

Bericht zur Befragung

„Supermarkt – alles super?“

Ein Projekt der Verbraucherzentralen in Kooperation mit der BAGSO -
Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e. V. im Rahmen der
Kampagne „Fit im Alter“



Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

November 2007

Inhaltsverzeichnis

1) Einleitung	3
2) Ergebnisse	3
2.1) Senioren fordern vor allem mehr Personal und Kundentoiletten	4
<u> </u> Alterseffekte: Je jünger, desto größer die Unzufriedenheit.	5
2.2) Individuelle Kritik und Verbesserungsvorschläge: Viele Seniorenwünsche unerfüllt	6
2.3) Aldi, Edeka und Rewe – die großen Drei dieser Umfrage	13
<u> </u> Vergleich der Einzelhändler: Wo liegen die Schwächen?	13
2.4) Welcher Supermarkt wird als besonders seniorenfreundlich eingestuft?	15
3) Statistische Daten	18
4) Tabellen zu den quantitativen Fragen	21
Anhang	23
<u> </u> Text der Umfrage	
Kritik und Verbesserungsvorschläge zu den einzelnen Einzelhandelsketten	

Impressum

Herausgeber: BAGSO und Verbraucherzentralen

Text: Carsten Klein (Dipl. Psych), Armin Valet (Verbraucherzentrale Hamburg), Heike Felscher (BAGSO)

© Verbraucherzentrale Hamburg e.V., Kirchenallee 22, 20099 Hamburg

November 2007

1) Einleitung

Für ältere Menschen ist der tägliche Einkauf ein Ärgernis. Diesen Eindruck ergab sich für die Verbraucherzentralen aus den Beschwerden von Seniorinnen und Senioren. Daher starteten die Verbraucherzentralen in Kooperation mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) im ersten Halbjahr 2007 die Umfrage „**Supermarkt – alles super?**“. Das Ziel der Aktion war, das Einkaufen in Deutschland seniorenfreundlicher zu machen. „Die Bedürfnisse von Seniorinnen und Senioren finden viel zu wenig Beachtung“, so Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg. Dr. Guido Klumpp, Geschäftsführer der BAGSO, meint, dass „von den Verbesserungen für Senioren auch alle anderen Verbraucher profitieren, denn was seniorenfreundlich ist, kommt allen Generationen zugute“. Unter dem Dach der BAGSO haben sich 97 Seniorenorganisationen zusammengeschlossen, die ca. 12,5 Millionen ältere Menschen vertreten. Die Aktion wurde im Rahmen der vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz geförderten Kampagne [„Fit im Alter: Gesund essen – Besser leben“](#) durchgeführt.

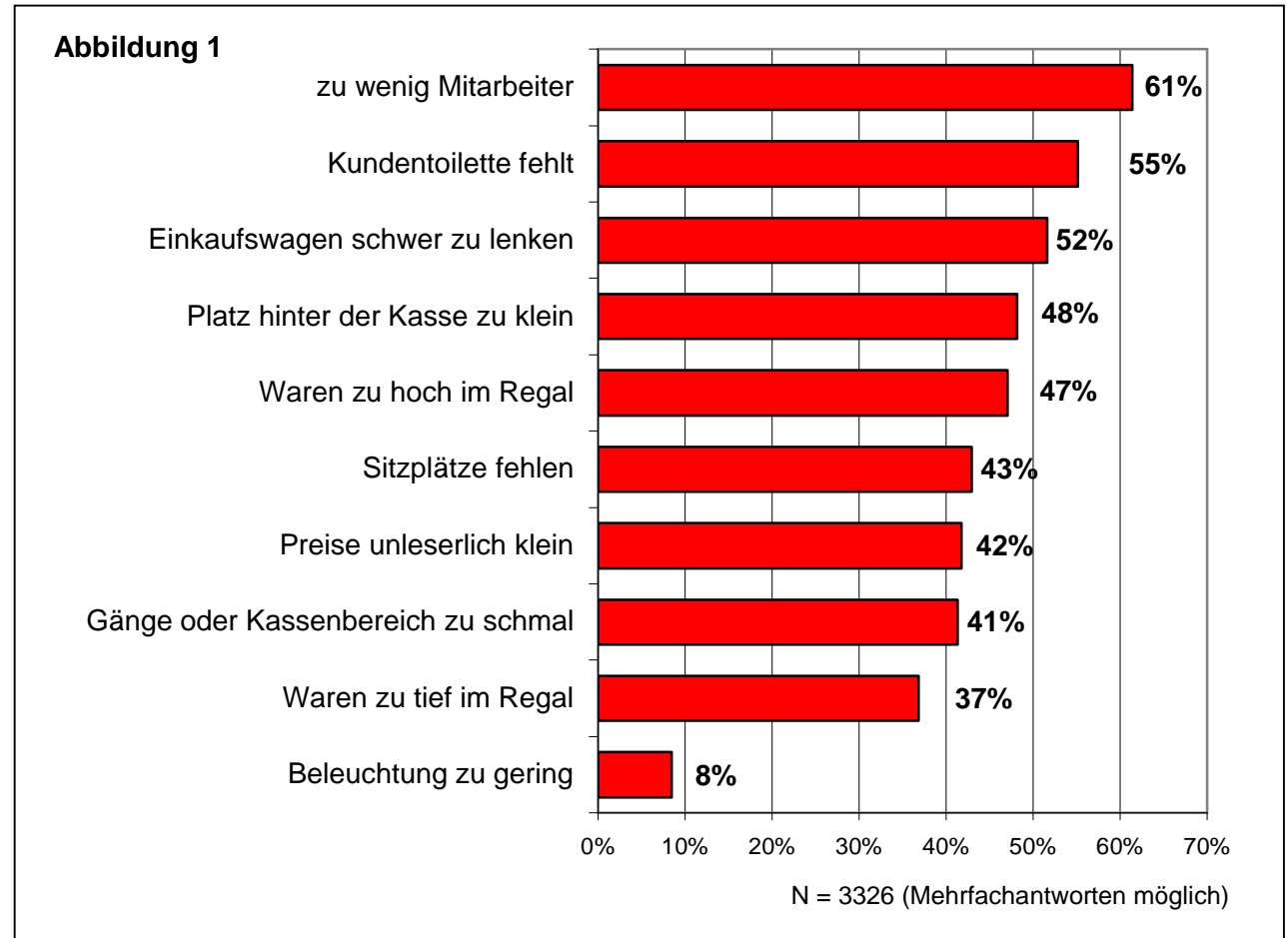
Seniorinnen und Senioren konnten an der Umfrage teilnehmen, indem sie in den Beratungsstellen der Verbraucherzentralen (80% der Befragten) oder online auf der Internet-Seite der BAGSO (20% der Befragten) einen Fragenbogen ausfüllten.

2) Ergebnisse

Insgesamt wurden 3.326 Personen befragt, das Durchschnittsalter betrug knapp 70 Jahre. Von den 20.000 von den Verbraucherzentralen verteilten Fragebögen, wurden 2.655 (Rücklauf von 13%) gültig ausgefüllt zurückgegeben. Jede Frage wurde statistisch auf Alters- und Geschlechtsunterschiede sowie Art des Supermarkts untersucht. Im Bericht auftauchende Analysen auf Gruppenunterschiede oder Zusammenhänge sind statistisch signifikant, wenn die Irrtumswahrscheinlichkeit Alpha unter 1% liegt.

2.1) Senioren fordern vor allem mehr Personal und Kundentoiletten

Die Teilnehmer der Umfrage hatten unter 10 potentiellen Beschwerden auszuwählen, ob diese in ihrem Supermarkt zutreffen. Mit 61% der Stimmen wurde am häufigsten bemängelt, dass zu wenig Mitarbeiter anwesend sind, die einem behilflich werden können. Dicht gefolgt von dem Wunsch nach einer Kundentoilette (55%), zu selten ist sie bislang vorzufinden. Schwer zu lenkende Einkaufswagen werden ebenfalls von über der Hälfte der Befragten (52%) beanstandet. Ein zu geringer Platz hinter der Kasse, um in Ruhe einpacken zu können ist der viertwichtigste Kritikpunkt (48%). Wir werden unter dem Punkt individuelle Kritik und Verbesserungsvorschläge (2.2) noch genauer auf Probleme rund um die Kasse zurückkommen. Für 47% der Senioren stehen die Waren teilweise so hoch im Regal, dass sie nicht an diese heran kommen, wobei Frauen mit 51% deutlich stärker mit diesem Problem zu kämpfen haben als Männer (34%). Für 43% der Befragten fehlen Sitzgelegenheiten im Geschäft, 42% kritisieren die unleserlich kleinen Preisauszeichnungen und 41% befinden die Gänge bzw. den Kassenbereich als zu schmal, z. B. weil sie mit Waren zugebaut werden. Über ein Drittel der Teilnehmer (37%) stört es, dass die Waren teilweise so tief im Regal stehen, dass sie sich sehr



bücken müssen, ein Umstand, der interessanterweise stärker von den Männern (41%) als von den Frauen bemängelt wird (35%). Eine zu geringe Beleuchtung im Supermarkt sehen nur wenige Personen (8%) als Problem.

Alterseffekte: Je jünger, desto größer die Unzufriedenheit.

Von besonderer Bedeutung ist die Einflussvariable Alter, wobei auffällt, dass vier der oben genannten Kritikpunkte mit zunehmendem Alter als weniger problematisch gesehen werden und nur ein Kritikpunkt mit zunehmendem Alter als dringlicher erlebt wird. Dies mag auf den ersten Blick überraschen, ist aber wohl auf zwei Erklärungsmuster zurückzuführen. Zum einen findet sich im höheren Alter als Bewältigungsstrategie bei Alltagsproblemen eine größere Bereitschaft zur „emotionszentrierten Bewältigung“ (nach Lazarus), d.h. sich weniger über Probleme zu ärgern, zum zweiten ist die nachwachsende Senioren generation bedingt durch die allgemeine Gesellschaftsentwicklung anspruchsvoller im Äußern ihrer Bedürfnisse.

Umso bedeutender die Tatsache, dass mit zunehmendem Alter fehlende Sitzgelegenheiten zum Ausruhen stärker bemängelt werden, vor allem ab dem Alter von 75 Jahren bis 79 Jahren fordern 46%, ab dem Alter von 80 Jahren 52% der Befragten die Einrichtung von Sitzgelegenheiten. Die anderen Kritikpunkte mit Altersabhängigkeit werden mit zunehmendem Alter als weniger problematisch erlebt. So sinkt die Kritik an zu engen Gängen bzw. engem Kassenbereich von 53% bei den 45 bis 59-Jährigen auf 34% bei den über 80-Jährigen, der zu geringe Platz hinter der Kasse von 60% bei den 45 bis 59-Jährigen auf 39% bei den über 80-Jährigen, die Kritik an schwergängigen Einkaufswagen von 57% bei den 45 bis 59-Jährigen auf 44% bei den über 80-Jährigen und zu kleine Preisauszeichnungen von 53% bei den 45 bis 59-Jährigen auf 35% bei den über 80-Jährigen (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Signifikante Unterschiede in der Wahrnehmung der Kritikpunkte nach Altersgruppen

Alter	unter 60 J.	60 - 64 J.	65 – 69 J.	70 – 74 J.	75 - 79 J.	80 J. und mehr
Eine fehlende Sitzgelegenheit	37%	38%	45%	39%	46%	52%
Gänge/Kassenbereich zu schmal	53%	47%	45%	37%	37%	34%
Kein Platz hinter der Kasse	60%	59%	53%	42%	41%	39%
Einkaufswagen schwergängig	57%	58%	53%	49%	50%	44%
Preisauszeichnung unleserlich klein	53%	46%	43%	38%	40%	35%

2.2) Individuelle Kritik und Verbesserungsvorschläge: Viele Seniorenwünsche unerfüllt

Nun hatten die Befragten die Möglichkeit in freier Form individuelle Kritik und Verbesserungsvorschläge zu benennen. Die Antworten wurden in drei Bereiche kategorisiert und zwar nach den Themenkomplexen **Einrichtung** (z. B. Anordnung der Waren, Gänge, Einkaufswagen, Außenbereich, Toiletten), **Produkte** (z. B. Aufdrucke, Auswahl, Preisauszeichnung) und **Service** (z. B. Personal, Kassenbereich, Sauberkeit, Auffüllen der Regale etc.).

Insgesamt beziehen sich 37% der 1.053 freien Antworten auf die Rubrik Service, 34% der Antworten auf den Bereich Einrichtung und 29% der Verbesserungsvorschläge auf die Produkte und deren Umfeld. Die einzelnen Vorschläge sind den nachfolgenden Tabellen zu entnehmen.

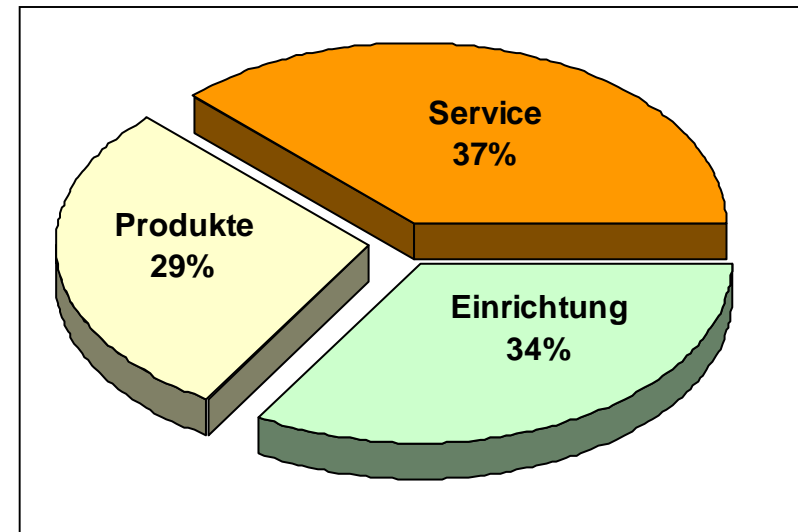


Abbildung 2

- **Einrichtung (Lage): Umräumaktionen stören die Senioren**

Bei der Einrichtungsgestaltung stehen bei dieser „Großstichprobe“ eindeutig das häufige Umstellen der Waren, sodass man diese immer wieder suchen muss, in der Kritik sowie der Wunsch nach kleineren Einkaufswagen und nach Maßnahmen, die mehr Übersichtlichkeit versprechen.

Die wichtigsten Verbesserungsvorschläge und Kritikpunkte zur Einrichtung (Lage) der Einkaufsstätten (193 Nennungen insgesamt)

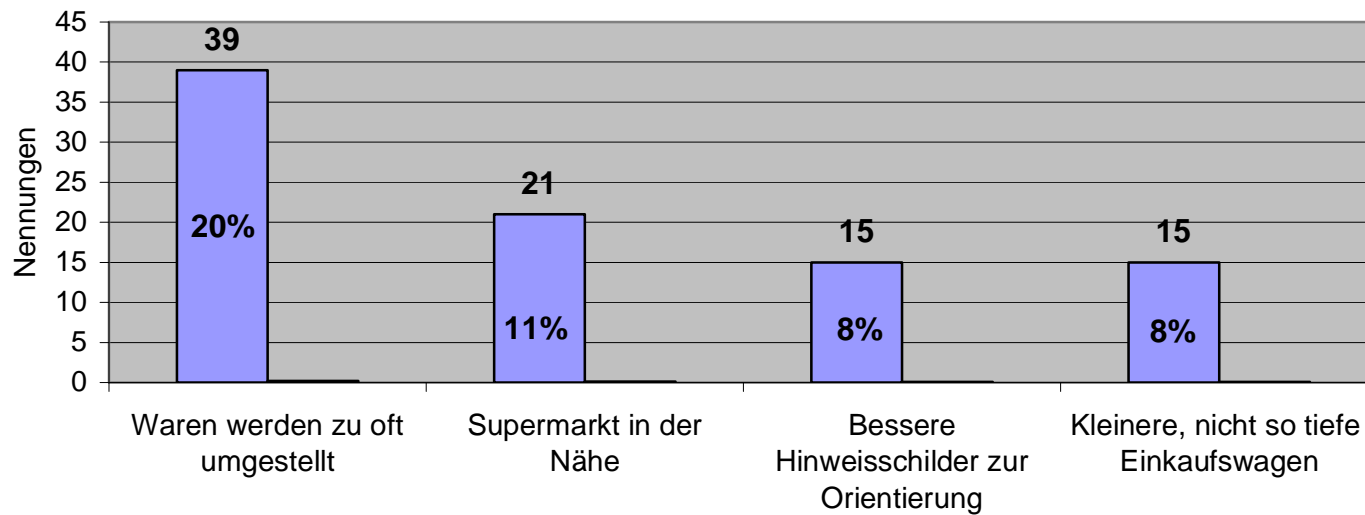


Abbildung 3

Tabelle 2

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 193 Nennungen

Waren werden zu oft umgestellt (39), Waren stehen zu eng
(bessere) Hinweisschilder zur Orientierung an/über Regalen (15),
 Waren-Übersichtsplan (3), gut leserlich auch für blinde oder sehbehinderte Menschen
 klare Anordnung der Regale (rechtwinklig, einfache Gangstruktur zur besseren Orientierung)
 Rollstuhlgerechte Gänge, Regale, Ein- und Ausgänge (7)
 Gänge sind mit Waren oder Paletten zugestellt (2), Gänge nicht zu eng
 Waren nicht zu niedrig, Warenregale nicht als Lager nutzen
 Lupen den Regalen (9) oder Einkaufswagen
 Toilette (5), Toilette im Ladenbereich nicht davor (2)
 Waren systematischer anordnen (3), Bioware zusammen anordnen
 Zebrastreifen oder Ampel vor Supermarkt (3), besserer Fußgängerweg
 (Gesicherter) Abstellraum oder -platz (3), mehr Platz
 weniger Verführungen im Kassenbereich
 Radständer, Rollstühle zum Verleih
 mehr Behindertenparkplätze (4), zu weit vom Eingang entfernt (2) oder ohne Überdachung (2), Seniorenparkplätze nahe am Eingang
 Mehr Parkplätze (3)

Kleinere, niedrigere Einkaufswagen, Einkaufswagen zu tief (15)
 sauberere Einkaufswagen (2), Einkaufswagen für Rollstuhlfahrer
 Schwergängige Einkaufswagen (2), Einkaufswagen ohne Münzen
 Einkaufswagen mit Sitzgelegenheit oder Henkeln
 Einkaufskörbe (2), mehr Körbe, kleinere Körbe
 (mehr) Sitzgelegenheiten (6), Sitze vor Theken, Ruheinsel mit Tischen und Stühlen, Aufenthaltsecke
ein näherer Supermarkt (21) z. B. im Wohngebiet
 Kundenwaagen unübersichtlich, Kundenpreisscanner (3)
 Bessere Leergutautomaten, mehr Leergutautomaten
 Aufzüge (3) bei mehrgeschossigen Märkten oder zur U-Bahn
 Kassenbereich zu schmal für Rollator oder Rollstuhl (2)
 Nicht so häufig umbauen, besserer Gebäudezustand
 Die Beleuchtung beim Obst und Gemüse und Fleisch (3) z. B. auf Verfälschung angelegt.
 natürliches Licht
 Möglichkeit um Hund anzuleinen
 Kürzere Wege, kleinere Märkte

- **Produkte: Seniorenfreundlichkeit kleingeschrieben**

In der Rubrik Produkte ist der Ruf nach kleineren „seniorengerechteren“ Verpackungsgrößen unüberhörbar. Aber auch bessere (näher bei Waren) oder größere Preis/Warenauszeichnung und eine Erhöhung der Lesbarkeit des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) bzw. Verfalldatums sind wichtige Kritikpunkte.

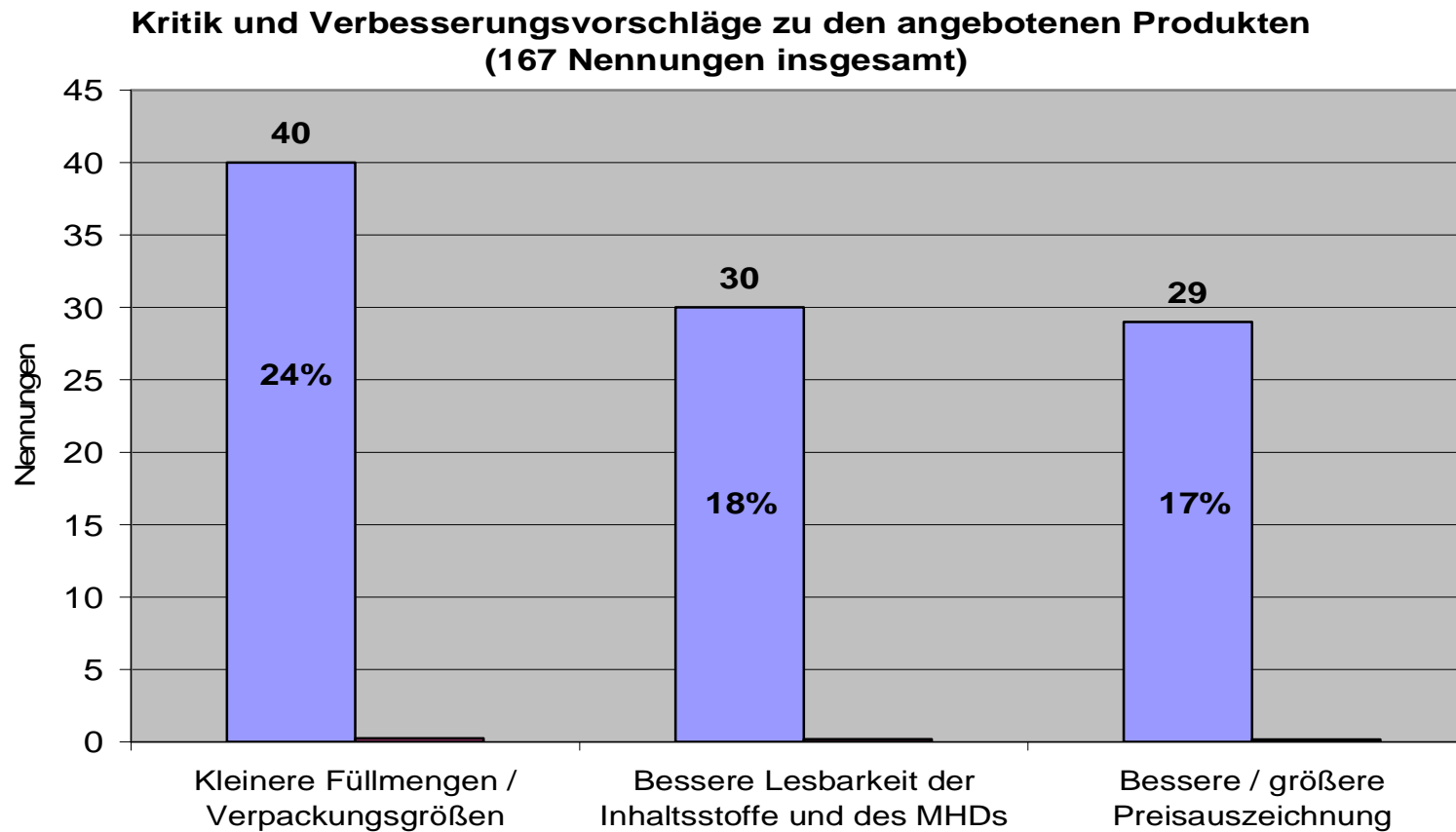


Abbildung 4

Tabelle 3 Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 167 Nennungen	
<p>kleinere Abpackungen (49)</p> <p>Gläser oder Verpackungen, die sich leichter öffnen lassen (3)</p> <p>Mehr Theken z. B. für Fleisch</p> <p>breiteres Sortiment (3), z. B. Fisch, Bio, Frischware</p> <p>kleineres Sortiment (2), übersichtlicheres Sortiment (2)</p> <p>mehr preiswerte Angebote (1), z. B. bei Gemüse</p> <p>Fleisch zu billig</p> <p>Ständige Preiserhöhungen, Preiserhöhungen besser kennzeichnen</p> <p>günstigere Preise, Preisermäßigung für Rentner</p> <p>verdorbene Ware (Obst, Gemüse) aussortieren (3), schlechtes Gemüse</p> <p>altes Obst/Gemüse billiger verkaufen, Gerüche in der Obst/Gemüseabteilung</p> <p>Angebote schnell vergriffen (3)</p> <p>Mehr Produkte ohne Geschmacksverstärker</p> <p>Zu wenig Ostprodukte (2), Regionalprodukte oder Seniorenartikel</p> <p>Einweghandschuhe für Obst nutzen, Reinigung der Hände in der Gemüseabteilung ermöglichen</p> <p>Zuviel Produkte mit Zucker, mehr Produkte für Diabetiker</p>	<p>Bessere (näher bei Waren) oder größere Preis/Warenauszeichnung (29)</p> <p>Produktkennzeichnung in Blindenschrift</p> <p>Preis sollte nicht nur auf Regal sondern auch auf Ware stehen</p> <p>fehlende Preisauszeichnung (4), Preisplatzierung zu hoch</p> <p>Preise müssen nicht immer auf 99 Cent enden</p> <p>keine Preise auf Fußbodenhöhe anbringen</p> <p>Angaben der Inhaltsstoffe zu klein bzw. nicht lesbar, Verpackungsaufdrucke könnten lesbarer sein bzw. zu klein, Lesbarkeit des Verfalldatums (30)</p> <p>Immer Preis pro Kilo angeben (4)</p> <p>Mindeshaltsbarkeitsdatum (MHD) überklebt</p> <p>Mehr Infos über Produkt/Inhaltsstoffe (5), englische Sprache bei Artikelbeschreibungen und Gebrauchsanweisungen</p> <p>Eier und Dauermilch stehen in Heizungsnahe</p> <p>Billigware steht hinter teurer Ware</p> <p>Schwere Packungen haben keine oder zu kleine Henkel</p> <p>Tiefkühlprodukte näher an den Kassensbereich</p>

- **Service: Es fehlt an freundlichem und fachkundigem Personal und Problemzone Kasse**

Im Servicebereich konzentriert sich die Kritik vor allem darauf, dass zu wenig offene Kassen vorhanden sind bzw. zu unflexibel geöffnet werden, sodass sich häufig Schlangen vor den Kassen bilden. Außerdem geht es vielen Personen an den Kassen zu schnell, eine unangenehme Hektik tritt auf – eine ebenfalls erwünschte Einpackhilfe könnte hier Abhilfe schaffen. Des Weiteren erkennt man den deutlichen Wunsch nach mehr Personal und, dass das vorhandene Personal verstärkt Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft an den Tag legt. Keine oder leisere Hintergrundmusik wäre vielen Kunden auch ganz Recht.

Kritik und Verbesserungsvorschläge zum Service

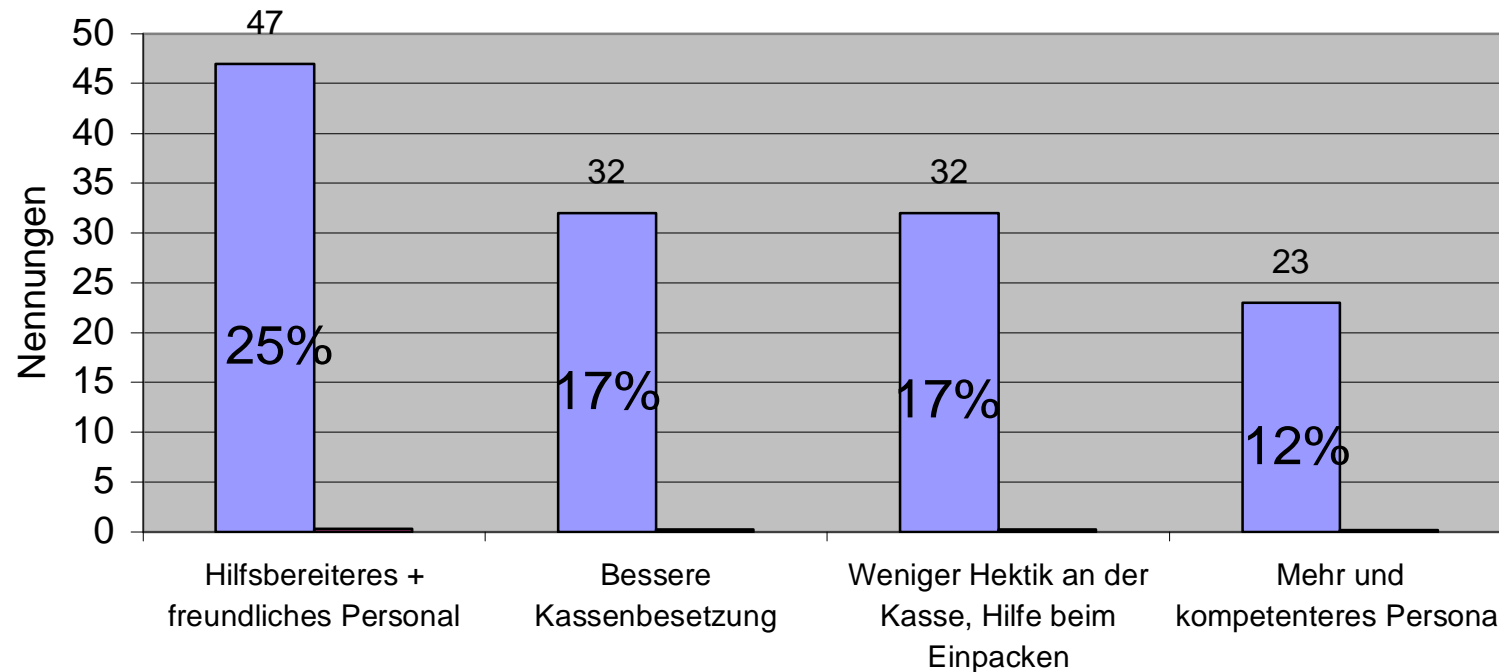


Abbildung 5

Tabelle 4

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 190 Nennungen

**mehr und kompetenteres Personal (23),
mehr Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft des Personals z. B. bei
Blinden, (bessere) Beratung, Ansprechpartner z. B. für
Warensuche (47),**
weniger Zeitdruck für Personal
Keine oder leisere Hintergrundmusik (11), gerne Hintergrundmusik
Lieferservice (9), Onlineservice
Besser lesbare Rechnungen (2)
Regale (rechtzeitig) einräumen (3)
schlecht Luft (6), zu kalt , zu warm
Sauberkeit (3), Ordnung (2)
Rutschgefahr beim Säubern von Fußböden
Kundendienst, Kundenbetreuung, Kundenorientierung (2)

zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (32)
Wartezeiten für Schwerbehinderte verringern
**an den Kassen geht es zu schnell bzw. weniger Hektik, Hilfe beim
Einpacken der Waren (32),**
Einkaufswagenkontrolle,
besondere Kasse für „Nicht so schnell Einpacker“
Preisauszeichnung stimmt nicht an der Kasse
längere Laufbänder an der Kasse
das Ein- Aus- und wieder Einladen an der Kasse ist anstrengend
Kasse für Rollstuhlfahrer oder Gehbehinderte
Flaschenrücknahme aller Flaschen
Blindhunde in den Markt lassen
Werbeprospekte sollten mit Vorlesegerät gelesen werden können

2.3) Aldi, Edeka und Rewe – die großen Drei dieser Umfrage

Von den ausgefüllten Fragebögen gaben 2.750 jeweils mindestens eine negative Bewertung ab, die einem oder mehreren

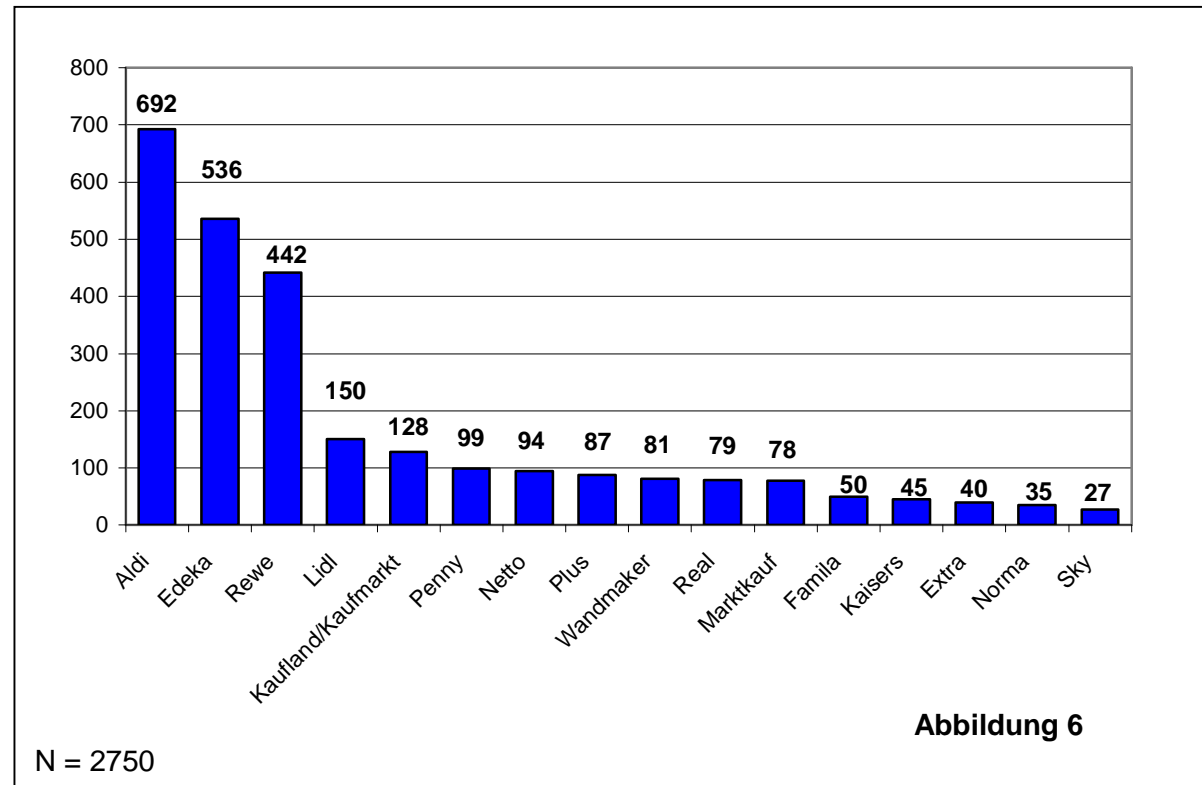


Abbildung 6

Einzelhändlern zugeordnet war. 25% (692 Nennungen) davon betrafen den Discounter Aldi, danach folgen mit 19% die Edeka-Märkte und an dritter Stelle liegen mit 16% die Rewe Filialen. Mit deutlichem Abstand folgen dann Lidl (5%) und Kaufland bzw. Kaufmarkt (5%). Die wichtigsten weiteren Platzierungen sind nebenstehender Abbildung 6 zu entnehmen. Die Zahlen spiegeln grob die Marktanteile der einzelnen Lebensmittelhändler in Deutschland wieder. Rückschlüsse auf die Seniorenfreundlichkeit sind aus dieser Graphik allein nicht zu schließen.

Für statistische Analysen nach der Supermarktkette wurden nur die Märkte

berücksichtigt, die über 50 **singuläre** Nennungen erhielten (d.h. Beschwerdekarten, bei denen mehrere Supermärkte angeführt wurden, fielen für diese Zählung heraus). Dies wären: Aldi, Edeka, Rewe, Kaufland, Lidl, Netto, Penny, Plus, Real und Marktkauf

Vergleich der Einzelhändler: Wo liegen die Schwächen?

Untersucht man die verschiedenen Einzelhändler bzgl. der vorgegebenen Kritikpunkte, fallen z. T. deutliche Unterschiede in der Unzufriedenheit der Kunden mit der jeweiligen Einkaufsstätte auf. Farbig hervorgehoben werden in Tabelle 5 die Minimalwerte (Blau) und Maximalwerte (Rot) der einzelnen Ärgernisse.

Tabelle 5: Häufigkeit der Nennung der Kritikpunkte bezogen auf die einzelnen Lebensmitteleinzelhändler (Mehrfachnennungen möglich)

	Aldi	Edeka	Kauf-land	Lidl	Netto	Penny	Plus	Rewe	Real	Markt-kauf	Durch-schnitt
Zu wenig Mitarbeiter	68%	44%	56%	59%	71%	67%	76%	62%	77%	63%	61%
Fehlende Kundentoilette	73%	54%	19%	65%	63%	52%	56%	58%	27%	27%	55%
Einkaufswägen schwergängig	53%	41%	56%	38%	41%	40%	45%	47%	73%	39%	52%
Kein Platz hinter der Kasse	45%	49%	49%	38%	57%	55%	58%	56%	61%	48%	48%
Waren stehen zu hoch im Regal	36%	42%	65%	29%	45%	27%	56%	46%	55%	60%	47%
Preise unleserlich klein	39%	35%	27%	30%	43%	48%	31%	48%	55%	37%	42%
Gänge/Kassenbereich zu schmal	42%	35%	23%	41%	61%	58%	60%	38%	50%	28%	41%
Nennungen insgesamt: 1.456	376	289	101	63	51	60	55	261	56	67	

Zu enge Gänge und Kassenbereiche fallen negativ vor allem bei den Discountern Netto (61%), Plus (60%) und Penny (58%) auf, während vor allem die Kunden von Kaufland (23%) und Marktkauf (28%) hier deutlich zufriedener sind.

Zu hoch platzierte Waren sind dagegen gerade bei Kaufland (65%) und Marktkauf (60%) ein Problem, während die Discounter Penny (27%) oder Lidl (29%) ihre Waren nicht so hoch zu stapeln scheinen.

Zu wenig Platz hinter der Kasse scheinen dagegen vornehmlich Real (61%), Plus (58%), Netto (57%), Rewe (56%) und der Penny (55%) zu besitzen.

Über schwergängige Einkaufswägen beschwerten sich in erster Linie Real-Kunden (73%), am zufriedensten sind Lidl- (38%) und Marktkauf-Kunden (39%). Als zu klein wird die Preisauszeichnung am stärksten von Real-Kunden (55%) empfunden, am wenigsten von Kunden der Supermärkte Kaufland (27%), Lidl (30%) und Plus (31%).

Zu wenige Mitarbeiter, die einem behilflich sein können, werden vor allem von Kunden der Märkte Real (77%), Plus (76%) und Netto (71%) bemängelt, während Edeka-Kunden mit Abstand die größte Zufriedenheit aufweisen (44% Kritik).

Von Kaufland-Kunden (19%) wird selten eine Kundentoilette vermisst, aber auch Marktkauf (27%) und Real (27%) schneiden hier vergleichsweise gut ab. Aldi Kunden dagegen (73%) wünschen sich sehr viel häufiger eine Kundentoilette.

2.4) Welcher Supermarkt wird als besonders seniorenfreundlich eingestuft?

Edeka wurde mit 337 Nennungen am häufigsten als seniorenfreundlich eingestuft, dies entspricht 27% aller Nennungen bei dieser Frage (s. Abbildung 7). Danach folgen Aldi (N = 173; 14%), Rewe (N = 167; 13%) und mit einigem Abstand Kaufland (N = 80; 6%), Real (N = 52; 4%), Lidl (N = 51; 4%), Famila (N = 48; 4%), Marktkauf (N = 37; 3%), Plus (N = 33; 3%) und Globus (N = 30; 2%). Die weiteren Platzierungen sind in Tabelle 6 (nächste Seite) aufgeführt.

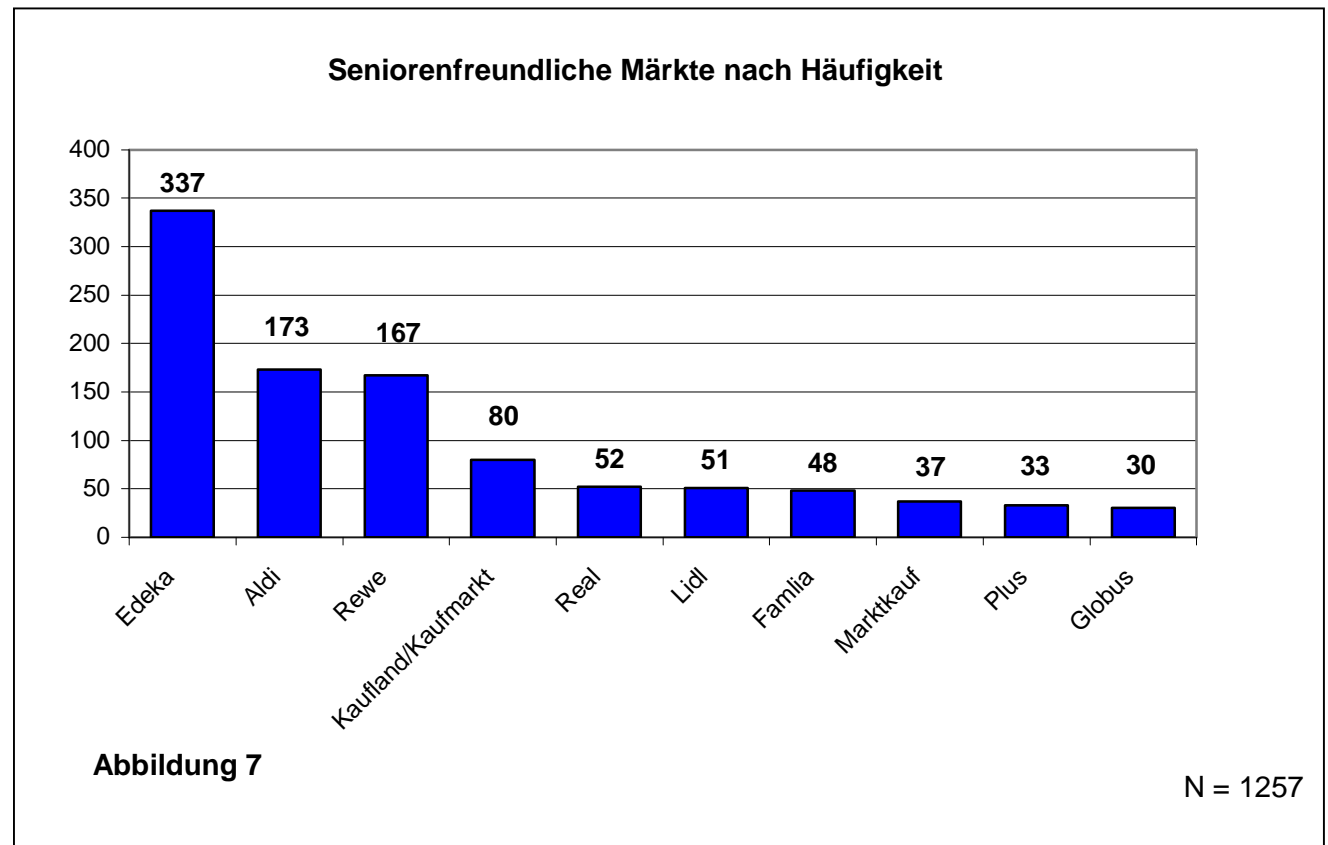


Tabelle 6: Seniorenfreundliche Supermärkte

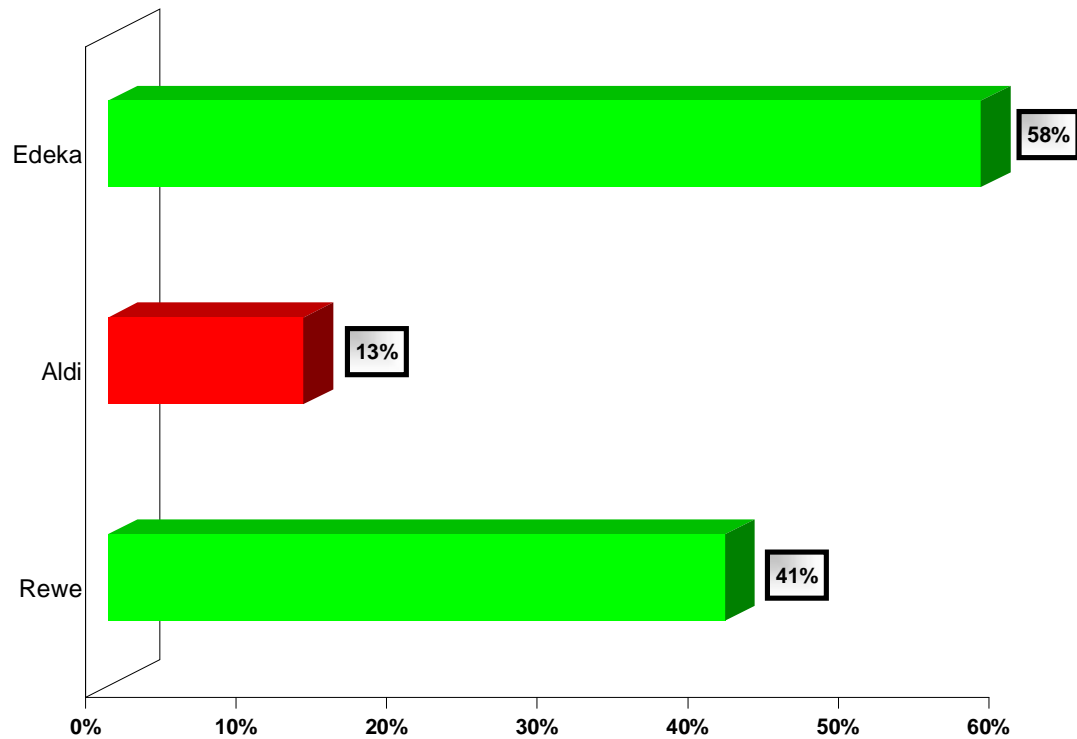
Seniorenfreundlicher Supermarkt	Häufigkeit
Edeka	337
Aldi	173
Rewe	167
Kaufland/Kaufmarkt	80
Real	52
Lidl	51
Famila	48
Marktkauf	37
Plus	33
Globus	30
Netto	29
Penny	28
Kaisers/Tengelmann	21
Norma	13
Extra	12
Sky	12

Weitere seniorenfreundliche Supermärkte (1 bis 10 Nennungen)
toom (8), Herkules (7), Spar (6), tegut (6), Comet (5), Combi (5), Hit (5), Plaza (5), Lestra (4), Markant (4), Scheck-In (4), Aktiv-Markt (3), NP (3), Wandmaker (3), Wal-Markt (3), Feneberg (3), Dodenhof (3), Handelshof (3), Kaufpark (3), Karstadt (3), Alnatura (2), Basic-Bio-Markt (2), Budnikowski (2), Citti (3), K&K (2), Plate (2), Roland-Center (2), Groß-Klein (2), Haltermann (2), AEZ, Allfrisch, Bio Company, Bio Körnermarkt, Diska, EKZ, EO, Hampels, Havelpark, Hertie, Inkoop, Köpfer, Landmann Biomarkt, Ley, Max Bahr, Marktcenter, Nutzkauf, OD Center, Rieper, Supermarkt der Generationen, WEZ

Ein weiterer interessanter Aspekt wird deutlich, wenn man die Teilmenge der Befragten betrachtet, die sowohl Kritikpunkte (Abbildung 6) zu einem bestimmten Einzelhändler äußern, ihn aber trotzdem insgesamt als seniorenfreundlich (Tabelle 3) einstufen. In diese Punkt hat unter den großen Drei (Aldi, Edeka, Rewe) Edeka die Nase vorn, wie man aus nachfolgender Abbildung 8 entnehmen kann. So bezeichnen 58% der Senioren, die bei Edeka einkaufen, diesen Einzelhändler seniorenfreundlich, obwohl sie auch einzelne Kritikpunkte haben. Deutlich geringer ist die Zahl bei Aldi, sie liegt bei nur 13%. Ist der Prozentsatz sehr gering, so kaufen die Senioren vermutlich

aus anderen Gründen dort ein, z.B. weil er nahe am Wohnort liegt oder preiswerte Lebensmittel bietet, jedenfalls nicht weil er durch seine Seniorenfreundlichkeit besticht.

Grad der Seniorenfreundlichkeit durch die eigenen Kunden bewertet



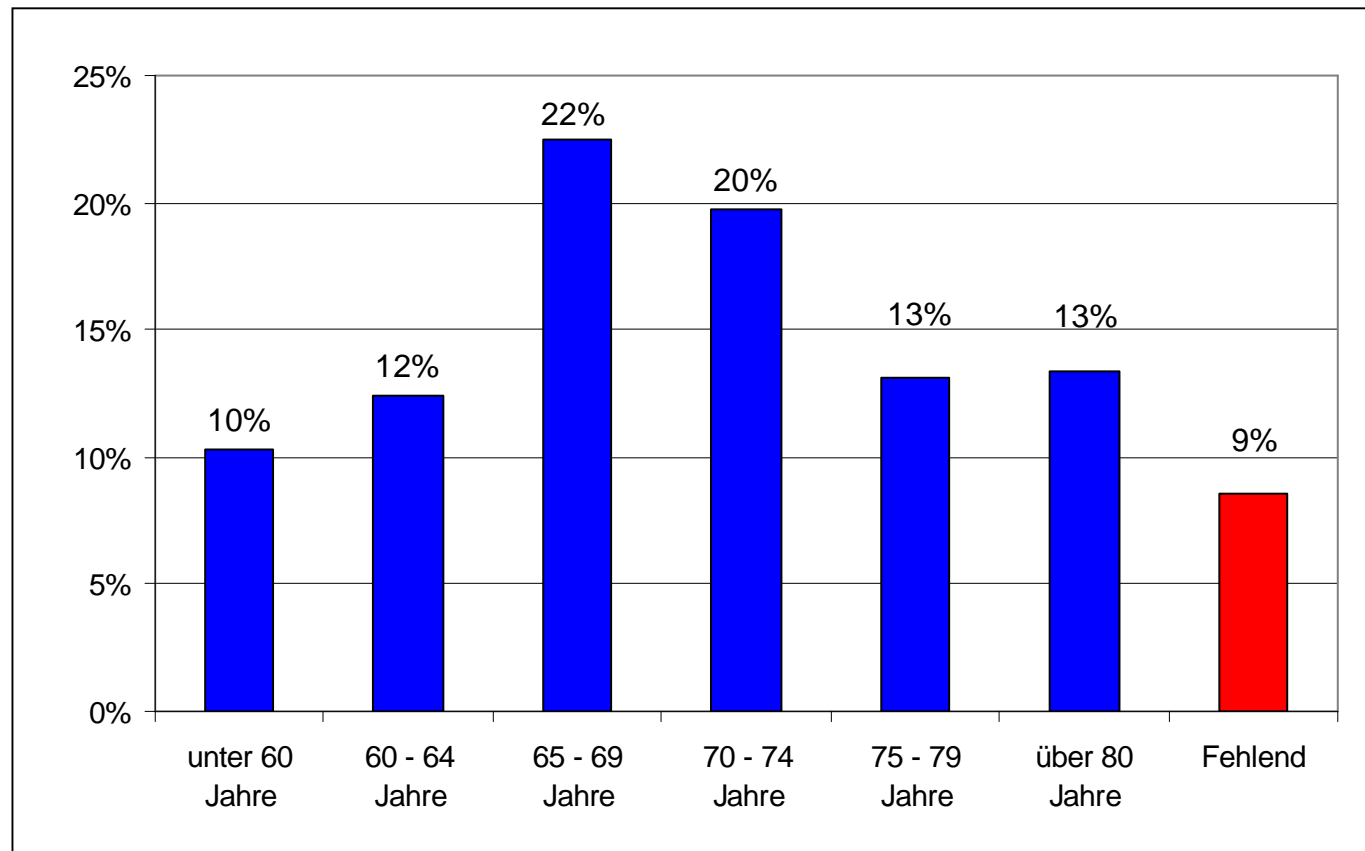
3) Statistische Daten

Die Stichprobe umfasste 3.326 gültige Beschwerdekarten. 671 (20%) Fragebögen wurden online und 2655 (80%) Fragebögen in der Papier- und Bleistiftform ausgefüllt. Personen unter 45 Jahren wurden aus der Stichprobe entfernt.

Geschlecht: 71% der Befragten waren Frauen, 24% Männer, während 5% sich der Zuordnung enthielten.

Alter: Das Durchschnittsalter der Stichprobe beträgt 70 Jahre. Mit 22% der Personen waren die meisten Befragten zwischen 65 und 69 Jahren alt. Der älteste Teilnehmer war 97 Jahre. Knapp 9% der Personen verweigerten die Angabe ihres Alters (siehe Abbildung 9).

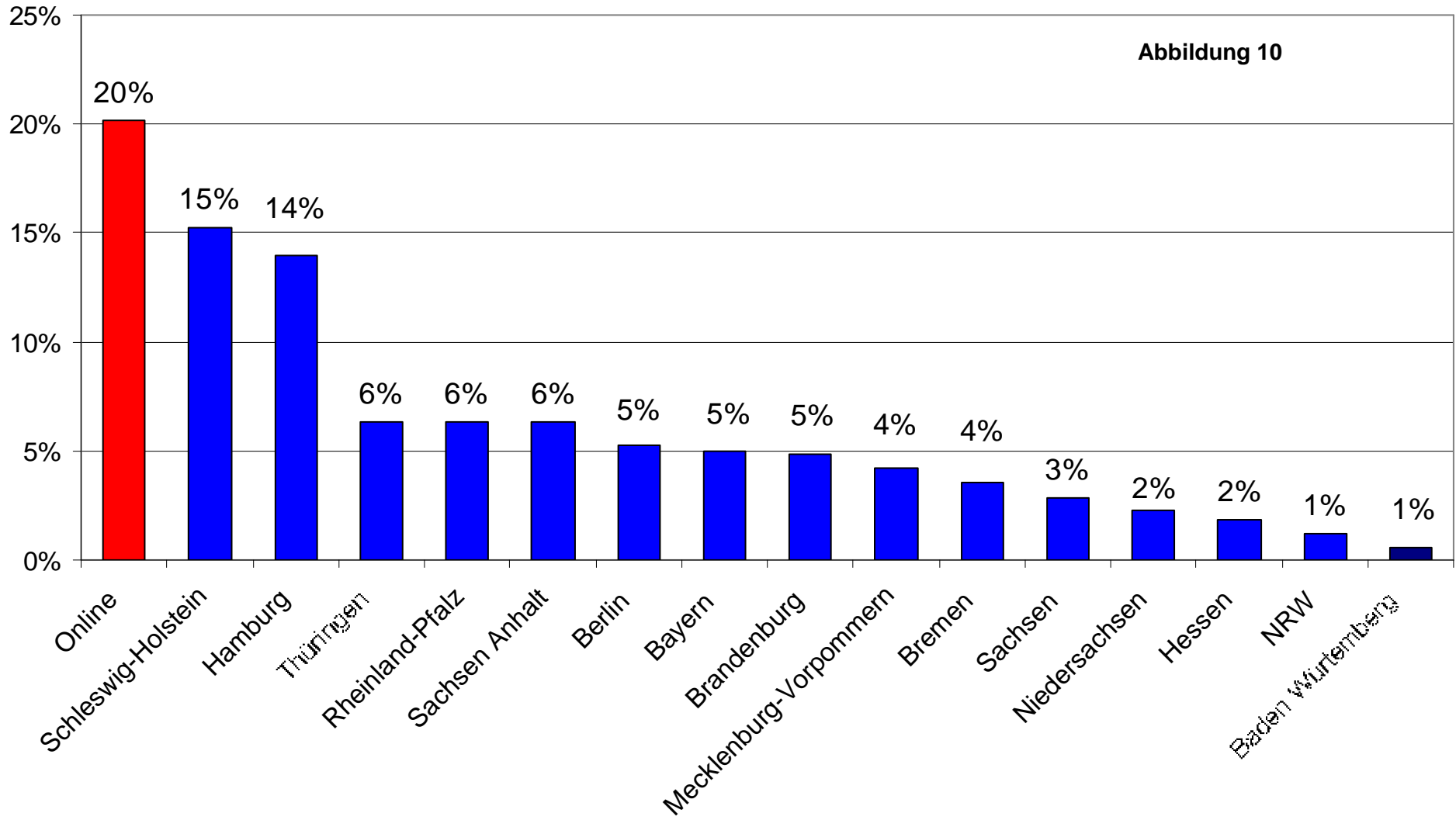
Abbildung 9



Befragung „Supermarkt – alles super?“

Bundesland: Mit 20% ausgefüllter Fragebögen wurden die meisten Stimmen online abgegeben, dann folgen die Ergebnisse der Verbraucherzentrale (VZ) Schleswig-Holstein (15%), dicht gefolgt von Hamburg (inkl. zugestellter Postkarten aus dem ganzen Bundesgebiet) (14%) (siehe Abbildung 10).

Befragung „Supermarkt – alles super?“



4) Tabellen zu den quantitativen Fragen

	Gesamt		Weiblich		Männlich		unter 60 J		60 - 64 J		65 – 69 J		70 – 74 J		75 – 79 J		80 plus	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gänge/Kassenbereich zu schmal	1376	41%	958	40%	345	44%	180	53%	195	47%	337	45%	243	37%	162	37%	151	34%
Waren stehen zu hoch im Regal	1567	47%	1218	51%	267	34%	170	50%	196	47%	335	45%	282	43%	221	51%	239	54%
Waren stehen zu tief im Regal	1226	37%	834	35%	326	41%	132	39%	149	36%	313	42%	236	36%	156	36%	151	34%
Kein Platz hinter der Kasse	1603	48%	1151	49%	368	47%	205	60%	246	59%	396	53%	275	42%	178	41%	171	39%
Einkaufswägen schwergängig	1717	52%	1237	52%	400	51%	194	57%	239	58%	395	53%	322	49%	218	50%	197	44%
Beleuchtung schlecht	282	8%	204	9%	60	8%	41	12%	37	9%	69	9%	42	6%	29	7%	41	9%
Preise unleserlich klein	1390	42%	969	41%	353	45%	182	53%	190	46%	323	43%	252	38%	175	40%	155	35%
Zu wenig Mitarbeiter	2042	61%	1460	61%	489	62%	213	62%	257	62%	478	64%	413	63%	273	63%	249	56%
Fehlende Sitzgelegenheiten	1428	43%	1010	43%	347	44%	126	37%	157	38%	333	45%	257	39%	202	46%	229	52%
Fehlende Kundentoilette	1836	55%	1321	56%	429	55%	198	58%	217	52%	437	58%	358	55%	234	54%	229	52%

Tabelle 7: Auswertung der Beschwerdekarten nach Geschlecht und Alter

Tabelle 8: Auswertung der Beschwerdekarten nach Einzelhändlern

	Aldi		Edeka		Kaufland		Lidl		Netto		Penny		Plus		Rewe		Real		Marktkauf		Wand- marker	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gänge/Kassenbereich zu schmal	158	42%	102	35%	23	23%	26	41%	31	61%	35	58%	33	60%	99	38%	28	50%	19	28%	29	38%
Waren stehen zu hoch im Regal	134	36%	122	42%	66	65%	18	29%	23	45%	16	27%	31	56%	121	46%	31	55%	40	60%	30	39%
Waren stehen zu tief im Regal	112	30%	93	32%	36	36%	24	38%	22	43%	22	37%	12	22%	106	41%	26	46%	28	42%	24	31%
Kein Platz hinter der Kasse	168	45%	141	49%	49	49%	24	38%	29	57%	33	55%	32	58%	145	56%	34	61%	32	48%	9	12%
Einkaufswägen schwergängig	200	53%	118	41%	57	56%	24	38%	21	41%	24	40%	25	45%	123	47%	41	73%	26	39%	24	31%
Beleuchtung schlecht	28	7%	17	6%	5	5%	3	5%	3	6%	4	7%	3	5%	27	10%	5	9%	8	12%	1	1%
Preise unleserlich klein	146	39%	100	35%	27	27%	19	30%	22	43%	29	48%	17	31%	126	48%	31	55%	25	37%	32	42%
Zu wenig Mitarbeiter	256	68%	128	44%	57	56%	37	59%	36	71%	40	67%	42	76%	162	62%	43	77%	42	63%	47	61%
Fehlende Sitzgelegenheiten	177	47%	114	39%	37	37%	27	43%	20	39%	24	40%	21	38%	94	36%	18	32%	27	40%	28	36%
Fehlende Kundentoilette	276	73%	157	54%	19	19%	41	65%	32	63%	31	52%	31	56%	152	58%	15	27%	18	27%	4	5%

Befragung „Supermarkt – alles super?“

	Anzahl der ausgefüllten Karten	erhaltene Karten	Rücklauf in %	Gänge zu schmal	Waren zu hoch	Waren zu tief	Einpackplatz fehlt	Einkaufswagen	Beleuchtung	Preise unleserlich	wenig Mitarbeiter	Sitzplatz	Toilette	Alter: Durchschnitt	Geschlecht: Anteil weiblich
Baden-Württemberg	19	1828	1,0%	9	13	5	13	9	0	11	11	7	8	67,6	84,2%
Bayern	165	2226	7,4%	67	84	45	92	81	9	66	107	61	95	70,9	84,6%
Berlin	176	946	18,6%	109	87	81	105	106	19	87	126	80	125	66,4	79,3%
Brandenburg	162	1062	15,3%	50	78	37	66	98	3	48	90	62	99	68,3	90,3%
Bremen	118	688	17,2%	51	48	36	68	58	5	40	79	43	60	70,3	70,7%
Hamburg*	465	782		162	190	164	201	212	31	188	246	203	291	71,8	81,6%
Hessen	62	1322	4,7%	18	25	26	33	33	6	26	34	29	39	68,4	59,0%
Mecklenburg-Vorpommern	139	954	14,6%	66	49	53	76	61	13	54	87	57	68	69,6	71,9%
Niedersachsen	76	1676	4,5%	33	46	19	34	38	10	26	55	33	41	75,1	84,9%
Nordrhein-Westfalen	40	2512	1,6%	22	16	22	20	22	4	22	27	19	31	71,2	65,8%
Rheinland-Pfalz	210	1130	18,6%	65	80	53	104	121	20	66	137	82	115	70,1	81,2%
Saarland	0	740	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Sachsen	94	1168	8,0%	27	59	22	36	59	6	34	48	47	53	72,9	86,5%
Sachsen-Anhalt	210	1014	20,7%	66	112	63	100	140	19	73	138	86	113	69,8	85,9%
Schleswig-Holstein	508	986	51,5%	161	206	139	168	199	32	192	287	207	248	72,0	71,4%
Thüringen	211	966	21,8%	86	120	78	88	125	25	77	141	72	85	71,4	83,9%
Bagso Online	671		Rücklauf ohne Bagso 13,3%	384	354	383	399	355	80	380	429	340	365	66,0	58,7%
Gesamt	3326	20000	16,6%	1376	1567	1226	1603	1717	282	1390	2042	1428	1836	69,8 Jahre	75,1%
% N				41,4%	47,1%	36,9%	48,2%	51,6%	8,5%	41,8%	61,4%	42,9 %	55,2%		75,1%

* inkl. Rücklauf aus anderen Bundesländern

Tabelle 9: Auswertung nach Bundesländern

Anhang

Text der Umfrage

Ärgern Sie sich, dass Ihr Supermarkt die Bedürfnisse der Senioren nicht ausreichend berücksichtigt?

Dann nutzen Sie die Umfrage auf der Innenseite und machen Sie auf Probleme aufmerksam, die meistens einfach zu beheben sind.

Kreuzen Sie bitte an, was Sie an Ihrem Supermarkt stört:

- Die Gänge bzw. der Kassenbereich sind zu schmal oder mit Ware zugebaut.
- Die Waren stehen teilweise so hoch im Regal, dass ich nicht herankomme.
- Die Waren stehen teilweise so tief im Regal, dass ich mich zu sehr bücken muss.
- Es gibt keinen Platz hinter der Kasse, um in Ruhe einpacken zu können.
- Die Einkaufswagen sind teilweise schwer zu lenken.
- Die Beleuchtung im Supermarkt müsste besser sein.
- Die Preisauszeichnung ist unleserlich klein.
- Es gibt zu wenig Mitarbeiter, die einem behilflich sind.
- Mir fehlt eine Sitzgelegenheit im Geschäft.
- Mir fehlt eine Kundentoilette.

Was kann noch verbessert werden?

Diese Angaben gelten für folgenden Supermarkt (z. B. ALDI, EDEKA, REWE): _____

Name Ort Straße _____

Welchen Supermarkt empfinden Sie als besonders seniorenfreundlich? _____

Zur Auswertung benötigen wir noch folgende Angaben:

Alter
männlich

weiblich

Kritik und Verbesserungsvorschläge zu den einzelnen Einzelhandelsketten

Die allgemeinen Ergebnisse in 2.3) zur Kritik und zu den Verbesserungsvorschlägen werden hier den einzelnen Supermarktketten zugeordnet. Auftauchende Zahlen hinter den Nennungen in den folgenden Tabellen weisen Mehrfachnennungen aus, d.h. eine 2 steht für zweimal genannt.

Aldi: Das Hauptproblem ist die Kasse: Die Senioren wünschen sich weniger Hektik beim Bezahl- und Einpackvorgang und eine bessere Besetzung. Fast genau so wichtig ist der Wunsch nach kleineren Packungsgrößen. Außerdem werden bessere Preisauszeichnungen, kleinere Einkaufswagen eine größere Freundlichkeit des Personals gewünscht.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 21 Nennungen	
Die Einkaufswagen sind zu groß, schwer oder hoch (4)	Behindertengerechter
bessere Ausschilderung, Übersichtlichkeit (2)	Behindertenparkplätze sind zu wenig bzw. werden von Nicht-Behinderten "missbraucht".
Die Waren nicht immer umräumen (2)	Bitte keine Bänke, sondern Einzelsitze, sonst wird das schnell zu einem "Treffpunkt"
Abstellmöglichkeiten für Gehwagen	Türen, die sich selbst öffnen
Abstellplatz zum Einpacken	Fahrradständer nahe dem Haupteingang
Toilette fehlt	Anfahrtsrampe für Einkaufswagen zu steil
Umkleidekabinen	Scanner für Kunden
Eine Lupe	

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 20 Nennungen	
<p>Kleinere Packungen (8) z. B. für Obst und Gemüse kleinere Verpackungen zu teuer mehr Artikel ohne Zucker mehr Vollkornprodukte mehr Bioprodukte möglichst aus der Region weniger lückenhaftes Sortiment</p>	<p>Bessere Preisauszeichnung (3) Bessere Kennzeichnungen der Waren (Inhaltsstoffe, Herkunftsländer, Genmanipuliert) größere Beschriftung der Waren Verfallsdatum muss besser lesbar sein größere Beschriftung an den Regalen</p>
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 45 Nennungen	
<p>Beratung bzw. Fragen kompetent beantworten (4) mehr Freundlichkeit (4), mehr Hilfsbereitschaft (2) Bedienung verbessern Mehr Zeit für den Kunden Verständnis für die langsame Reaktion alter Menschen Ein Verkäufer der sich auf die Belange Behinderte/blinde einstellt und diese mit Rat und Tat zur Seite steht. Für behinderte Menschen gibt es so gut wie keine Hilfe (z. B. Getränkekisten ins Auto bringen) Ware liegt sehr spät in den Regalen (2) Regelung der Klimaanlage, oft ist es zu kalt.</p>	<p>An den Kassen geht es zu schnell bzw. weniger Hektik (8) zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (8) schnellere Abfertigung an der Kasse besondere Kasse für Senioren mehr Platz an der Kasse Kassenmanagement das Ein- Aus- und wieder Einladen an der Kasse (2) Hilfe beim Einpacken der Waren (2) Trinkgelegenheit (Wasserspender) Leergutannahme Lieferservice</p>

Edeka: Hier steht die Schaffung einer größeren Übersichtlichkeit im Markt im Vordergrund sowie das Angebot von kleineren Portionen für Ein- bis Zwei-Personen-Haushalte und eine erhöhte Freundlichkeit des Personals

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 22 Nennungen	
Hinweisschilder auf Warengruppen über Regalen (5) Ware übersichtlicher anordnen, Übersichtlichkeit fehlt Waren werden zu oft umgestellt (3), Umlagerung der Ware Die Ware steht zu eng, dass man das Gesuchte nicht findet. Platz zwar vorhanden, wird aber z.T. mit Blumen/ Obst zugestellt Kundentoilette ohne Bezahlung (2), Kundentoilette	der Euro für den Einkaufswagen sollte entfallen leichtere Wagen, mehr Einkaufskörbe Mülleimer aufstellen Schließfächer für andere Einkäufe oder Taschen Seniorenparkplätze
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 20 Nennungen	
Kleinere Portionen/Packungen (10) z. B. für Obst und Gemüse Preissenkungen (2) preiswerte Produkte stehen meist nur unten frischeres Gemüseangebot	Bessere Preisauszeichnung (2) z. B. bei den Tiefkühltruhen Ware oft nicht ausgezeichnet Haltbarkeitsdatum größer und leserlicher Zutatenbeschreibung unleserlich klein Beschriftung größer und in Deutsch
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 30 Nennungen	
mehr Freundlichkeit des Personals (4), mehr Hilfsbereitschaft mehr Personal, Ansprechpartner fehlen für Menschen mit Behinderung Blindenhund wird nicht rein gelassen Dass man ernst genommen wird Die Regale werden zu spät wieder aufgefüllt. Dieses müsste bereits vor den Öffnungszeiten passieren. bessere Reinigung vor dem Laden, Reinigung erst nach Geschäftsschluss Lieferservice (2) Waschgelegenheit	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (3) schnelles Ankassieren stört Extra-Kassen für Kunden mit wenig Artikeln Kassenbons leserlicher Preise auf Produkten mit denen an der Kasse abstimmen (2) Hilfe beim Einpacken (4) Kunde stört Verkäuferin beim Packen (vielleicht fehlt Schulung) Musik einspielen Temperatur im Markt zu warm Klimaanlage sind zu stark eingestellt (Gefahr der Erkältung)

Extra: Die meisten der relativ wenigen Nennungen beziehen sich auf den Wunsch eine größere Übersichtlichkeit im Markt zu schaffen.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 8 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (2) große Schilder, wo welche Produkte zu finden sind Übersichtstafel im Eingangsbereich, wo was zu finden ist Artikel-/Regal-Verzeichnis	Lichtschrankentür anschaffen Zuviel steht im Weg, gerade wenn man mit Rollator unterwegs ist Fluchttüren sind zugestellt
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 2 Nennungen	
Kleinere Packungen z. B. für Obst und Gemüse oder lose Ware	Bierkästen niedriger stapeln
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 6 Nennungen	
mehr Personal, um Fragen zu beantworten mehr Freundlichkeit Sauberkeit innen und außen	mehr Kassenpersonal Überforderung mit der Kassensituation: Einpacken, Bezahlen, Rückgeld entgegen nehmen Klimaanlage im Supermarkt

Kaisers/Tengelmann: Zu diesem Supermarkt wurden nur wenige Stimmen abgegeben.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 5 Nennungen	
Bessere Übersicht (2) Durchgang vor der Fleischtheke ist immer mit Angeboten (Kleidung, Töpfen, Spielsachen usw.) zugestellt.	Parkplätze teilw. verstellt mit Außenpräsentation von Pflanzen u. Sonderangeboten, Restposten usw. Lupe zum Lesen
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 3 Nennungen	
Angebote der Filialen sind unterschiedlich Obst und Gemüse oft nicht frisch	Seit Strichcode, sind die Preise nicht mehr zu erkennen
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 6 Nennungen	
auskunftsfreudige Mitarbeiter Geschäftsführer könnte freundlicher sein	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (2) keine Hektik an der Kasse! Abstellen der jämmerlichen Musikdarbietung

Kaufland/Kaufmarkt: Am stärksten werden Servicemaßnahmen und mehr Personal gewünscht.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 7 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (2) Einkaufswagen mit flacher Ladefläche für Getränkekästen sollten zur Verfügung stehen Wickelraum für Babys	Greifzangen für Waren anbringen langer Weg zur Kasse durch ganzen Markt Lupen
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 3 Nennungen	
kleinere Abpackungen bei Fleisch Brotverkauf in Scheiben	verrutschte Preise

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 13 Nennungen	
Auffüllen der Regale nicht bei höchster Kundenfrequenz, da die Paletten mit Ware in den Gängen stören. Montag Vormittag sind nicht immer die Regale aufgefüllt Mitarbeiter(innen) fehlen im Markt! (2) Fachliche Beratung, Kundenfreundlichkeit mehr Transparenz - wer zu wem gehört	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse keine Musik als Unterhaltung (2) Lieferservice Sauberkeit in der Gemüse- und Obstabteilung Zeitungen, Zeitschriften und auch Verpackungen stehen verkehrt herum in den Regalen!!

Lidl: Es werden vornehmlich kleinere Einkaufswagen und Abpackungen sowie freundlicheres Personal gewünscht.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 10 Nennungen	
Boden des Einkaufswagens zu tief (3) Waren werden zu oft umgestellt Toiletten Wegweiser zu den Artikeln.	Leergutautomat Standort ungünstig Lupe an Regal, um Zutatenlisten lesen zu können Räume z.T. zu phantasielos, bitte freundlicher Gänge sind mit Waren zugestellt
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 8 Nennungen	
kleinere Abpackungen (2) z.B bei Brot Angaben der Hersteller bei Hausmarken mehr Sonderangebote	Zutatenliste, Beschriftung auf Waren zu klein (2) Preisauszeichnung von Aktionsware schlecht Sortiment stabil halten
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 8 Nennungen	
freundlicheres Personal (3) z. B. an den Kassen mehr Personal (2) Belüftung	Rauchverbot in Filialen, Verkäuferin keinen Kaigummi Selbstbedienung bei Obst u. Gemüse ist unhygienisch

Norma: Lediglich zwei Wünsche sind hier zu registrieren; Kleinpackungen, die aber nicht wesentlich teurer sind, sowie Mitarbeiter, die beim Einpacken helfen.

Netto: Wiederum werden schwerpunktmäßig kleinere Abpackungen und freundlicheres Personal verlangt, zudem eine bessere Beschriftung der Waren und Preise.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 3 Nennungen	
Hinweisschilder auf Warengruppen über Regalen Restware vom Wochenende ist am Montag unübersichtlich angeordnet	Lupe an Regale
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 9 Nennungen	
kleinere Abpackungen (2) z. B bei Obst und Gemüse wenig Ostprodukte Preise zu teuer	Verfallsdatum überklebt, Verfallsdatum deutlicher drucken Preise nicht zuordenbar oder Waren nicht ausgepreist (2) gesunde Kost besonders kennzeichnen
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 7 Nennungen	
freundlicheres Personal, Kundenberatung mehr Personal Kassenzettel leserlicher	Sauberkeit, Ordnung in der Ladenöffnungszeit werden Regale eingeräumt, gesäubert bzw. ausgeräumt

Penny: Auch bei Penny werden kleinere Gebinde und ein besseres Kassenmanagement gewünscht. Zudem sollten Waren nicht so oft den Platz wechseln und Einkaufswagen verschiedener Größe angeboten werden.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 13 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (4) Einkaufswagen für Rollstuhlfahrer, verschieden große Einkaufswagen Einkaufswagen im Laden (nicht draußen) Hinweis auf Warengruppen über Regalen	kein Behindertenparkplatz vorhanden (2) kein Platz für den Hacken-Porsche Lupe zum Lesen der Infos auf den Verpackungen Das Warensortiment ist unübersichtlich, es stehen Produkte nebeneinander, die nicht zusammen passen, wie Lebensmittel und Parfüm.
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 8 Nennungen	
kleinere Abpackungen (5), z. B. für Fruchtsäfte aussortiertes Gemüse	Preise nicht zuordenbar oder Waren nicht ausgepreist (2)
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 10 Nennungen	
weniger überlastetes Personal häufig riecht es im Verkaufsbereich nach Zigarettenrauch, da die Tür zum Mitarbeiterraum offen steht Hilfe beim Einpacken Sonderangebote oft zu wenig und schnell weg	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (3) keine unausgepackte Ware und Verpackungsmaterial in den Gängen Laden ist unordentlich und oft stehen Container mit Ware, Kartons rum. Online-Senioren-Lebensmittel-Getränke-Lieferservice, der bezahlbar ist

Plus: Bei Plus gibt es keinen besonderen Schwerpunkt der Kundenwünsche, vielleicht ein breiteres Sortiment und eine bessere Beschriftung der Preise und Waren.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 11 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (2) Hinweis auf Warengruppen über Regalen Normaluhr an sichtbarer Stelle Kundentoilette erst auf Nachfrage sich selbst öffnende Türen der Markt ist zu klein	Behindertengerechter Zugänge für Rollstuhlfahrer/Innen in den Marktbereich. Bei Plus z. B. muss ich durch die Kasse in den Markt fahren. Wenn eine Schlange davor steht, ist es extrem unangenehm! es müssten ordentliche Fahrrad-Ständer draußen stehen Textilien falsch eingelagert
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 9 Nennungen	
fehlende Ware mehr Waren aus der Region anbieten, sortenreicheres Angebot täglich volles Angebot (auch bei Obst und Gemüse) Angabe wann zu letzt der Preis angehoben wurde	Preisausschilderung falsch zu jedem Produkt jeweils eine Preisangabe bezogen auf z. B. kg, ml etc. in allen Geschäften Beschriftung der verpackten LM (Inhaltsstoffe) zu klein Bessere Kenntlichmachung des Haltbarkeitsdatums, z. B. auf Quark
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 4 Nennungen	
Sonderangebote oft zu wenig und schnell weg Liefer-Bringdienst einrichten	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (2)

Reue: Aus Sicht der Kunden werden Waren zu oft umgeräumt, Hinweisschilder auf Warengruppen, kleinere Abpackungen und kleinere Einkaufswägen sowie eine größere Preisausschilderung vermisst. Zudem werden Schlangen vor der Kasse und mangelnde Freundlichkeit von Mitarbeiterinnen bemängelt.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 37 Nennungen	
<p>Waren werden zu oft umgestellt (10)</p> <p>Hinweisschilder auf Warengruppen über Regalen (3), übersichtlicher Gänge sind mit Waren zugestellt (2)</p> <p>Verkaufsschilder und Kundenstopper sind nicht passend angebracht Mindesthöhe 1,95m. Kundenstopper stehen für Sehbehinderte im Weg. Es können auch aufgestapelte Verkaufsartikel sein.</p> <p>Grundnahrungsmittel auf Greifhöhe in den Regalen</p> <p>Artikel aus einem Produktbereich sollten nicht im ganzen Laden verteilt sein sondern beieinander stehen</p>	<p>Kudentoilette (3), bessere Ausschilderung zu den Toiletten</p> <p>Beleuchtung auf dem Parkplatz (2)</p> <p>Parkmöglichkeiten für Mutter und Kind</p> <p>Einkaufswagenstation beim Fahrradabstellplatz (2)</p> <p>kleine Einkaufswagen (2) auch zusätzlich zu den großen, Einkaufswagen zu tief (2), runde Körbe</p> <p>Wasserspender, Bistro</p> <p>mehr Sitzgelegenheiten, schlechte Präsentation</p>
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 36 Nennungen	
<p>kleinere Abpackungen (11)</p> <p>Herkömmliche Ware liegt auf demselben Tisch über dem das Schild "Bioware" hängt. (2)</p> <p>Die Tiefkühl-Neuware steht teilweise zu lange uneingeräumt neben den Tiefkühltruhen!</p> <p>Keine fehlende Ware aus den Sortiment (2), breiteres Sortiment</p> <p>mehr preiswerte Angebote, PreisLeistungsverhältnis</p> <p>Minderwertiges Obst</p>	<p>bessere oder größere Preisausschilderung (6) z. B. beim Brot</p> <p>Unübersichtliche Beschilderung an den TK-Truhen (4)</p> <p>Angaben der Inhaltsstoffe zu klein, Verpackungen könnten lesbarer sein</p> <p>die Angaben: Preis pro 100 Gramm etc., an denen man sehr gut Preise vergleichen kann, sind zu klein. (2)</p> <p>Lesbarkeit des Verfalldatums</p> <p>Verfallsdatum ist z.T. überschritten oder fast erreicht</p>

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 37 Nennungen	
Freundliche Mitarbeiterinnen (6), z. B. an der Kasse Personal mit Fachkenntnissen mehr Personal (2), die auch bei Hochbetrieb Zeit haben Aus dem Büro neben der Kasse dringt Rauchgestank in den Laden Klimaanlage (2), Sauberkeit Musikberieselung, leere Regale, Lieferservice (2) Personen, die Einkauf zum Auto oder zur Haltestelle tragen	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (7) An den Kassen geht es zu schnell bzw. weniger Hektik (4) Kasse für kleinere Einkäufe Deutschkenntnisse an der Kasse (2) Hilfe beim Ein- und/oder Auspacken (3) die Auszeichnung und der Preis in der Kasse stimmen nicht überein Hinter der Kasse längere Tresen, der Kassentresen ist zu hoch

Real: Es wird verstärkt eine übersichtlichere Anordnung der Waren gewünscht und kleinere Einkaufswägen.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 9 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (2) Waren systematischer anordnen Bessere (effizientere) Navigation in den Geschäften	kleine Einkaufswagen (3) Bei Leergutannahme ist kein Eingang zum Verkaufsraum (100m Umweg) Uhr fehlt

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 6 Nennungen	
kleinere Abpackungen kleinere Verpackungen zu teuer	bessere oder größere Preisausschilderung (2) Verpackungen könnten lesbarer sein, z. B. Inhaltsliste Die Preisauszeichnung für den Grundpreis pro Kilo (nicht pro 100g).

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 12 Nennungen	
Freundliche MitarbeiterInnen, mehr kompetentes Personal (2) Beratung, Lehrlinge, die behilflich sind Beschallung nervt (2) vor allem die Diskomusik Man denkt nicht an behinderte Menschen	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse An den Kassen geht es zu schnell bzw. weniger Hektik Extrapaybackpunkte auch für Einkäufe unter 50€ Toiletten, die sauber sind, ungepflegter Markt

Marktkauf: Es werden vornehmlich kleinere Packungen, bessere Preisauszeichnungen und mehr Theken mit persönlicher Bedienung verlangt.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 8 Nennungen	
Waren werden zu oft umgestellt (2) Dass man an der Auspackstation keine E-Wagen stellen kann Zu schmale Gänge	kleine Einkaufswagen Fleisch- und Käsetheke (2), Fleischtheke
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 10 Nennungen	
kleinere Abpackungen (5) Frischfleisch- und Wurstangebot	bessere oder größere Preisausschilderung (3), gerade der „Vergleichspreise“ zu hoch gestapelte Tiefkühlware
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 5 Nennungen	
Freundliche MitarbeiterInnen (2) Beschallung nervt	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse Schnellkasse fehlt

Famila:

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 5 Nennungen	
Kennzeichnung der einzelnen Gänge (2) Kudentoilette mit breiterem Gang für Rollstuhlfahrer	Die Einkaufswagen sollten auch unten beladbar sein Einkaufswagen im Geschäft
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 2 Nennungen	
Kompetente Auskunftspersonen	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse

Wandmaker: Hier ist man vor allem mit den vorhandenen Toiletten bzw. deren Sauberkeit unzufrieden.

Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Einrichtung: 3 Nennungen	
bessere Beleuchtung über den Gefriertruhen Ware übersichtlicher sortieren	Fahrstuhl
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der Produkte: 1 Nennung	
besseres Obst- und Gemüseangebot	
Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. des Services: 19 Nennungen	
Freundliche MitarbeiterInnen, mehr Personal beim Einpacken helfen	zu wenig offene Kassen bzw. Schlangen vor der Kasse (4) Toiletten sauberer (6), bessere Kundentoilette (5), neue Toiletten