sich selbstständig öffnen. Wenn die Türen per Hand zu öffnen sind, dann ohne grossen Kraftaufwand. Das alte Holztor erfüllt diese Voraussetzung häufig nicht. Ausserdem sollte der Eingang breit genug sein. Die Türen müssen mindestens 0,90 m breit und 2,10 m hoch sein. So wie für die Wege



im Aussenbereich gilt erst recht für den Fussboden im Hofladen, dass dieser möglichst ohne Schwellen, Kanten und Stufen auskommen sollte. Sind Stufen aus baulichen Gründen unvermeidbar, dann sind sie deutlich zu markieren. Der Bodenbelag muss nicht nur rutschfest, sondern auch spiegelfrei sein. Wenn sich Waren oder Fenster im Boden reflektieren, kann das den Kunden irritieren.

Im Alter lässt oft die Sehfähigkeit nach. Wichtig ist deshalb eine gute Beleuchtung. Die Grundbeleuchtung sorgt zusammen mit der Akzentbeleuchtung dafür, dass sich insbesondere ältere Kunden im Laden sicher fühlen. Eine gute Beleuchtung lohnt sich übrigens immer, denn die Weisheit: „Mit Licht verkauft man“ gilt für alle Altersklassen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Sauberkeit. Vielen älteren Menschen ist Sauberkeit ein Anliegen.

Lücken in Griffhöhe

Bei der Warenpräsentation ist das oberste Gebot, den Kunden die Orientierung so leicht wie möglich zu machen. Die verschiedenen Produkte sollten klar nach Warengruppe, nach Hersteller oder Lieferant gegliedert werden.

Menschen mit Einschränkungen können sich häufig weder gut bücken noch recken. Eine gute Griffhöhe liegt zwischen 1,00 und 1,40 m. Natürlich bietet kaum ein Hofladen so viel Platz, dass die Waren nur in der Komfortzone angeboten werden können. Da sollten die Erzeugnisse stehen, die Sie anpreisen wollen. In der Bück- und Reckzone stehen die preiswerten Produkte oder das, was ohnehin gekauft wird. Sehr praktisch sind Schubladenfächer in der Bückzone, die als Lager genutzt werden können.

Zwischen Gläsern, Dosen oder Tüten sollten Griffücken bestehen. Gläser nicht stapeln, da manche Gläser ein ziemliches Gewicht aufweisen. Ältere Menschen sind zum Teil schon leicht zittrig und/oder haben weniger Kraft in den Händen. Sehr gut geeignet zur Warenpräsentation sind grosse, flache Körbe in Griffhöhe.

Achten Sie bei der Preisauszeichnung auf eine gut lesbare Schrift. Schreiben Sie schwarz auf weiss, denn das ist am besten lesbar und wählen Sie eine ordentliche Schriftgrösse. Je übersichtlicher und einfacher man die Preise am Regal auszeichnet, desto besser. Auf den Produktetiketten selbst, sind Kompromisse nötig. Da gehen die vielen Pflichtangaben oft zulasten der Schriftgrösse und damit der Lesbarkeit.

Zugewandtes Personal

Wie schon mehrmals erwähnt, sind Kunden mit Einschränkungen unsicher und nehmen Unterstützung gerne an. Sie wollen allerdings nicht bevormundet oder unter Druck gesetzt werden. Ältere Kunden kommen oft mit einer Einkaufsliste in den Hofladen. Sie brauchen zunächst Zeit, den „Pflichteinkauf“ zu erledigen. Erst dann sollte das Verkaufspersonal sie nach weiteren Wünschen fragen oder Empfehlungen aussprechen.

Auf der anderen Seite sollte man rechtzeitig bemerken, wenn ein Kunde vor dem Regal steht und etwas sucht, ihm das Kilo-Glas Gurken vielleicht zu schwer ist oder er nicht weiss, was er möchte. Hier helfen offene Fragen: „Bekommen Sie Besuch? Soll es ein Geschenk sein? Möchten Sie etwas Besonderes im Haus haben?“



Stehen die Kunden an der Kasse ist manchmal Geduld gefragt. Die Augen und die Finger wollen nicht mehr so recht und die Suche nach dem richtigen Geld kann ein bisschen dauern. Eine gute Verkaufskraft beschäftigt sich in diesem Moment mit etwas Anderem, räumt den Kassensbereich auf oder schreibt Preisschilder. Auf keinen Fall darf sich der Kunde unter Druck gesetzt fühlen.

Selbstverständlich sollte es sein, Kunden mit Handicap den 10 kg Kartoffelsack oder den 5 Liter Bag in Box Apfelsaft zum Auto zu tragen. Ein Service, den so persönlich besonders ein Hofladen bieten kann. Und nicht nur barrierefrei, sondern regelrecht zur Komfortzone wird Ihr Hofladen, wenn Sie eine Sitzgelegenheit bereitstellen oder etwas zu trinken bereit halten. Eine einfache Bank und Mineralwasser reichen schon aus, dass die Kunden einen Moment verweilen und dabei überlegen, ob sie noch etwas kaufen möchten. Schwerer umzusetzen, aber von den Kunden gerne angenommen, ist eine Kundentoilette.

Lohnend für alle

Die meisten Massnahmen zum barrierefreien oder generationenfreundlichen Einkaufen kommen auch bei den Kunden ohne Einschränkungen gut an. Und sie führen- zumindest unbewusst- dazu, dass sie gerne wiederkommen. Alle Kunden lieben es bequem. Deshalb lohnt sich ein kritischer Blick auf den eigenen Hofladen, was verändert werden könnte. Der zusätzliche Service hat dann zwar seinen Preis, aber viele Kunden sind bereit dafür zu zahlen.