

Lobby der Älteren



Beratungskompetenz im Hausgerätehandel für die Zielgruppe 50plus





„Ich musste ziemlich lange warten, da noch vier Kunden vor mir waren. Die Bedienung war dann zwar höflich, jedoch völlig inkompetent“.

So schilderte Inge N. (68 Jahre) ihre Eindrücke beim Besuch eines recht bekannten Elektrofachhandels.

Die über 50-Jährigen stellen mit über 30 Millionen Menschen in Deutschland und ihrer großen Kaufkraft eine bedeutende Kundengruppe dar.

Die Wirtschaft hat dies erkannt und arbeitet an Konzepten, wie diese kritischen und Konsum erfahrenen Verbraucherinnen und Verbraucher zielgerichteter angesprochen werden können. Kundenzufriedenheit führt nicht nur zu höherem Absatz, sondern auch zur Verbesserung der Lebensqualität älterer Menschen.

Im Rahmen des Projektes „Stärkung der Beratungskompetenz im Hausgerätehandel für Kundinnen und Kunden der Zielgruppe 50plus“ entwickelte die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V. (BAGSO) diese Broschüre, die dem Handel und der Industrie Anregungen für eine kundenorientierte Beratung gibt.

Die Broschüre gibt Antworten auf folgende Fragen:

1. Welche Beratung erwarten 50plus Kundinnen und Kunden im Elektrohandel?
2. Durch welche Merkmale zeichnet sich eine hohe Beratungskompetenz aus?
3. Was sind die wesentlichen Kriterien zur Verbesserung der Beratungsqualität?

Wodurch zeichnet sich die „Käuferschicht 50plus“ aus?



Merkmale der Käuferschicht 50plus:

- Ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein hinsichtlich der Produkte, aber auch in Bezug auf Beratung und Service.
- Starke Kaufkraft und Kauffreude: Die monatlichen Konsumausgaben lagen im Jahr 2003 zwischen 1.600,- € und 2.564,- €, abhängig je nach Alter und Haushaltsgröße (DIW kompakt, 2007).
- Neues Denken: Seniorinnen und Senioren wollen den erreichten Lebensstandard genießen und konzentrieren sich nicht mehr nur auf's Sparen.
- Hohe Heterogenität.
- Große Eigeninitiative: Seniorinnen und Senioren informieren sich vorab im Internet sowie in Zeitschriften und Prospekten.



Was erwarten 50plus Kundinnen und Kunden vom Ablauf einer **Beratung**?

Bei der Gesprächseinleitung:

- ✓ keine direkte Ansprache der Zielgruppe als Seniorinnen und Senioren
- ✓ keine Bezeichnung der Produkte mit Begriffen wie z. B. Senioren-Handy
- ✓ deutlich zu erkennendes Personal

Bei der Analyse des Kundenbedarfs:

Befragung...

- ✓ zur Haushaltsgröße
- ✓ zur Nutzungshäufigkeit des Produktes
- ✓ zur Größe des Gerätes
- ✓ zu den Ansprüchen an das Produkt
- ✓ zu den Vorlieben für eine bestimmte Marke

Bei den Produktvorstellungen:

- ✓ Aufzeigen von Alternativgeräten
- ✓ Erklären von Preisunterschieden
- ✓ verbraucherrechtliche Hinweise zu Umtausch und Garantieleistungen

Was erwarten 50plus Kundinnen und Kunden von einem Berater?



„Immer an das Alter denken, aber niemals darüber sprechen.“

Einfühlungsvermögen

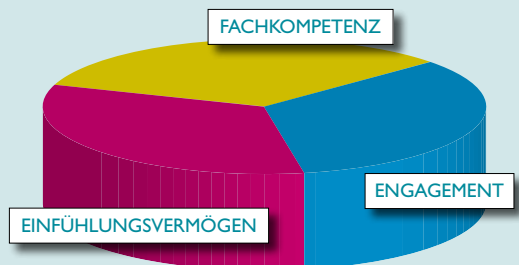
- Nachvollziehen können, was Kundinnen und Kunden wünschen; Verständnis für die individuellen Belange der Kundinnen und Kunden entwickeln.
- Kundinnen und Kunden nach ihren Wünschen fragen und zuhören; Aufgreifen der persönlichen Vorstellungen der Kundinnen und Kunden.
- Unterschiedlichkeit der Kundinnen und Kunden berücksichtigen.
- Ehrlichkeit im Gespräch (z. B. das Abraten von einem bestimmten Gerät).
- Geduldige und ruhige Beratung, ohne Zeit- und Kaufdruck.

Engagement

- Evtl. mehrere Geräte vorführen.
- Genaues Aufzeigen der Funktionen, die das Gerät hat.
- Ansprechendes Erscheinungsbild der Verkäuferin bzw. des Verkäufers.

Fachkompetenz

- Ausführliche Erklärung zur Bedienung des Gerätes.
- Verständliche Erklärungen ohne englische oder fachtechnische Begriffe.



Der Beratungskompetenz wird von den älteren Menschen eine sehr hohe Priorität eingeräumt.



Test- und Umfrageergebnisse

Die BAGSO Service GmbH hat im Auftrag der BAGSO eine Umfrage zum Thema Beratungsqualität im Hausgeräthandel durchgeführt, an der insgesamt 501 Menschen im Alter über 50 Jahre teilgenommen haben. Ziel war es, die Erfahrungen mit Beratungen, aber auch Anforderungen an eine Beratung zu ermitteln.

I. Informationsquellen

Abb.1: Wenn Sie sich ein neues Gerät anschaffen möchten: Wie informieren Sie sich in erster Linie vorab?

Ich erkundige mich im Internet nach neuen Produkten.	285 (56,9%)
Ich sehe Zeitschriften und Prospekte nach Angeboten durch.	259 (51,7%)
Ich frage in meinem Bekannten- und Freundeskreis.	246 (49,1%)
Ich orientiere mich an meinem alten Gerät.	196 (39,1%)
Ich verlasse mich auf die Beratung im Laden.	136 (27,1%)
Ich beziehe mich auf Werbung (TV und Rundfunk).	42 (8,4%)

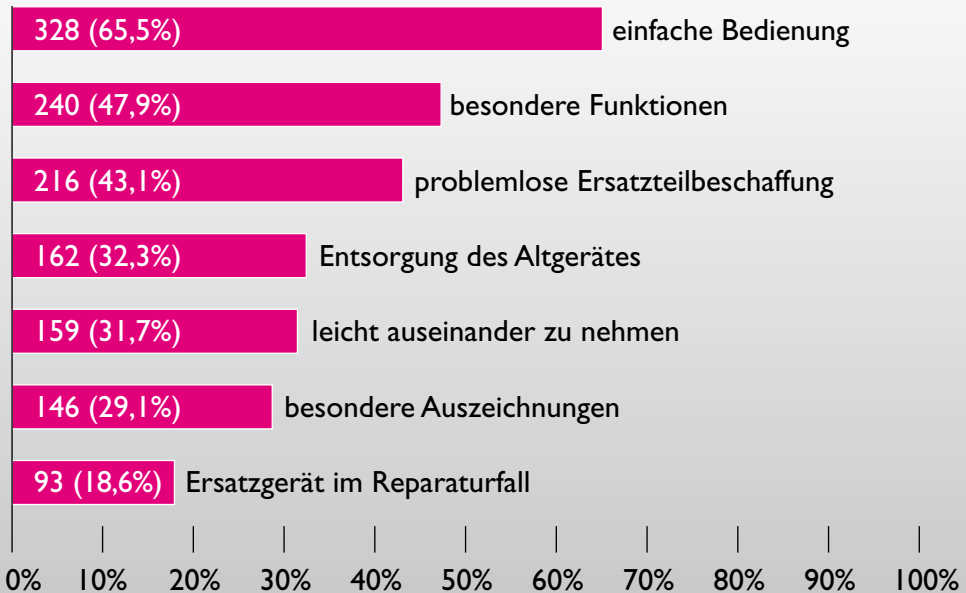
n=501; Mehrfachnennungen möglich

Die Befragung zeigt eindeutig, dass ältere Menschen informiert in ein Verkaufsgespräch gehen.

Sie nutzen unterschiedliche Informationsquellen.

2. Informationswünsche der Kundinnen und Kunden

Abb.2: Wenn Sie sich ein neues Haushaltsgerät anschaffen: Was möchten Sie wissen?



n=501; Mehrfachnennungen möglich

Die Kundinnen und Kunden legen besonderen Wert auf folgende Informationen:

Sie möchten wissen, ob das Gerät einfach zu bedienen ist und welche besonderen Funktionen es hat. Dementsprechend wichtig ist die **fachliche Kompetenz** des Beratungspersonals.



Test- und Umfrageergebnisse

Auch besondere Serviceleistungen, wie die Bereitstellung eines Ersatzgerätes im Reparaturfall, die problemlose Ersatzteilbeschaffung sowie verbraucherrechtliche Hinweise, z. B. die Entsorgung des Altgerätes, werden gewünscht.

Über die Befragung hinaus wurden in 104 Elektrogeschäften unterschiedlicher Größe Testkäufe durchgeführt. Anhand eines Leitfadens überprüften die Testpersonen das Beratungsverhalten des Verkaufspersonals.

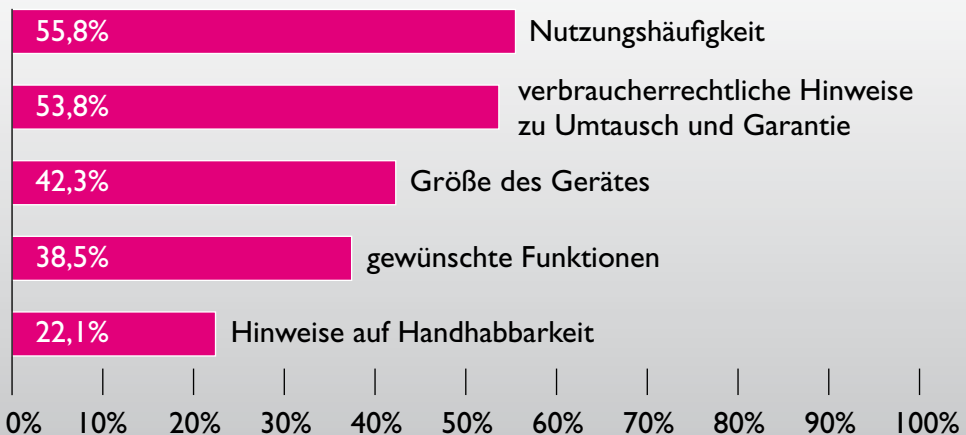
3. Kundenorientiertes Beratungsverhalten

Im Rahmen der Testgespräche gab es Vorgaben, welche Punkte vom Verkaufspersonal angesprochen werden sollten. Folgende Aspekte wurden von den Beraterinnen und Beratern am häufigsten vernachlässigt.

Abb.3: **Auswertung der Testgespräche:**

Aspekte, die nicht angesprochen wurden:

n=104



WICHTIGE INFORMATION

Verbraucherrechtliche Hinweise wurden in jedem zweiten Beratungsgespräch nicht weitergegeben, obwohl ein Informationsbedarf besteht.

Zu wenig Analyse und kundenorientierte Beratung:

Fragen zur Wohnsituation, z.B. nach der Größe des Gerätes bzw. der voraussichtlichen Nutzungshäufigkeit wurden von rund 42,3% bzw. 55,8% des Beratungspersonals außer Acht gelassen. Dabei sind gerade produktbezogene Fragen und Hinweise für die Kundengruppen besonders wichtig.

Ausschlaggebend für eine kundenorientierte Beratung ist weniger die Größe des Geschäftes als vielmehr die Beratungskompetenz der einzelnen Verkäuferin bzw. des einzelnen Verkäufers.

Die ausführliche Darstellung der Untersuchungsergebnisse finden Sie unter www.bagso.de/bagso_vf.html



I. „Personelle Ebene: Kompetenzen nutzen!“

- Jüngeres Personal soll für die Bedürfnisse der älteren Kundschaft sensibilisiert werden.
- Einfühlungsvermögen kann fehlende Lebenserfahrung teilweise ausgleichen.
- Ein wenig differenziertes Altersbild überzeugend korrigieren.
- Klischees über das Altern abbauen:
Überbetonte Fürsorglichkeit aufgrund des Alters blieb jedem 6. Kunden negativ in Erinnerung.

„Ältere Verkäufer haben ein gutes Fachwissen, gehen auf den Kunden ein, sind sehr zuvorkommend.“

WICHTIGE INFORMATION

Ältere Beschäftigte wissen um die Belange der reiferen Kundschaft und vermitteln ihnen so das Gefühl, verstanden zu werden. Diese Fähigkeit beeinflusst die Beratungssituation und kann sich positiv auf die Kaufentscheidung auswirken.

2. „Fachliche Ebene: Überzeugen statt Überreden!“

Fachliche Schulungen, damit produktbezogene Fragen jederzeit beantwortet werden können

- Geräte bzw. deren Bedienung müssen einwandfrei erklärt werden können.
- Keine englischen oder fachtechnischen Begriffe verwenden; soweit nicht vermeidbar, müssen Fachbegriffe erläutert werden können.

Analyse des Bedarfs:

„Wer nicht fragt, der nicht gewinnt!“

- Die Unterschiedlichkeit der Kundenwünsche spiegelt sich in der Heterogenität der Zielgruppen wieder. Aus diesem Grund ist eine ausführliche Klärung des persönlichen Bedarfs unbedingt erforderlich.

Nutzerfreundlichkeit der Produkte beachten und hervor heben

- Männer und Frauen lassen sich in ihrer Kaufentscheidung von der Handhabung des neuen Gerätes beeinflussen. Das ausgewählte Gerät muss einfach in der Bedienung sein.

WICHTIGE INFORMATION

Fachliche Kompetenz ist ausgesprochen wichtig, da Kundinnen und Kunden der Generationen 50plus gut informiert in ein Verkaufsgespräch gehen.

Die BAGSO ist die Lobby der Älteren und vertritt ihre Interessen gegenüber Politik, Gesellschaft und Wirtschaft. Unter unserem Dach haben sich rund 100 Mitgliedsorganisationen mit etwa 13 Millionen älteren Menschen zusammengeschlossen. Eines ihrer Ziele ist die Stärkung der Interessen älterer Verbraucher. Aus diesem Grund hat sich die BAGSO mit dem Thema Beratungsqualität im Hausgerätehandel beschäftigt und diese Broschüre für den Handel entwickelt.

Die Broschüre kann unter www.bagso.de herunter geladen oder bei der BAGSO bestellt werden.

Herausgeber:

**Bundesarbeitsgemeinschaft
der Senioren-Organisationen e.V.
(BAGSO)**

Bonnegasse 10

53111 Bonn

Tel.: 02 28 / 24 99 93 0

Fax: 02 28 / 24 99 93 20

E-Mail: kontakt@bagso.de

Internet: www.bagso.de

Erstellt von:

BAGSO Service GmbH

Bonnegasse 10

53111 Bonn

Tel.: 02 28 / 55 52 55 50

Fax: 02 28 / 55 52 55 66

E-Mail: kontakt@bagso-service.de

Internet: www.bagso-service.de

Redaktionelle Bearbeitung:

Katharina Braun

Gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend