BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

AgeExplorer®.de

GENERATIONENGERECHTE VERSORGUNGSANGEBOTE im Klausenerplatz-Kiez

© age-explorer.de

Veranstaltungstour durch den Klausenerplatz-Kiez

30. Oktober 2012

„Seniorengerechte Versorgungangebote im Klausenerplatz-Kiez“

Gefördert aus dem Programm Lokales Soziales Kapital (LSK) des Europäischen Sozialfonds

- Recherche Best Practice
- **Senioreninterviews**
- **Unternehmensinterviews**
- Veranstaltungstour zu generationengerechten Versorgungsangeboten

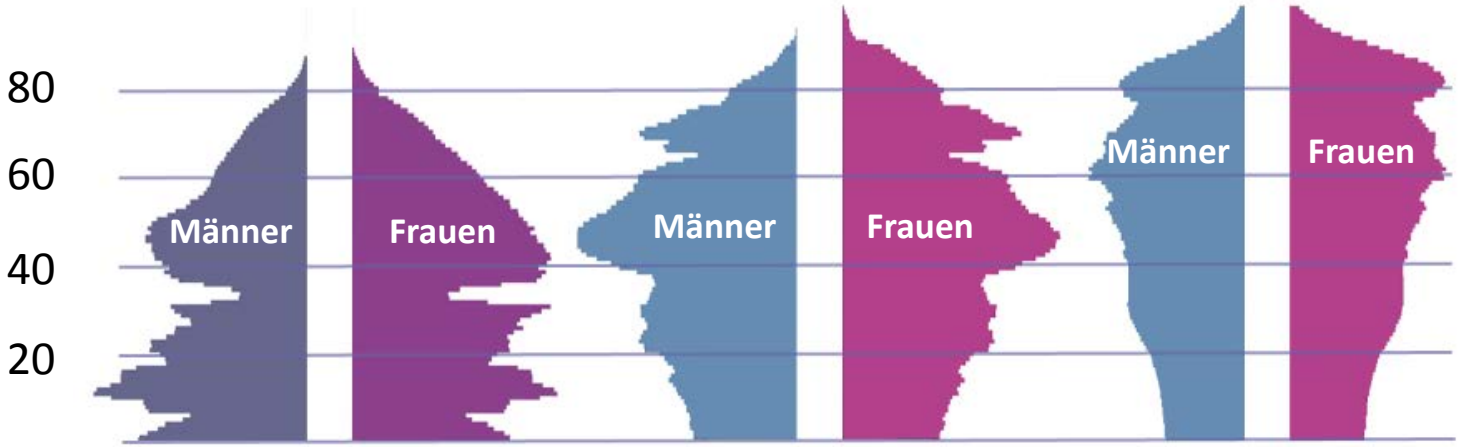
BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Demographischer Wandel - Folgen und Chancen

Demographischer Wandel

- Weniger Kinder bei gleichzeitiger Erhöhung der Lebenserwartung
- Bevölkerung schrumpft

Folge: Die Bevölkerung in Deutschland wird in den nächsten Jahren im Durchschnitt deutlich älter.



Altersaufbau 1950 Altersaufbau 2010 Altersaufbau 2050

Quelle: www.destatis.de, © Statistisches Bundesamt 2009

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Demographischer Wandel - Folgen und Chancen

Wachstumsmarkt „Ageing Society“

- Bereits jetzt 1/3 der Kaufkraft bei 60+
- Konsumquote bei Senioren überdurchschnittlich hoch
- Insbesondere der inhabergeführte Einzelhandel kann hiervon profitieren, wenn er sich mit Service, Produkten und Dienstleistungen den Interessen der Senioren annimmt

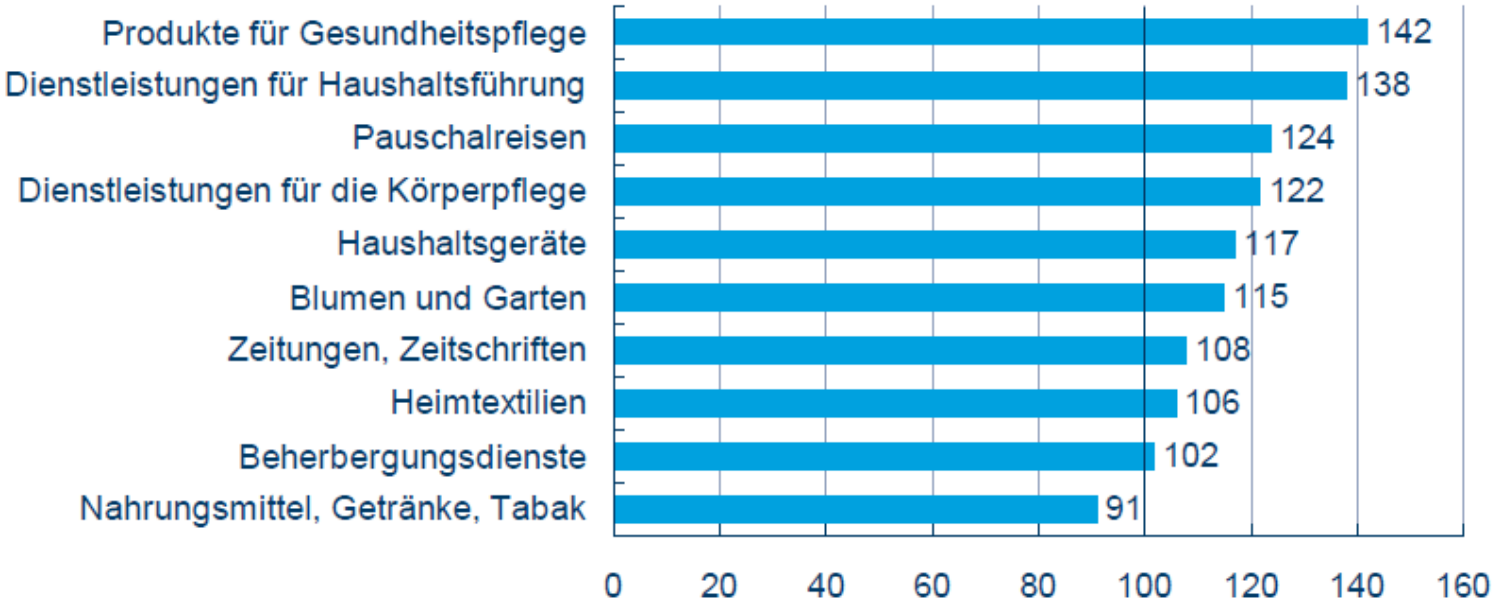
Quelle: „Generation 55+“ - Chancen für Handel und Konsumgüterindustrie

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Konsumausgaben der Haushalte 55plus

An erster Stelle Ausgaben für Gesundheits- und Körperpflege, gefolgt von Ausgaben für den Haushalt (Dienstleistungen, Haushaltsgeräte und Heimtextilien)



Quelle: Statistisches Bundesamt

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Welche Maßnahmen haben Unternehmen ergriffen, um sich auf den demographischen Wandel im Absatzmarkt einzustellen?

Basis: Unternehmen, die direkt oder mittelbar an Privatkunden absetzen (n = 2.477), Mehrfachnennungen

Quelle: „Abschied vom Jugendwahn?“, Unternehmerperspektiven, Commerzbank

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Welche Maßnahmen haben Unternehmen im Stadtteil ergriffen, um sich auf den demographischen Wandel im Absatzmarkt einzustellen?

1. **Anpassung der bestehenden Produkte / Dienstleistungen**
2. **Schritte zur Barrierefreiheit (Rampe, Klingel, Umbau,…)**
3. **Lieferservice innerhalb des Kiezes**

4. Bedienungsstabilität
5. Hausbesuche für Stammkunden

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Welche können sich Unternehmen im Stadtteil vorstellen zu verändern

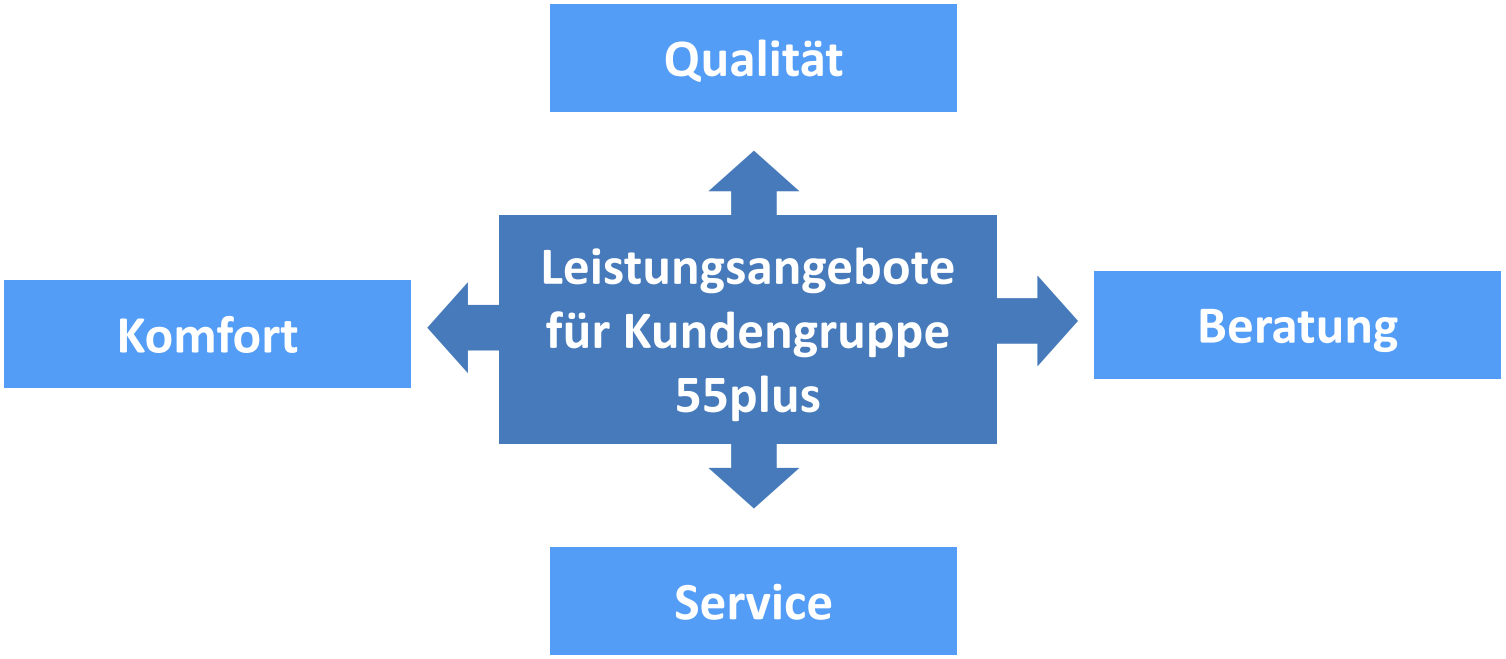
1. **Ausweitung der bestehenden Produktpalette**
2. **Schritte zur Barrierefreiheit (Rampe, Klingel,…)**
3. **Lieferservice innerhalb des Kiezes**

4. Hausbesuche
5. Gegenseitige Empfehlungen
6. Anpassung der bestehenden Produkte
7. Veränderte Öffnungszeiten

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Erfolgsfaktoren im Umgang mit älteren KundInnen



Quelle: Eigene Darstellung nach „Generation 55+“

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Erfolgsfaktoren im Umgang mit älteren KundInnen: „Universelles Design“ ist generationengerecht

Ältere Kunden wollen nicht das Gefühl haben es wird eigens für sie gestaltet oder produziert - Unauffälligkeitsprinzip

KOMFORT - WOHLFÜHLEN - SICHERHEIT

Wer seinen Kunden eine möglichst große Selbstständigkeit ermöglicht und sie Dienstleistungsmentalität spüren lässt, tut dies zur Freude aller Kunden

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Kundengruppe 55plus

Seniorengerecht ist generationengerecht

„Es geht ja nicht nur um uns Alte. Die Mütter mit Kinderwagen sind genauso betroffen.“

Gut lesbare Preisschilder

Barrierefreiheit

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

„Seniorengerechte Versorgungangebote im Klausenerplatz-Kiez“

Themen:

- **Barrierefreiheit**
- **Service** ***(Komfort – Wohlfühlen – Sicherheit)***
- **Qualität**
- **Marketing**
- **Netzwerke**

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

Zertifizierung

- 10 Prozent der Bevölkerung sind auf Barrierefreiheit zwingend angewiesen
- 30 bis 40 Prozent brauchen sie als notwendige Hilfe bei der Bewältigung des alltäglichen Lebens
- Für alle anderen stellt Barrierefreiheit eine Komfortverbesserung dar

"Berlin barrierefrei" wird in Zusammenarbeit mit www.mobidat.net durchgeführt, z.B. TEE- O-D´OR

www.generationenfreundliches-einkaufen.de

Ausgezeichnet ✓ Generationenfreundlich

Berlin barrierefrei

www.berlin-barrierefrei.de

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

Rampen zur Überwindung von Stufen

Rampe von Moderia Kerstin

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

Umbau Eingangsbereich

TEE-O-D´OR – als barrierefrei zertifiziert

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

Weitere Ideen und Möglichkeiten

- Klingel, gut einsehbarer Eingang, offene Tür

Klingel Kosmetiksalon Bärbel

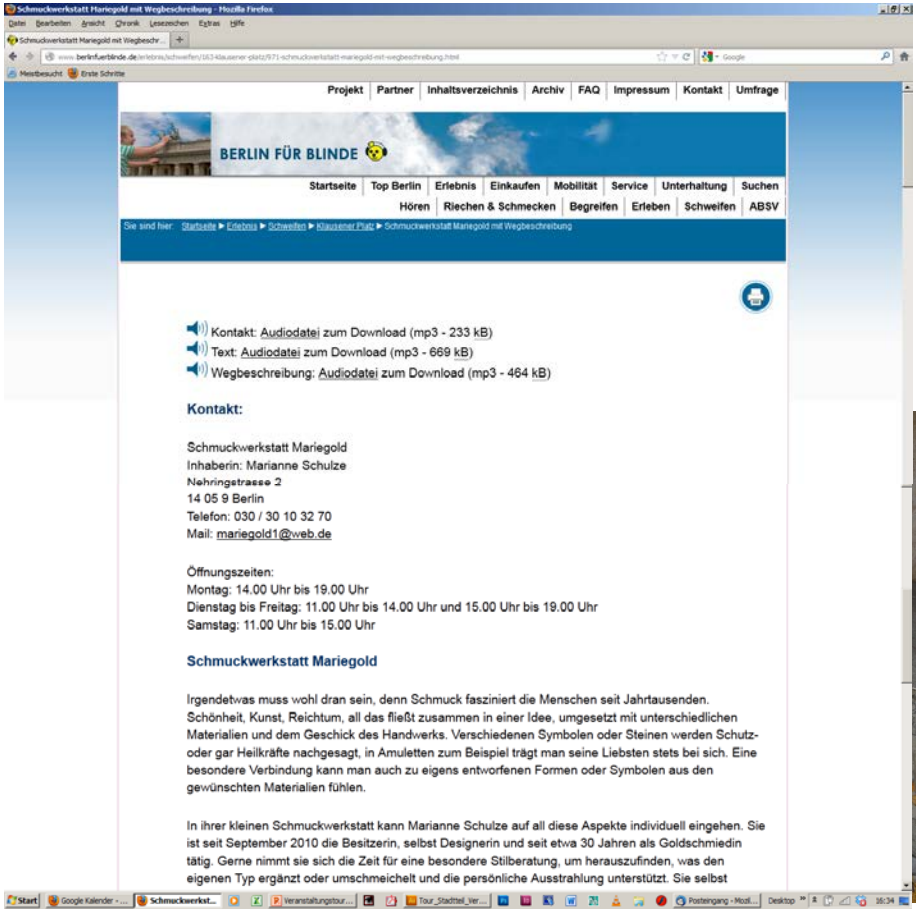
Stets offene Eingangstür bei Ankes Coppee Shop

Anbau am Kaiserdamm

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

www.berlinfuerblinde.de



Schmuckwerkstatt Mariegold
bei www.berlinfuerblinde.de

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Barrierefreiheit

www.berlinfuerblinde.de

Klausener Platz: Einleitung

Weinhandlung Vinifera mit Wegbeschreibung

Schuhschaukel mit Wegbeschreibung

Tee-o-d'Or mit Wegbeschreibung

Schmuckwerkstatt Mariegold mit Wegbeschreibung

Ebert Schuhe und Reitstiefel mit Wegbeschreibung

no.5-secondhand mit Wegbeschreibung

Eismanufaktur mit Wegbeschreibung

Marc O’ Polo mit Wegbeschreibung

Imbiss Suppinger mit Wegbeschreibung

Weiß-Blau - das bayerische Schmankerlparadies mit Wegbeschreibung

Giro d’Espresso mit Wegbeschreibung

Restaurant Marmotte mit Wegbeschreibung

Service

**„Ich möchte dort einkaufen, wo man mich auch kennt.
Das ist für mich ein Stück Lebensqualität.“**

- Einkaufen: Erlebnis, Austausch und pflegen sozialer Kontakte

Wochenmarkt am Klausenerplatz

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Service

„Ich wünsche mir mehr Bänke zum Ausruhen auf den Wegstrecken zwischen Wohnung und Einkauf.“

Physiotherapiepraxis F. Wilhelm

Kopfstars HAIR & NAILS

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Service

Sitzmöglichkeiten im Geschäft

Bergemann Orthopädie Schuhe

TEE-O-D´OR

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Service

Schlechtes Abschneiden der Discounter und Supermärkte als Chance für den inhabergeführten Einzelhandel

- **„An den Kassen ist es oft hektisch“ (Mehrfachnennungen)**
- **„Ständig wird alles umgeräumt und man findet nichts wieder“ (Mehrfachnennungen)**
- **„Immer wieder neue Verkäuferinnen, die einen nicht kennen“ (Mehrfachnennungen)**

- „Es gibt keine Kundentoilette“ (Mehrfachnennungen)
- „Es gibt keinen Lieferservice“ (Mehrfachnennungen)
- „Es gibt keine Sitzplätze“

Qualität

„Für qualitativ hochwertige Produkte bin ich bereit (mehr) Geld auszugeben.“

- Die befragten Senioren achten auf „Schnäppchen“ und sind preisbewusst, die Qualität ist aber oft von größerer Bedeutung.

Schuh-Ebert

Giro d´espresso

Marketing

Herausforderungen bei der Ansprache der „Generation 55plus“

- 50plus nicht eine, sondern viele Zielgruppen mit sehr unterschiedlichen Ansprüchen
- Klischees werden als Stigmatisierung empfunden
- Bezeichnung: 98% lehnen den Ausdruck „Senior“ als Bezeichnung für die eigene Person ab *(Erhebung Datamonitor)*

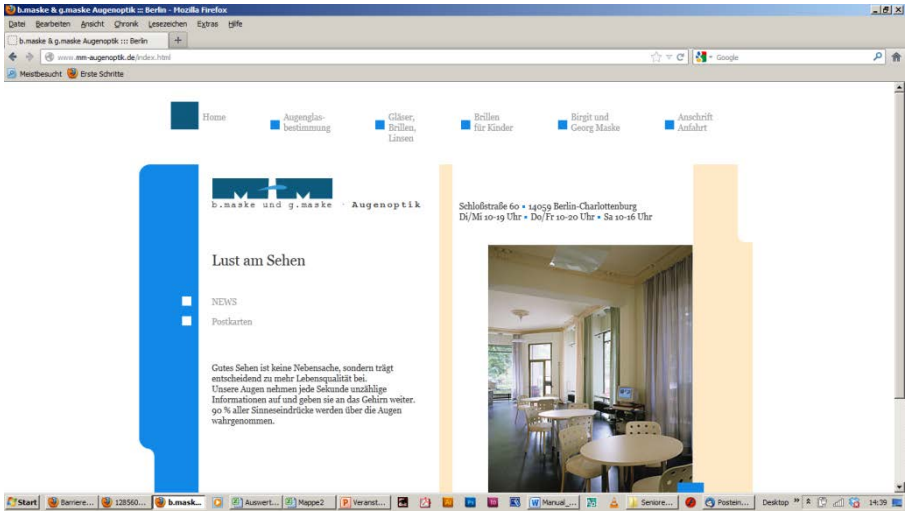
Schlüsselworte für erfolgreiche Kommunikation:

- *Authentizität, Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit und Charakter*

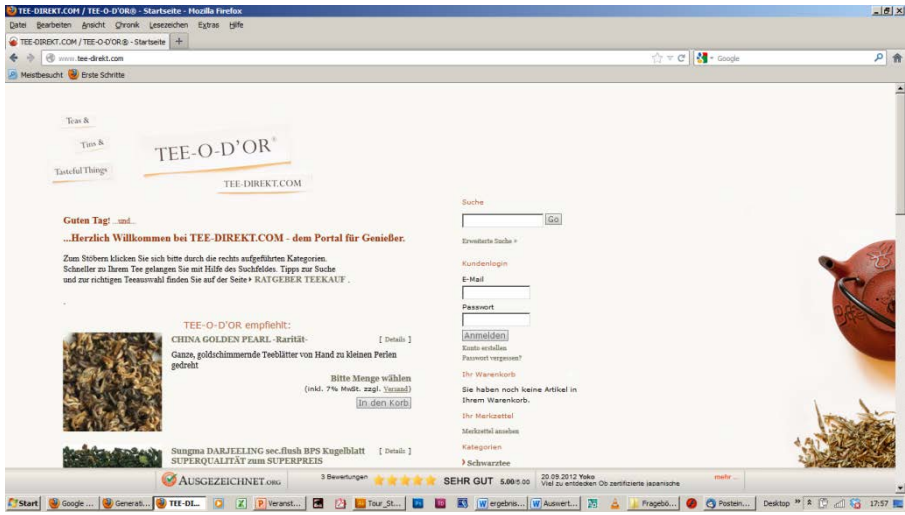
Marketing

Internetpräsens und Website

- Jeder dritte der über 50-jährigen ist online, in der Gruppe der 50 bis 59-Jährigen jeder zweite



Website von b. Maske und g. Maske



Onlineshop von TEE-O-D´OR

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Marketing

KiezBlatt

Empfehlungen und Anzeigen im Kiezblatt werden von allen Senioren gelesen

(Kiezblatt fast wie Mundpropaganda)

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Marketing

Kundenbindung

- Weihnachtskarten, Abokarten, Prozente oder Stempelkarten – die Möglichkeiten sind vielfältig und sollten sorgfältig abgewogen werden.
- Bisher keine geschäftsübergreifende Kundenbindung

Gutschein des Schuh-Palazzo

Stempelkarte in der Kleinen Baguetterie

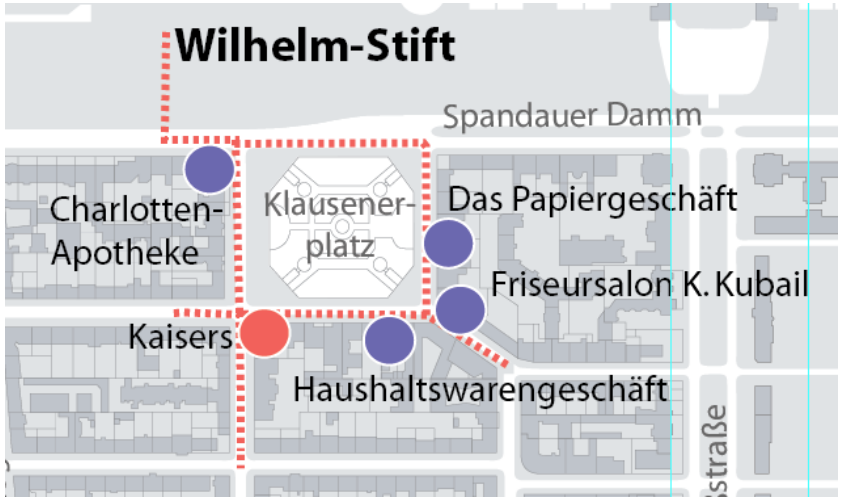
Netzwerke / Nachbarschaft

Von starken Ankergeschäften profitieren

Wer sind Ihre Ankergeschäfte?

In welche Einkaufsrouten können Sie sich einbinden?

Sichtbar sein auf der Route (z.B.: Schaufenstergestaltung)



Beispiel-Ankergeschäft Kaisers

Kaisers am Klausenerplatz

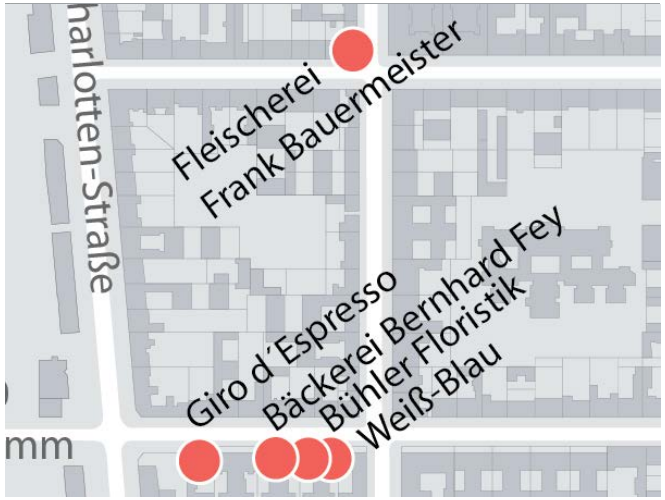
BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Netzwerke / Nachbarschaft

Geschäftsnachbarschaften: Gemeinsam stark mit überschneidendem Kundenstamm

Mit Nachbarschaft absprechen, z.B.:

Gemeinsame Öffnungszeiten, Verlinkungen untereinander, gemeinsame Aktionen



Geschäftsnachbarschaften

Knobelsdorffstraße

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Netzwerke / Nachbarschaft

Zu welchen Themen wollen Sie mit anderen Unternehmen austauschen?
Wie wollen Sie sich in Zukunft gemeinsam vermarkten?

- **Interessensgemeinschaft Barrierefreiheit Klausenerplatz-Kiez**
- **Direkte Unternehmensnachbarschaften für gemeinsame Kundenansprache**
- **Projektidee: Gemeinsame Strategien der Kundenbindung**

Gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung Charlottenburg-Wilmersdorf können wir Sie dabei unterstützen!

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

BÜRO BLAU
räume. bildung. dialoge.

Der entscheidende Schritt beginnt gemeinsam.

Dipl. Ing. Frank Baumann
Wundtstraße 5
14059 Berlin

T 030 – 30 10 54 64
F 030 – 30 10 54 65
kontakt@bueroblau.de
www.bueroblau.de

Unterstützt durch

AgeExplorer®.de

Gefördert durch

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds
Investition in Ihre Zukunft

ESF
...eine Chance durch Europa!

Berlin
Senatsverwaltung für
Arbeit, Integration und Frauen

BBWA LSK
Berlin