

Wissen aus der Bäuerinnenschule

Der Kunde ist König

Der Hoffaden soll klar strukturiert und nicht überfüllt sein. Kunden erwarten ausserdem freundliches, gut geschultes Personal, das nicht aufdringlich ist.

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

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 Kompro-misse nötig. Da gehen die vielen Pflicht-



Ein gutes Verkaufsgespräch schafft Atmosphäre. Bild: iStockphoto

angaben 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 Beson-

deres 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 Kassenbereich 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 bereithalten. 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 Kun-

den 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.

■ Véronique Keller, Strickhof Bäuerinnenschule

lauf zum Thema Hauswirtschaft organisieren und das Thema Food-Waste mit einer Ausstellung aufgreifen. Weitere Ideen sind, eigene Rezepte mit unbekanntem Gemüse aus dem Hofladen um die Ecke entwickeln, selbst produzierte Konfitüren und Brote an einem Marktstand verkaufen, Aufbau eines Insektenhotels mit zusammengesuchten Materialien aus dem Wald oder die Herstellung von Taschen aus alten Kleidern. Colette Basler: «Jedes noch so kleine Projekt kann grosses Bewirken und die Hauswirtschaft von einer anderen, unbekanntem Seite zeigen. Gerne unterstützen wir bei Fragen zu konkreten Projekten, geben Tipps und stellen Kontakte her.»

Weitere Projekte sind herzlich willkommen

Alle bis heute Freitag, 21. Dezember 2018, beim SBLV eingereichten Projekte,

nehmen an einem Wettbewerb teil. Zu gewinnen gibt es drei Überraschungsböden für Schulklassen. Weitere Informationen finden Sie unter www.landfrauen.ch.

Natürlich aber ist es nicht zu spät, weitere Projekte für den Aktionstag auf die Beine zu stellen.

Im Januar wird der SBLV Werbematerialien für den Tag der Hauswirtschaft zur Verfügung stellen. Dazu gehören auch Einladungs- und Dankeskarten, die von den Projektorganisationen verwendet werden dürfen. Ebenfalls wird der SBLV alle bekannten Projekte zusammenstellen und veröffentlichen.

Erwartet wird ein grosses Medieneco, das die Hauswirtschaft bei den Konsumentinnen und Konsumenten ins Bewusstsein ruft und für ein positives Image sorgt.

■ BHE