



## Leitfaden für Mitarbeiter/Innen im Service und im Verkauf

### „senioren- und behindertenfreundliches Einkaufen in Freising“

Es freut uns, dass Sie in Ihrem Unternehmen den Service und die Unterstützung von Senioren/Innen und Menschen mit Behinderung künftig gezielt fördern möchten. Die Sensibilität Ihrer Mitarbeiter/Innen spielt dabei eine ganz zentrale Rolle. Dieser Leitfaden möchte Ihnen einige Hinweise geben, die bei der Umsetzung dieses Gedankens nützlich und hilfreich sein können. Vieles scheint Ihnen vielleicht selbstverständlich. Trotzdem ist es wichtig, sich dies in Erinnerung zu rufen:

- **Bieten Sie bei der Begrüßung aktiv Ihre Hilfe an.**

Es ist schön, wenn Sie aktiv auf Kund/Innen zugehen, die Ihre Unterstützung benötigen könnten, so dass die Betroffenen nicht in die Bittsteller-Rolle schlüpfen müssen. Das gibt Ihren Kunden das Gefühl willkommen zu sein und Ihnen nicht zur Last fallen.

- **Stellen Sie sich bei Bedarf als Einkaufsbegleitung zur Verfügung.**

Ein blinder Mensch braucht z.B. jemanden der ihn/sie während des Einkaufs begleitet, an dessen Arm er/sie sich festhalten kann und ihm sprachlich vermittelt, ob es das richtige Produkt ist, welche Varianten es davon gibt und was es kostet.

Diese Begleitung kann auch für Senioren/Innen und Menschen mit einer geistigen Behinderung, notwendig sein, um sich im Geschäft zurecht zu finden.

Dies schließt auch Ihre Hilfe z.B. beim Ausfüllen von Kaufverträgen oder beim Einpacken mit ein, oder Ihre Hilfe um Barrieren wie Stufen und Treppen bei Kunden mit Gehbehinderung bzw. Rollstuhlfahrer/Innen zu überwinden.

- **Anrede**

Manche Menschen mit einer geistigen Behinderung wirken im Verhalten und in der Sprache kindlich - sprechen Sie sie trotzdem korrekt und höflich mit „Sie“ an. Wenden Sie sich stets persönlich an den Mensch mit Beeinträchtigung, auch wenn eine Assistenzperson dabei sein sollte, so respektieren Sie sein Recht auf Selbstvertretung.

- **Lesehilfe und Erläuterungen zum Kleingedruckten**

Für manche Kunden genügt es, wenn Sie ihnen nur den Weg zum gesuchten Produkt sagen oder ihnen das Kleingedruckte auf der Packung vorlesen und erläutern. Überall dort, wo Schriftzüge und längere Texte zum Einsatz kommen, sollte auch die Möglichkeit zur persönlichen Beratung gegeben sein.

- **Sprechen Sie in einer einfachen und leichten Sprache**

Bei vielen älteren Menschen, wie auch bei Menschen mit geistiger Behinderung ist es sehr hilfreich, wenn Sie in einer einfachen und verständlichen Sprache sprechen und auch geschriebene Hinweise sollten einfach formuliert sein.

Vergewissern Sie sich, dass der Kunde sie richtig verstanden hat, denn oft fehlt bei den Betroffenen der Mut bei Verständnis-Schwierigkeiten nachzufragen.

- **Diskretion und Respekt für ein entspannten Einkauf**

Senioren/Innen und Menschen mit Behinderung haben das gleiche Recht auf ein entspanntes Einkaufserlebnis.

Es ist für diese Kunden sehr angenehm, wenn es Ihnen gelingt diskret auf ihre Bedürfnisse einzugehen, ohne dass sie in der Öffentlichkeit als „Besonderheit“ auffallen und damit - unabsichtlich - bloßgestellt werden.

- **Zeit und Geduld statt Stress**

Geben Sie Menschen mit Beeinträchtigungen die notwendige Zeit – auch wenn es länger dauert. Warten Sie ab, bis Sie eine Antwort erhalten. Erklären Sie langsam und gestalten Sie die Abläufe so, dass für Ihre Kunden genügend Zeit bleibt zu reagieren.

Der Bezahlvorgang ist für viele Senioren/Innen und Menschen mit Behinderung oft mit Stress verbunden. Versuchen Sie – trotz einer möglicherweise großen Zahl wartender Kunden – durch ruhiges Auftreten und Hilfsbereitschaft zu unterstützen und zu entlasten, z.B. beim Auseinanderhalten der diversen Geldmünzen.

### Wie können sie die Inhalte Ihrem Service- und Verkaufsteam vermitteln?

- **Brainstorming „Alter und Behinderung“** – Die Mitarbeiter/Innen sollen ihren Berufsalltag hinsichtlich des Themas „Alter und Behinderung,, durchleuchten nach Erfahrungen und möglichen Unsicherheiten. Die einzelnen Punkte werden auf Moderationskarten geschrieben und vorgetragen bzw. besprochen. Danach können die Karten zu Themenfelder strukturiert werden. Der o.g. Leitfaden fließt mit in die Diskussion ein.
- **Rollenspiel und Perspektivenwechsel** – Nach der Besprechung des Leitfadens schlüpfen einzelne Mitarbeiter/Innen in die Rolle eines Kunden mit Unterstützungsbedarf. Ein anderer Teil versucht die o.g. Hinweise in einer gespielten Verkaufssituation umzusetzen. Die beobachtenden Mitarbeiter/Innen machen sich Notizen, was ihnen aufgefallen ist. Nach jeder Szene wird die Situation aus den unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet und ausgewertet.