



**HDE**  
**Handelsverband**  
**Deutschland**

**Qualitätszeichen**  
**Generationenfreundliches Einkaufen**  
**Prüferhandbuch**  
**und**  
**Technisches Verfahren**

## **Impressum**

Herausgeber:

Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin

Tel: 030/72 62 50 - 0 / Fax: 030/72 62 50 - 99

[hde@einzelhandel.de](mailto:hde@einzelhandel.de)

Redaktion: Michael Reink

© Handelsverband Deutschland (HDE) Berlin 2013

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Teil Prüferhandbuch.....</b>	<b>4</b>
1.1 Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen .....	4
1.2 Praktische Hinweise zur Zertifizierung.....	4
1.2.1 Punktvergabe und Bewertung .....	4
1.2.2 Erforderliche Mindestpunktzahl .....	5
1.2.3 Auswertung des Fragebogens.....	7
1.2.4 Logo.....	7
1.2.5 TIPPS zur Durchführung der Zertifizierung:.....	8
1.3 Kriterienkatalog .....	9
<b>2. Teil Technisches Verfahren .....</b>	<b>33</b>
2.1 Arten der Fragebögen .....	33
2.2 PDF-Fragebogen zum elektronischen Ausfüllen.....	33
2.2.1 Download .....	33
2.2.2 Ausfüllen und Ausdrucken.....	34
2.2.3 Rücksendung .....	37
2.3 Online-Fragebogen .....	38
2.3.1 Link zum Online-Fragebogen .....	38
2.3.2 Ausfüllen, Absenden und Ausdrucken.....	39
2.4 PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen .....	42
2.4.1 Download .....	42
2.4.2 Ausfüllen .....	43
2.4.3 Rücksendung .....	43

## 1. Teil Prüferhandbuch

### 1.1 Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen

Das Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen wurde 2009 entwickelt und erstmals 2010 gemeinsam von Dr. Kristina Schröder, Bundeministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), und Josef Sanktjohanser, Präsident des Handelsverbandes Deutschland (HDE) veröffentlicht. In die Entwicklungsarbeiten waren und sind weiterhin im Rahmen eines Projektbeirats eingebunden Vertreter und Vertreterinnen von Senioren- und Verbraucherorganisationen, aus Handelsunternehmen, aus Landesinitiativen zum Handlungsfeld Generationengerechtigkeit, aus der Familien-, Senioren- und Sozialpolitik, aus Handelsverbänden und Kammerorganisationen. Die Aktivität wurde von der Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“ gestützt, die bis Ende 2013 von BMFSFJ und BMWi getragen wurde und wichtige Impulse zur Verankerung der Bedeutung des „Wirtschaftsfaktor Alter“ für den demografischen Wandel im Bewusstsein der Bevölkerung geleistet hat. Ende März 2010 wurde in Berlin das erste Handelshaus als generationenfreundlich zertifiziert.



Die sehr positiven Erfahrungen, die im Handel seit 2010 mit dem Qualitätszeichen gemacht wurden, wurden vom HDE und seinen Mitgliedsverbänden aufgegriffen und in einen erneuerten Anforderungs- und Fragenkatalog überführt, der ab September 2013 eingesetzt wird.

### 1.2 Praktische Hinweise zur Zertifizierung

#### 1.2.1 Punktvergabe und Bewertung

Der Fragebogen ist in sieben Kategorien eingeteilt, die jeweils einzelne Bereiche (Erreichbarkeit des Geschäftes, Mitarbeiter / Servicequalität, Eingang zum Geschäft, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Service, Kasse) behandeln und bewerten.

Es gibt insgesamt **63 Kriterien**, die überprüft werden können. Ist ein Kriterium nicht erfüllt, wird kein Punkt vergeben, auch kein Teilpunkt. Die höchstmögliche, zu erreichende Punktzahl beträgt **133** für Geschäfte **mit mindestens 1.000 qm** und **132** für Geschäfte **mit weniger als 1.000 qm**. Ist ein Kriterium, das in dem jeweiligen Geschäft nicht unbedingt erforderlich ist (z. B. Rolltreppe in einem ebenerdigen Geschäft), nicht vorhanden, dann wird dieses Kriterium ersatzlos aus der Prüfliste gestrichen. Die erreichbare Höchstpunktzahl verringert sich entsprechend um die gestrichene Punktzahl.

Die Kriterien in den sieben Kategorien sind in verschiedene Wertigkeiten eingeteilt:

1. **A-Kriterien** (= Kernkriterien) müssen, sofern sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein. A-Kriterien werden mit drei Punkten bewertet.
2. **B-Kriterien** (= Zusatzkriterien) sollten erfüllt sein und sind notwendig, um die Mindestpunktzahl erreichen zu können. B-Kriterien werden mit zwei Punkten bewertet.
3. **C-Kriterien** (Bonuskriterien) dienen der Verbesserung des Ergebnisses und der Erreichung der Mindestpunktzahl. C-Kriterien werden mit einem Punkt bewertet.

Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit zu zwei Sonderpunkten, die zur Gesamtzahl addiert werden. Durch die Sonderpunkte kann das Ergebnis weiter verbessert werden. Können keine Sonderpunkte vergeben werden, wird die Kategorie Sonderpunkte ersatzlos gestrichen.

Nicht selten wird es gerade bei kleineren und mittleren Handelsgeschäften erforderlich sein, einzelne Kriterien zu streichen, weil zum Beispiel Rolltreppe, Aufzug oder Umkleidekabine nicht vorhanden sind. Daher ist es auch nicht ungewöhnlich, wenn ein kleineres Handelsgeschäft mit etwa nur rund 75 von für kleinere Betriebe maximal erreichbaren 132 Punkten ein auf seine Verhältnisse bezogenes, sehr gutes Ergebnis erreicht.

### 1.2.2 Erforderliche Mindestpunktzahl

Zur Erlangung des Qualitätszeichens wurden folgende Anforderungen festgelegt:

1. Alle bewertbaren A-Kriterien sind erfüllt.
2. Gleichzeitig sind mindestens 70 % der für das jeweilige Handelsgeschäft möglichen Punkte erreicht worden.

Ist eine der beiden Bedingungen nicht erfüllt, kann das Qualitätszeichen nicht vergeben werden. Das Handelsunternehmen hat aber die Möglichkeit, bis zu einem erneuten Zertifizierungsdurchlauf innerhalb von drei Monaten Nachbesserungen vorzunehmen.

Die Begehung des Geschäftes wird immer zu Ende geführt, auch wenn bereits ersichtlich ist, dass entweder die A-Kriterien oder die 70 %-Marke nicht erfüllt werden.

Nach der Begehung können Kriterien abgefragt werden, die während der Zertifizierung nicht sofort ersichtlich waren, zum Beispiel Rückmeldemöglichkeiten bei Fragen von Kunden oder „Erste-Hilfe“-Möglichkeiten.

#### Beispiel: Bewertung für ein Geschäft mit weniger als 1.000 Quadratmetern

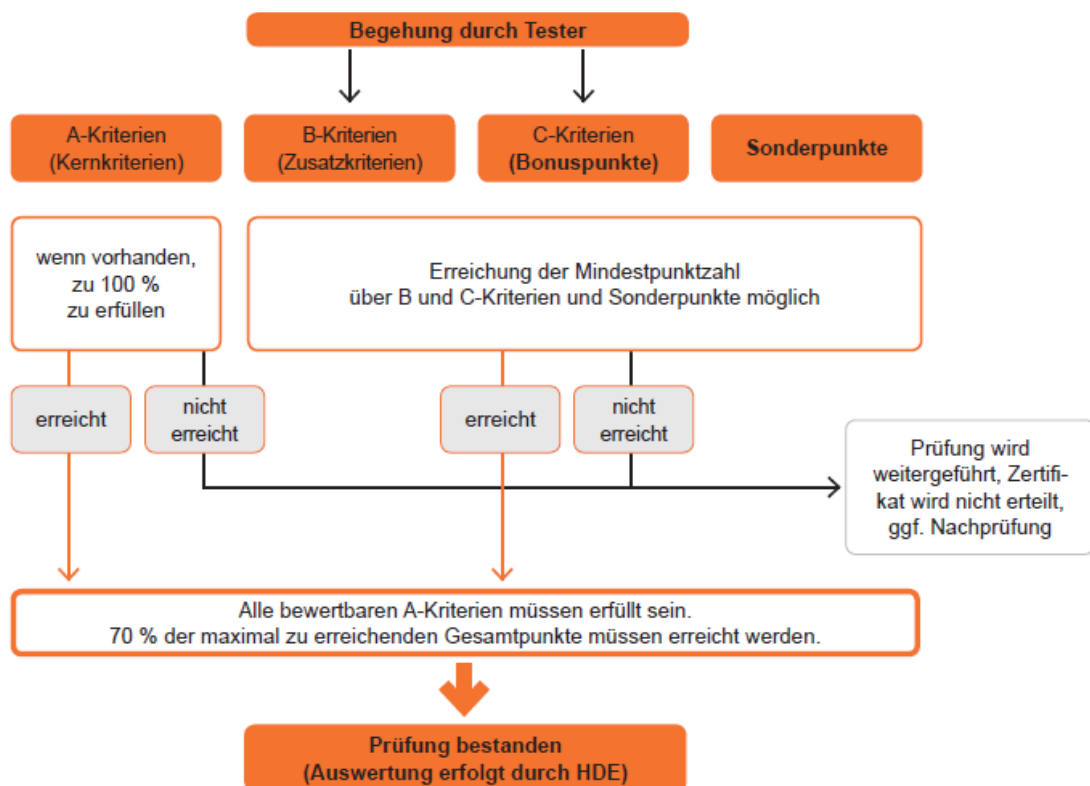
	Anzahl der Fragen	Punkte	Maximale Punktzahl	
<b>A-Kernkriterien</b>	<b>17</b>	Erfüllt = 3 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>51</b>	Kriterien müssen, wenn sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein, sonst ist die Zertifizierung nicht bestanden
<b>B-Zusatzkriterien</b>	<b>34</b>	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>68</b>	Kriterien sollten erfüllt werden; sie dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl
<b>C-Bonuskriterien</b>	<b>11</b>	Erfüllt = 1 Punkt Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>11</b>	Kriterien dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl und der Verbesserung des Ergebnisses
<b>Sonderpunkte</b>	<b>1</b>	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>2</b>	Kriterien können das Ergebnis nur verbessern, nicht aber verschlechtern
<b>Gesamt</b>	<b>63</b>		<b>132 Punkte</b>	
<b>Alle bewertbaren A-Kriterien und gleichzeitig 70 % der maximal zu erreichenden Punkte müssen erfüllt werden, um die Zertifizierung zu bestehen.</b>				

### Beispiel: Bewertung für ein Geschäft mit 1.000 Quadratmetern und mehr

	Anzahl der Fragen	Punkte	Maximale Punktzahl	
<b>A-Kernkriterien</b>	<b>18</b>	Erfüllt = 3 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>54</b>	Kriterien müssen, wenn sie vorhanden sind, zu 100 Prozent erfüllt sein, sonst ist die Zertifizierung nicht bestanden
<b>B-Zusatzkriterien</b>	<b>33</b>	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>66</b>	Kriterien sollten erfüllt werden; sie dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl
<b>C-Bonuskriterien</b>	<b>11</b>	Erfüllt = 1 Punkt Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>11</b>	Kriterien dienen der Erreichung der Mindestpunktzahl und der Verbesserung des Ergebnisses
<b>Sonderpunkte</b>	<b>1</b>	Erfüllt = 2 Punkte Nicht erfüllt = 0 Punkte	<b>2</b>	Kriterien können das Ergebnis nur verbessern, nicht aber verschlechtern
<b>Gesamt</b>	<b>63</b>		<b>133 Punkte</b>	

**Alle bewertbaren A-Kriterien und gleichzeitig 70 % der maximal zu erreichenden Punkte müssen erfüllt werden, um die Zertifizierung zu bestehen.**

#### Die Begehung im Überblick



### 1.2.3 Auswertung des Fragebogens

Der Bewertungsbogen wird nach Abschluss der Begehung über den regionalen Einzelhandelsverband an den Handelsverband Deutschland (HDE) oder direkt an einen vom HDE mit der Auswertungsarbeit beauftragten Dienstleister gesendet (per E-Mail oder per gelbe Post). Die Auswertung des Bewertungsbogens erfolgt zentral über den HDE. Das technische Verfahren selbst ist in diesem Handbuch ab Seite 33 beschrieben. Ausnahme: Wenn das getestete Geschäft in Niedersachsen liegt, erfolgt die Auswertung weiterhin durch die LINGA ([www.linga-online.de](http://www.linga-online.de)).

Nachdem das Ergebnis der Zertifizierung durch den HDE festgestellt wurde, erfolgt die Vergabe des Qualitätszeichens durch den regionalen Einzelhandelsverband. Falls Nachbesserungsbedarf besteht, sollten die entsprechenden Möglichkeiten zwischen Handelsunternehmen und Einzelhandelsverband geklärt werden. Eine nachlaufende Überprüfung der nicht erfüllten Kriterien, die allerdings nicht später als drei Monate nach dem ersten Zertifizierungstermin stattfinden darf, kann dann noch zu einer erfolgreichen Zertifizierung führen.

### 1.2.4 Logo

Es wird unten eingefügtes Logo verwendet. (siehe Titelblatt) Zur Angabe der Geltungsdauer für das jeweilige Zertifikat, damit hierüber völlige Transparenz hergestellt wird. Für den Zeitraum 2021 - 2024 ergibt sich dann zum Beispiel das folgende Logo, das zusammen mit der Urkunde dem mit dem Qualitätszeichen ausgezeichneten Handelsgeschäft überreicht wird.



### **1.2.5 TIPPS zur Durchführung der Zertifizierung:**

- Je Prüfungsvorgang wird ein Fragebogen ausgefüllt. Bei etwaigen Bewertungsunsicherheiten sollten Sie sich mit Kollegen oder Kolleginnen abstimmen und verständigen.
- Bitte geben Sie nach der Begehung des Geschäftes keine abschließende Gesamtbewertung ab. Die Feststellung des Gesamtergebnisses erfolgt nach Auswertung der Erhebungsbögen zentral durch den HDE, der das Ergebnis an den jeweiligen Handelsverband zurückmeldet.
- Die Service- und Beratungsqualität der Mitarbeiter (siehe Kategorie 2, Fragen 5 - 9) sollte vor Beginn der eigentlichen Zertifizierung verdeckt und anonym geprüft werden. Geben Sie sich möglichst erst danach als Prüfer zu erkennen. Im Fragebogen dürfen nur die aufgeführten Fragen beantwortet werden. Unzulässig sind weitere Angaben oder Beschreibungen zu den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, auf die sich Ihre Bewertung bezieht.
- Bewerten Sie bitte nur die Kriterien, auf die das jeweilige Geschäft tatsächlich Einfluss hat und die in Eigenregie des Geschäftes geführt werden. Öffentliche Parkplätze und Gehwege vor dem Geschäft zum Beispiel werden von der Zertifizierung nicht erfasst. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach, ob ein Kriterium in Eigenregie geführt wird.
- Die Praxisbeispiele aus dem Prüferhandbuch sollen Sie bei der Zertifizierung der Geschäfte unterstützen. Die Beispiele erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.
- Positiv bewertet wird ausdrücklich eine persönliche Hilfestellung durch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Diese kann dazu beitragen, dass ein Kriterium, das formal nicht erfüllt wurde, dennoch positiv bewertet wird (zum Beispiel Einpackservice an der Kasse, Tragen der Einkaufstüten zum PKW, Aufhalten von Türen).
- Bei der Messung von Breiten- und Höhenangaben (zum Beispiel Regalhöhe und Türbreite) ist eine Toleranz von + / - 1cm erlaubt; größere Abweichungen führen zur Nichterfüllung des Kriteriums.
- Insbesondere bei hoher Kundenfrequenz ist eine wohlwollende Prüfung der Servicequalität angeraten. Bei sehr starker Kundenfrequenz sollte gegebenenfalls die Zertifizierung verschoben werden.

### 1.3 Kriterienkatalog

## Kategorie 1: Erreichbarkeit des Geschäfts

### Bewertung der Parkmöglichkeiten (Parkplatz, Tiefgarage, Parkhaus - wenn in Eigenregie geführt)

Vorhanden und in Eigenregie geführt: Weiter mit **Frage 1**

Nicht vorhanden bzw. nicht Eigenregie geführt: Weiter mit **Frage 5**

#### 1. Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplatzes gut und eindeutig zu erkennen? (zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort) **B-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 1 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Schilder und Markierungen auf dem Parkplatz auch aus größerer Entfernung gut zu erkennen sind.



*Beispiel für klare Beschilderung des Parkbereichs  
(Quelle: © Michael Kempf - Fotolia)*

Beispiele für eine gut lesbare Beschilderung sind:

- Das Format ist so groß, dass Schilder auch aus der Ferne bzw. beim Hineinfahren erkannt werden können.
- Die Schriftart ist klar und ohne Schnörkel.
- Die Schriftfarbe ist gut lesbar und kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel schwarz auf weiß).
- Piktogramme sind eindeutig und leicht verständlich.
- Der Standort der Beschilderung ist zentral.
- Die Schilder werden nicht verdeckt.
- Es gibt nicht zu viele Schilder, die zudem noch missverständlich interpretiert werden können.

## 2. Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? **C-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 2 nur, wenn Sonderparkplätze in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn weitere Parkplätze angeboten werden, die ein bequemes Ein- und Ausparken, Ein- und Aussteigen oder Be- und Entladen erlauben. Dies können breitere Parkplätze für Behinderte oder auch Frauen- oder Familienparkplätze sein.



*Beispiel für Sonderparkplätze  
(Quelle: Ferger-Heiter)*

## Barrierearme und sichere Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft

### 3. Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? **A-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 3 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden ohne Gefahr und ohne zu stolpern die Verkaufsräume vom Parkbereich aus erreichen können.



*Beispiel für eine kontrastreiche Markierung der Bordsteine  
(Quelle: © Karin Lau - Fotolia)*

Beispiele für eine gefahrlose und stolperfreie Wegegestaltung:

- Die Fußwege sind sicher und ohne Stolperfallen.
- Die Bordsteine sind an Übergängen abgesenkt oder kontinuierlich markiert (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Weiß oder Gelb).
- Die Pflasterung weist keine Unebenheiten auf.
- Die Lichtverhältnisse erlauben eine sichere Begehung (zum Beispiel Parkplatz ist hell - Tageslicht - und wird bei Dunkelheit gut beleuchtet, auch mit Bewegungsmeldern).
- Treppen sind rutschfest und haben stabile Handläufe.

#### 4. Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? **B-Kriterium**

Bewerten Sie Frage 4 nur, wenn die Parkmöglichkeiten in Eigenregie des Unternehmens geführt werden. Fragen Sie ggfs. beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Beschilderung zum Geschäft gut zu erkennen ist.

Beispiele für eine gute Ausschilderung:

- Die Schilder sind groß genug, um sie auch aus der Ferne erkennen zu können.
- Die Schriftart ist klar und ohne Schnörkel.
- Die Schriftfarbe ist gut lesbar und kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel schwarz auf weiß).
- Piktogramme sind eindeutig und leicht verständlich.
- Der Standort der Beschilderung ist zentral.
- Die Schilder werden nicht verdeckt.
- Es gibt nicht zu viele Schilder, die zudem noch missverständlich interpretiert werden können.



*Beispiel für eine gute Beschilderung  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

Bei kleineren Parkplätzen und unmittelbarer Lage am Geschäft muss nur der Kundeneingang zu erkennen sein.

## Kategorie 2: Mitarbeiter / Servicequalität

Überprüfen Sie bitte die Kategorie „Mitarbeiter / Servicequalität“ anonym und geben Sie sich erst danach als Prüfer zu erkennen.

### 5. Werden Sie von Mitarbeitern beachtet? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn

- Mitarbeiter zu sehen und ansprechbar sind.
- Kunden durch Mitarbeiter gesehen werden bzw. wenn diese Kunden freundlich begrüßen.

Optimal wäre es, wenn ein Mitarbeiter auf Sie zukommt und das Gespräch beginnt.

Beachten Sie bitte Stoßzeiten und bewerten Sie das Kriterium unter Berücksichtigung der Kundenfrequenz.

Berücksichtigen Sie bitte auch das unterschiedliche Serviceangebot der verschiedenen Betriebsformen (zum Beispiel Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Warenhaus).

Beschreibungen der Mitarbeiter (zum Beispiel Namen, Geschlecht und Aussehen) dürfen im Fragebogen aus betriebsrechtlichen Gründen nicht festgehalten werden!

### 6. Ist immer ein Mitarbeiter leicht aufzufinden? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Mitarbeiter im Verkaufsraum grundsätzlich ansprechbar sind, sich aber im Gespräch mit anderen Kunden befinden oder andere Arbeiten im Geschäft erledigen.

### 7. Werden Sie auf Wunsch zur Ware begleitet? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Mitarbeiter die Kunden auf Wunsch zur Ware begleiten und nicht nur auf die Ware und deren Standort verweisen. Es ist auch erfüllt, wenn der Mitarbeiter sich bei Kollegen dazu informiert oder einen Fachberater hinzuzieht.

Werden Sie nicht aktiv angesprochen, ergreifen Sie bitte die Initiative und fragen, wo sich ein bestimmtes Produkt befindet.

Berücksichtigen Sie bei Stoßzeiten ggfs. längere Wartezeiten.

### 8. Sind die Erklärungen der Mitarbeiter leicht zu verstehen? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Kunden- bzw. Beratungsgespräch leicht verständlich ist.

Dabei verwenden die Mitarbeiter nur wenige Fachbegriffe, wenig Anglizismen. Sie erklären bei Nachfragen durch den Kunden Fachbegriffe einfach und verständlich.

## 9. Haben Sie bei Fragen und Anregungen eine Anlaufstelle im Geschäft? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden die Möglichkeit haben, ihre positive wie negative Meinung dem Geschäft zu sagen oder zu schreiben. Dies kann auf verschiedenen Wegen geschehen, zum Beispiel

- durch ein persönliches Gespräch vor Ort
- ein eingerichtetes Kundentelefon
- Meinungsbögen, Beschwerdestelle, Meckerkasten im Geschäft
- Kundenforum, Internetadresse, E-Mail etc.

Ist eine Anlaufstelle nicht ersichtlich, fragen Sie bitte später beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

### Kategorie 3: Eingang zum Geschäft

#### Barrierearmer Zugang zum Geschäft, Eingangstüren

## 10. Ist mindestens ein Zugang zum Geschäft ebenerdig? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens ein Eingang ohne Stufen, über eine Rolltreppe oder aber über eine Rampe zu betreten ist. Drehkreuze im Eingangsbereich des Geschäfts (zum Beispiel in Supermärkten, Einrichtungshäusern oder Elektromärkten) müssen sich leicht aushebeln lassen, um den Verkaufsraum zum Beispiel mit einem Rollstuhl oder Kinderwagen befahren zu können.



*Beispiel für einen Eingang mit Rampe  
(Quelle: WrangelVision e. V.)*

Die Verfügbarkeit einer mobilen Rampe oder die persönliche Hilfe zum Überwinden von Hindernissen (zum Beispiel durch eine „Notruf“-Klingel) können bei sicherer Gestaltung das Kriterium erfüllen.

### **11. Stehen die Eingangstüren offen, öffnen sie sich automatisch beziehungsweise sind sie leicht per Hand zu öffnen? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Türen zum Geschäft offen sind. Sind sie geschlossen, dann müssen sie sich bei Annäherung automatisch öffnen oder per Hand ohne großen Kraftaufwand zu öffnen sein.



*Beispiel für einen offenen Eingangsbereich  
(Quelle: LINGA)*

Befinden sich Drehtüren am Eingang, muss mindestens ein weiterer barrierearmer Eingang vorhanden sein.

Feuerschutztüren bitte nicht bewerten!

Manche größere Einzelhandelsgeschäfte (u.a. Kauf- und Warenhäuser) müssen aufgrund von Feuerschutz- und Sicherheitsaspekten schwere Eingangstüren haben. Bitte fragen Sie im Zweifelsfall beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach, ob diese Bestimmungen im konkreten Fall zu beachten sind.

### **12. Sind die Eingangstüren mindestens 210 cm hoch und 90 cm breit? A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

- Höhe: Mindestens 210 cm
  - Breite: Mindestens 90 cm
- (Messtoleranz: + / - 1 cm)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die erforderliche Höhe und Breite mit einer Toleranz von + / - 1 cm durch Messen nachgewiesen wurde. Das Betreten des Geschäfts soll zum Beispiel mit Kinderwagen, Rollstuhl, Rollator oder Taschen ohne Anecken möglich sein.



*Beispiel für einen breiten Eingangsbereich  
(Quelle: LINGA)*

Bitte prüfen Sie die genauen Maße erst nach Abschluss der verdeckten Prüfung der Servicequalität, um nicht bereits beim Betreten des Geschäfts als Prüfer aufzufallen.

## **Kategorie 4: Ladengestaltung**

### **13. Ist das Geschäft gut ausgeleuchtet? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Geschäft und die Waren so ausgeleuchtet sind, dass die Schrift an Regalen und Warenverpackungen gut erkennbar ist. Es existieren keine Blendungen oder Spiegelungen durch starke Lichtquellen. Es gibt keine dunklen Ecken.

Bei Unklarheiten stimmen Sie sich bitte mit anderen Prüfern ab.

### **14. Ist die Hintergrundmusik dezent? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein Verkaufsgespräch so geführt werden kann, dass laute Hintergrundmusik die Unterhaltung nicht stört.

Das Kriterium kann ggfs. auch dadurch erfüllt werden, dass das Verkaufsgespräch in einem ruhigeren Bereich geführt wird.

### **15. Sind die Hauptwege barrierearm und mindestens 90 cm (im Wendebereich mindestens 120 cm) breit? A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

- Breite der Hauptwege: Mindestens 90 cm
- Breite im Wendebereich: Mindestens 120 cm zu angrenzenden festen Warenständern und Regalen

(Messtoleranz: + / - 1 cm)



*Beispiel für breite Hauptwege  
(Quelle: LINGA)*

Das Kriterium ist erfüllt, wenn

- Die Hauptwege mindestens 90 cm breit sind.
- In den Gängen keine festen Warenaufbauten etc. stehen, die den Weg versperren und so zu einer Gangbreite von unter 90 cm führen.
- Im Wendebereich mindestens 120 cm Abstand zu angrenzenden Warenständen und Regalen gegeben sind.

#### **16. Sind die Selbstbedienungsregale maximal 170 cm hoch?**

##### **B-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen: Regalhöhe (oberster Regalboden der Verkaufsfläche): maximal 170 cm (Messtoleranz + / - 1 cm)

Höhere Regale an Außenwänden werden nicht negativ bewertet, wenn die Ware aus den oberen Regalen zusätzlich in Griffhöhe doppelt platziert ist.

Bei einer Regalhöhe von über 170 cm kann das Kriterium im Ausnahmefall auch über die Möglichkeit der persönlichen Hilfe durch Mitarbeiter erfüllt werden, wenn diese ohne besonderen Aufwand möglich ist..

#### **17. Ist der Boden rutschfest? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn auch bei Nässe keine Rutschgefahr besteht.  
Rutschfest sind am ehesten Böden aus Holz, Teppich, mattem Stein oder Kunststoff.

#### **18. Ist der Boden spiegelfrei? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn sich Warenaufbauten oder Fenster nicht im Boden spiegeln oder dort reflektieren.

Beispiele für gute Bodenbeläge sind:

- Helle Bodenbeläge sind besser als dunkle.
- Matter Bodenbelag ist besser als glänzender Belag.
- Böden sollten keine großflächigen Muster haben.



*Negativbeispiele spiegelnder Bodenbeläge  
(Quelle: Ferger-Heiter, Dürrer)*

### **19. Sind Niveauunterschiede zwischen Bodenbelägen unter 1 cm (falls vorhanden)? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn wechselnde Bodenbeläge (zum Beispiel Teppich und Steinboden) plan miteinander abschließen beziehungsweise einen Niveauunterschied von höchstens 1 cm haben, so dass keine Stolpergefahr besteht.

### **20. Sind Gefahrenquellen - falls vorhanden - markiert? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden auf mögliche Gefahrenquellen optisch hingewiesen werden.

Beispiele für eine gute Markierung von Gefahrenquellen:

- Deutlich platzierte Aufsteller mit entsprechenden Symbolen
- Feste Kennzeichnung (zum Beispiel farbige Streifen, Symbole auf Glasscheiben).



*Beispiel für eine Eingangstür mit Markierung  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

### **21. Sind die Wege im Geschäft frei von Hindernissen und gut zugänglich? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn keine Kartonaufbauten oder Warencontainer im Weg stehen, über die Kunden stolpern können oder die ihnen den Weg versperren.

Ware, die gerade neu aufgefüllt wird, wird nicht negativ bewertet, wenn ein Mitarbeiter in der Nähe ist.



*Negativbeispiel mit Waren im Weg  
(Quelle: Ferger-Heiter)*

### **22. Sind alle Hauptverkaufsflächen barrierearm zugänglich? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn im Geschäft einschließlich in dazu gehörenden Außenverkaufsbereichen die Hauptverkaufsflächen ohne Stufen, über eine Rolltreppe oder aber über eine Rampe begangen werden können. Die Flächen im Verkaufsraum müssen hindernisarm mit einem Rollstuhl oder Kinderwagen befahren werden können. Die Verfügbarkeit einer mobilen Rampe oder die persönliche Hilfe zum Überwinden von Hindernissen (zum Beispiel durch eine „Notruf“-Klingel) können bei sicherer Gestaltung das Kriterium erfüllen.

### **23. Sind Schilder und Wegweiser gut zu erkennen beziehungsweise leicht auffindbar? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Beschilderung im Haus schnell zu finden und gut les- oder erkennbar ist.

Beispiele für eine gute Ausführung der Beschilderung:

- Schilder zu Notausgängen, Toiletten, Aufzügen, Restaurants oder Wegweiser sind an zentralen Stellen im Geschäft.
- Die Schilder und Wegweiser werden nicht durch Regale oder Aufbauten verdeckt.
- Die Schrift ist groß genug, um Schilder auch aus der Ferne lesen zu können.
- Die Schilder sind kontraststark (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz und Weiß).
- Informationstafeln sind übersichtlich, kontrastreich und nicht überladen.



*Beispiel für eine gute Beschilderung  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

## Treppen

### **24. Sind die erste und die letzte Absatzstufe der Treppe kontrastreich gekennzeichnet? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens die erste und die letzte Absatzstufe einer Treppe kontrastreich ist, das heißt, sie sind durch starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, gekennzeichnet (zum Beispiel Schwarz, Weiß, Gelb). Die Kennzeichnung kann auch durch einen kontraststarken, festhaftenden Klebstreifen erfolgen.



*Beispiel für eine Treppe mit Markierung  
(Quelle: Ferger-Heiter)*

## 25. Reicht der Handlauf des Treppengeländers bis zur letzten Treppenstufe? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Handlauf bis zur letzten Treppenstufe reicht, um die Treppe sicher begehen zu können.



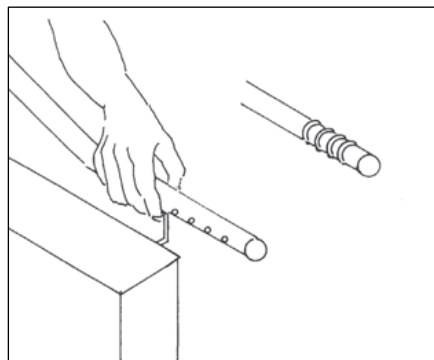
*Beispiele für gut angebrachte Handläufe  
(Quelle: © kwerensia - Fotolia)*

## 26. Ist ein beidseitiger Handlauf des Treppengeländers vorhanden? **C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn an beiden Seiten der Treppe ein stabiler Handlauf vorhanden ist, um auch eingeschränkt sehenden oder blinden Menschen sowie gehbehinderten Personen Sicherheit zu geben.

## 27. Ist der Handlauf des Treppengeländers komplett umgreifbar? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Handlauf der Treppe mit der Hand umgreifbar ist. Optimal ist ein runder oder ovaler Griff des Handlaufs.



*Beispiel für einen umgreifbaren Handlauf mit tastbarer Markierung  
(Quelle: www.heinze.de)*

Besonders kundenfreundlich ist das Anbringen von Handlaufmarkierungen auf der Außenseite des Handlaufs zur besseren Tastbarkeit mit den Fingerkuppen für sehbehinderte Menschen.

## Rolltreppen, Fahr- und Rollsteige

### 28. Sind Ein- und Austritt von Rolltreppe bzw. Fahrsteig farblich markiert? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Eintritt und der Austritt von Rolltreppen, Fahrsteigen und Rollsteigen über farbliche Markierungen gekennzeichnet sind. Die Farbwahl obliegt dem Geschäft. Optimal ist eine kontrastreiche Farbkombination, die sich voneinander und vom Hintergrund abhebt (zum Beispiel Weiß auf Schwarz).



*Beispiel für die farbliche Markierung einer Rolltreppe  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

### 29. Laufen Rolltreppe bzw. Fahr- oder Rollsteig langsam und ermöglichen sie einen sicheren Ein- und Ausstieg? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Rolltreppe so langsam läuft, dass ein sicherer Ein- und Austritt auch für Gehbehinderte oder Eltern mit kleinen Kindern gewährleistet wird.

## Aufzüge

### 30. Sind Ein- und Ausstieg der Aufzüge kontrastreich gekennzeichnet? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Ein- und Austritt eindeutig zu erkennen oder wahrzunehmen ist.

Beispiele für eine gute Gestaltung und Wahrnehmbarkeit:

- Kontrastreiche Wand- und/oder Bodenfarben im Ein- bzw. Austrittsbereich, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben.
- Material- und Strukturwechsel an Wänden und/oder Böden.
- Akustische Signale (zum Beispiel beim Öffnen und Schließen der Türen).

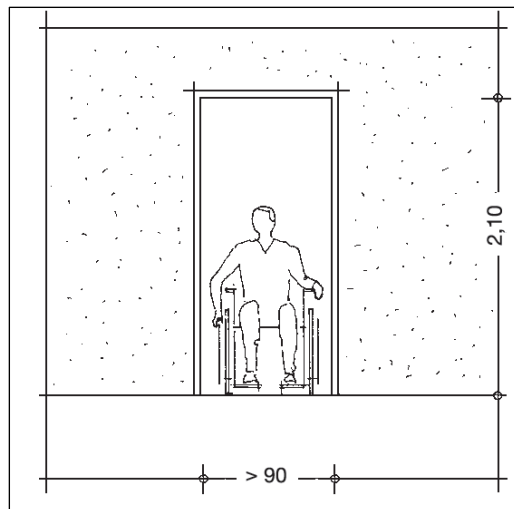


Beispiel für deutlich markierte Ein- und Ausstiege  
(Quelle: © Ashkan Nasirtani - Fotolia)

**31. Sind die Türen der Aufzüge mindestens 90 cm breit und 210 cm hoch? B-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz: + / - 1 cm):

- Breite: mindestens 90cm
- Höhe: mindestens 210 cm



Beispielgrafik  
(Quelle: www.heinze.de)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug die Mindesthöhe und -breite hat und so auch das Ein- und Aussteigen mit einem Kinderwagen, Rollstuhl oder Rollator ermöglicht.

**32. Hat der Aufzug mindestens einen Spiegel? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug mindestens einen Spiegel hat, damit sich Rollstuhlfahrer oder Personen mit Kinderwagen beim Ein- und Ausrollen leichter orientieren können.

Optimal ist die Position des Spiegels im Aufzug gegenüber der Aufzugstür.

**33. Sind die Bedienelemente im Aufzug zu ertasten oder gibt es eine Sprachausgabe oder eine persönliche Hilfe? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn zusätzlich zur Bedientastatur des Aufzugs Bedienelemente für Seh- und Körperbehinderte vorhanden sind, um über Fahrtrichtung und Stockwerk zu informieren.

Dies kann erfolgen über:

- Tasten und Schilder in Blindenschrift,
- Tasten mit fühlbarer, aufgesetzter Schrift, wie zum Beispiel einer Pyramidenschrift / Brailleschrift,
- Sprachausgabe (zum Beispiel Ansage der Etage, Haltewunschansage),
- Großflächige, waagerechte Bedientastatur für Rollstuhlfahrer (auf ca. 85 cm Höhe) mit fühlbaren Tastenrändern und Schrift.



*Beispiel für eine Bedientastatur im Aufzug  
(Quelle: Ferger-Heiter)*

**34. Gibt es mindestens einen umgreifbaren Handlauf zum Festhalten im Aufzug? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn der Aufzug auf mindestens einer Seite über einen gut umgreifbaren Handlauf verfügt, um ein sicheres Stehen im Aufzug während der Fahrt auch für gehbehinderte Menschen zu gewährleisten.

---

**Umkleidekabinen**

---

**35. Haben die Umkleidekabinen mindestens eine Größe von 120 x 120 oder von 130 x 110 cm? A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz + / - 1 cm).

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Mindestgröße 120 x 120 cm oder 130 x 110 cm beträgt.

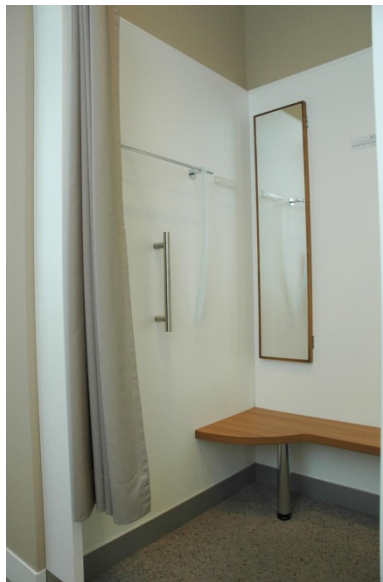
**36. Sind ausgewiesene Rollstuhlfahrerkabinen mindestens 150 x 150 cm groß? B-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen (Messtoleranz + / - 1 cm).

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Mindestgröße 150 x 150 cm beträgt.

**37. Sind in den Kabinen Ablagefläche, Spiegel und Kleiderhaken oder -stangen vorhanden? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn alle drei Merkmale (Ablagefläche, Kleiderhaken und Spiegel) vorhanden sind. Als Ablagefläche werden auch Stuhl, Bank und Hocker anerkannt.



*Beispielfoto mit den drei Kriterien Ablagefläche, Kleiderhaken und Spiegel  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

**38. Gibt es einen Zusatzspiegel? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein zweiter Spiegel in der Umkleidekabine vorhanden ist, der das bequeme Betrachten und einen „Rundumblick“ ermöglicht.

**39. Ist ein Haltegriff in der Umkleidekabine vorhanden? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn ein Haltegriff in der Kabine vorhanden ist, der Sicherheit beim Umkleiden bietet. Optimal ist die Anbringung des Griffs auf Brusthöhe. Die Form des Haltegriffs bleibt dem Geschäft überlassen.

## Kategorie 5: Sortimentsgestaltung

### 40. Sind Waren- und Produktbereiche gekennzeichnet bzw. schnell auffindbar? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn einzelne Waren- und Produktbereiche, wie zum Beispiel Getränke im Supermarkt, schnell auffindbar beziehungsweise klar gekennzeichnet sind.

Bei Geschäften, die das Shop-in-Shop-System nutzen (zum Beispiel Warenhäuser und Bekleidungsgeschäfte), müssen die einzelnen Marken gut zu erkennen sein.

### 41. Sind die Preise am Regal gut lesbar ausgezeichnet? **A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Preise am Regal gut lesbar ausgezeichnet und die Konturen kontraststark sind. Dies kann dadurch erfolgen, dass

- die Schriftgröße der Grundpreisauszeichnung mindestens 11 Punkt / 0,3 cm beträgt,
- die Schriftgröße des Endpreises mindestens 24 Punkt / 0,8 cm beträgt,
- die Preisschilder kontraststark sind (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz auf Weiß),
- die Preise auch für Kunden mit Gleitsichtbrillen gut zu erkennen sind,
- die Preisschilder an niedrig angebrachten Regalböden nach oben geneigt sind.



Beispiel für eine ausreichend große Beschriftung  
(Quelle: Ferger-Heiter)

#### **Beispiele für die Schriftgröße:**

Dies ist Schriftgröße 9 Punkt

Dies ist Schriftgröße 10 Punkt

Dies ist Schriftgröße 11 Punkt

Dies ist Schriftgröße  
12 Punkt

Dies ist Schriftgröße 14

Dies ist Schrift-  
größe 24

Die Preisauszeichnung ist abhängig vom Verkaufsumfeld. Bitte berücksichtigen Sie daher auch Lichtverhältnisse, Regalgestaltung und Abstände zu den Regalen.

Bei Unstimmigkeiten stimmen Sie sich bitte mit anderen Prüfern ab.

**42. Sind die Preise am Produkt und auf sonstigen Schildern überwiegend gut lesbar? B-Kriterium**

Ist die Preisauszeichnung durch den Hersteller festgelegt, entfällt dieses Kriterium, da der Einzelhändler hierauf keinen Einfluss hat.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Preise am Produkt und an sonstigen Schildern überwiegend gut lesbar sind.

Die gute Lesbarkeit ist sichergestellt, wenn

- die Schriftgröße mindestens 11 Punkt beträgt,
- die Preisschilder kontraststark sind (starke, unterschiedliche Farbkombinationen, die sich voneinander und vom Hintergrund abheben, zum Beispiel Schwarz auf Weiß),
- die Preise auch für Kunden mit Gleitsichtbrillen gut zu erkennen sind.

**43. Kann zwischen verschiedenen Packungs- und Sortimentsgrößen gewählt werden? C-Kriterium**

Bitte überprüfen Sie stichprobenartig!

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden im Sortiment aus verschiedenen Packungs- und Sortimentsgrößen auswählen können. Varianten können zum Beispiel sein Sondergrößen, Unter- und Übergrößen bei Bekleidung oder Schuhen, Einzelgrößen, Groß- und Kleinpackungen.

Nicht alle Geschäfte können Packungs- und Sortimentsvarianten anbieten (zum Beispiel bei Geschenkartikeln). Bitte prüfen Sie gegebenenfalls im Gespräch, ob dann doch Varianten angeboten werden.

**Kategorie 6: Service**

**Kundentoiletten**

**44. Ist eine Kundentoilette vorhanden?**

**Je nach Geschäftsgröße: A- oder B-Kriterium**

Bitte beachten Sie:

- Bei einer Verkaufsfläche ab 1.200 Quadratmetern ist dies ein A-Kriterium, bei einer Verkaufsfläche bis unter 1.200 Quadratmeter ist dies ein B-Kriterium.
- Erfragen Sie gegebenenfalls die Größe der Verkaufsfläche und kennzeichnen Sie das Kriterium im Fragebogen.
- Befindet sich das Geschäft in einem Einkaufscenter, müssen keine eigenen Toiletten vorhanden sein. Die Bewertung entfällt dann. Das Kriterium wird gestrichen.
- Mitarbeitertoiletten werden nicht als Kundentoiletten anerkannt.

### 45. Ist mindestens eine Kundentoilette barrierearm oder multifunktional? **B-Kriterium**

Beispiele für eine barrierearme oder multifunktionale Nutzung sind:

- Baby-Wickelmöglichkeit
- Kindertoilette und / oder Kinderwaschbecken
- Haltegriffe und / oder Ablagefläche in unmittelbarer Nähe.



*Beispiel für Multifunktionstoilette mit Wickeltisch und Kindertoilette  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

### 46. Gibt es mindestens eine Behindertentoilette? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn es im Geschäft mindestens eine als Behindertentoilette gekennzeichnete Toilette gibt (größerer Raum, Haltegriffe, Kontraste usw.).



*Beispiel für eine Behindertentoilette  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

### 47. Gibt es in der Toilette oder im Vorraum Ablageflächen? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Ablageflächen zum Beispiel für Taschen beim Händewaschen vorhanden sind. Die Ablageflächen können im Vorraum oder im Toilettenraum sein.

#### **48. Sind in der Toilette Kleiderhaken vorhanden? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn entweder ein großer oder zwei kleine Haken in der Toilette vorhanden sind, damit Kunden sowohl ihre Bekleidung als auch ihre Taschen aufhängen können.

### **Zusatzservice**

#### **49. Gibt es einen Hol- und Bringservice für Kunden und/oder einen Bestell- oder Lieferservice für Waren nach Hause? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens eine der genannten Serviceleistungen - gegebenenfalls auch gegen Aufpreis - angeboten wird.

Wenn mehrere der Serviceangebote praktiziert werden, gibt es keine Zusatzpunkte. Klären Sie bitte bei Bedarf mit dem autorisierten Ansprechpartner / Inhaber dieses Serviceangebot des Betriebes ab.

#### **50. Gibt es Sitzgelegenheiten oder einen Ruhebereich? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Sitzgelegenheiten angeboten werden und diese stabil und sicher sind.

Optimal sind eine ausreichende Sitzhöhe (nicht zu tief, also nicht unter etwa 40 cm), feste Sitzflächen und Armlehnen, die ein bequemes Hinsetzen und Aufstehen unterstützen bzw. ermöglichen.



*Beispiel für einen Ruhebereich  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

#### **51. Gibt es im Geschäft eine Kinderspielecke? B-Kriterium**

Beachten Sie bitte, dass dieses Kriterium nur in Geschäften angewendet wird, in denen Kunden üblicherweise längere Zeit verweilen (zum Beispiel etwa Einrichtungshäuser, Warenhäuser oder Bekleidungsgeschäfte). Bei Geschäften mit typischerweise kürzerer Verweildauer (zum Beispiel Supermärkte, Drogeriemärkte oder Bäckereien) entfällt dieses Kriterium.

### **52. Gibt es eine Wickelmöglichkeit für Kinder? C-Kriterium**

Efasst werden hier nur Gelegenheiten, die nicht bereits unter Frage 45 bewertet wurden. Doppelzählungen sind nicht zulässig.

### **53. Werden im Geschäft Getränke kostenlos angeboten? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden im Geschäft kostenlos etwas trinken können. Dies kann über einen Wasserspender, eine Kaffeestation oder ein angebotenes Glas Wasser geschehen.

### **54. Gibt es im Geschäft die Möglichkeit, Einkäufe oder Garderobe aufzubewahren oder einzuschließen? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Kunden die Möglichkeit haben, ihre mitgebrachten Einkäufe, Taschen oder ihre Garderobe während des Einkaufs sicher aufzubewahren.

In größeren Häusern kann dies über Schließfächer, eine zentrale Warenaufbewahrung, Kundengarderobe etc. geschehen. In kleineren Geschäften reicht es aus, wenn das Gepäck kurzfristig an der Kasse sicher hinterlegt werden kann.

### **55. Gibt es eine „Erste-Hilfe“-Möglichkeit? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Geschäft über eine „Erste-Hilfe“-Ausrüstung verfügt. Dies können zum Beispiel Notfallapotheke, Defibrillator, Rettungskette, ausgestatteter Sanitätsraum und zu Ersthelfern ausgebildete Mitarbeiter sein.

Sind die „Erste-Hilfe“-Möglichkeiten nicht ersichtlich, fragen Sie bitte beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.

### **56. Sind die Einkaufswagen leichtläufig? A-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Einkaufswagen keine Mängel wie blockierende Rollen aufweisen. Die Einkaufswagen müssen sich ohne großen Kraftaufwand schieben und leicht um Kurven manövrieren lassen. Eine stichprobenartige Überprüfung der Einkaufswagen genügt.

### **57. Gibt es unterschiedliche Einkaufswagen oder solche, die multifunktional sind? C-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Einkaufswagen angeboten werden, die für unterschiedliche Kundengruppen gedacht sind oder zusätzliche Funktionen haben. Beispiele sind:

- Einkaufswagen mit Sitzgelegenheiten für Erwachsene,
- Einkaufswagen mit Leselupe
- Einkaufswagen mit kleinem Füllbereich oder mit Babyschale
- Kindereinkaufswagen.



Beispiel für einen Multifunktionswagen  
(Quelle: EDEKA Unternehmensgruppe Nordbayern-Sachsen-Thüringen)

### 58. Gibt es weitere Zusatzinformationen oder Zusatzservices, die den Einkauf erleichtern? **B-Kriterium**

Bitte bewerten Sie hier nur Zusatzinformationen oder Zusatzservices, die von den Fragen 49 bis 57 noch nicht erfasst sind.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens eine weitere Zusatzinformation oder Zusatzleistung angeboten wird.

Zusatzinformationen und -services können zum Beispiel sein: Lesehilfen, Kataloge, Kundeninformationsschalter, schriftliche Produkt- oder Pflegeinformationen, Veranstaltungen, Kinderwagen- / Rollstuhlverleih, Einpackservice, Einkaufsbegleitung, Änderungsservices, Geschenkverpackungsservice, Regenschirmverleih, Bestellungen „zur Ansicht“ nach Hause, Bringservice von Großware zum Auto, oder zur ÖPNV-Haltestelle, Taxiruf vom Geschäft aus usw.

Bitte vermerken Sie die Zusatzinformation bzw. den Zusatzservice im Fragebogen.

Sind diese nicht unmittelbar erkenntlich, fragen Sie bitte beim autorisierten Ansprechpartner / Inhaber nach.



Beispiel für einen Informationspunkt

## Kategorie 7: Kasse

### 59. Ist der Durchgang an der Kasse mindestens 90 cm breit? Haben Abteilungs- oder Etagenkassen mindestens 90 cm Bewegungsfreiheit? **A-Kriterium**

Bitte mit dem Zollstock nachmessen:

Kassendurchgangsbreite bzw. Bewegungsradius: mindestens 90 cm  
(Messtoleranz: +1 / -1 cm)

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens ein Kassendurchgang die geforderte Mindestbreite von 90 cm hat. Dies gilt auch je Abteilung bzw. Etage.

### 60. Ist ein Kassendisplay vorhanden und für Kunden gut lesbar? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn das Kassendisplay und der zu zahlende Betrag gut lesbar sind. Dies kann zum Beispiel durch große oder schwenkbare Kassendisplays umgesetzt werden.



*Beispiel für ein gut lesbares Kassendisplay  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

### 61. Gibt es eine Ablagefläche an und / oder hinter der Kasse? **B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn Ablageflächen vorhanden sind, um zum Beispiel Taschen abstellen oder die Waren in Ruhe einpacken zu können. Die Ablageflächen können sich direkt an oder nahe hinter der Kasse befinden.



*Beispiel für eine Ablagefläche an der Kasse  
(Quelle: Galeria Kaufhof)*

**62. Ist die Schrift des Kassensbons gut lesbar? B-Kriterium**

Das Kriterium ist erfüllt, wenn die Schriftgröße mindestens 11 Punkt beträgt. Dieser Satz ist in Schrifttyp Arial Größe 11 geschrieben.

**Sonderpunkte**

**63. Gibt es drei weitere Dienstleistungen, die positiv zu bewerten sind und noch nicht genannt wurden? B-Kriterium**

Bewerten Sie bitte nur drei Dienstleistungen, die bislang im Fragebogen noch nicht genannt wurden (auch nicht unter Zusatzservice) und die eine Bereicherung für Kunden darstellen.

Das Kriterium ist erfüllt, wenn mindestens drei Dienstleistungen angeboten werden, die den Einkauf für den Kunden angenehmer gestalten und eine Bereicherung darstellen.

**Für Ihre Notizen**

## 2. Teil Technisches Verfahren

### 2.1 Arten der Fragebögen

Für die Beurteilung und Bewertung des Qualitätszeichens „**Generationenfreundliches Einkaufen**“ steht der **Fragebogen** in **drei verschiedenen Varianten** zur Verfügung:

1. **PDF-Fragebogen zum elektronischen ausfüllen** per Computer, Notebook oder iPad
2. **Online-Fragebogen** zum Ausfüllen mittels Internet-Browser
3. **PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen**

Im Folgenden werden die drei Arten und der Umgang mit Ihnen kurz erläutert.

### 2.2 PDF-Fragebogen zum elektronischen Ausfüllen

Der PDF-Fragebogen lässt sich als elektronisch ausfüllbares Formular am PC, mit einem Notebook oder iPad ausfüllen, abspeichern, per E-Mail verschicken und ausdrucken.

#### 2.2.1 Download

Sie können sich den elektronisch ausfüllbaren PDF-Fragebogen über folgende Internetseite herunterladen:

[www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de)

Gehen Sie auf der angegebenen Seite oben rechts über den Reiter „**Downloads**“ zu den Dokumenten. Laden Sie sich den Fragebogen als PDF-Dokument herunter, in dem Sie mit **Rechtsklick** auf den Link gehen. Wählen Sie im erscheinenden Kontextmenü browserabhängig entweder „**Ziel speichern unter...**“ oder „**Link speichern unter...**“ aus. Geben Sie den gewünschten Speicherort an und sichern Sie die PDF-Datei.

The screenshot shows the website interface for 'Qualitätszeichen Generationenfreundliches Einkaufen'. The top navigation bar includes links for Home, Über Uns, Wir sind zertifiziert, Intern, Einzelhändler, Kunden, Presse, and Downloads (highlighted with a red box). The main content area is titled 'Downloads' and lists two items:

- Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":
  - Link zur Webversion (nur mit Passwort)
  - **PDF-Version, 200 KB** (highlighted with a red box)
- Prüferhandbuch zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":
  - PDF-Version, 1,1 MB

Below the list are links for 'Drucken' and 'eMail', and a 'Nach oben' link. On the right side, there is a 'LOGIN' form with fields for 'Benutzername' and a password field, and a 'SUCHE' (search) bar with a 'SUCHEN' button. The footer contains links for Home, Sitemap, Impressum, Kontakt, and Mitglied werden.

## 2.2.2 Ausfüllen und Ausdrucken

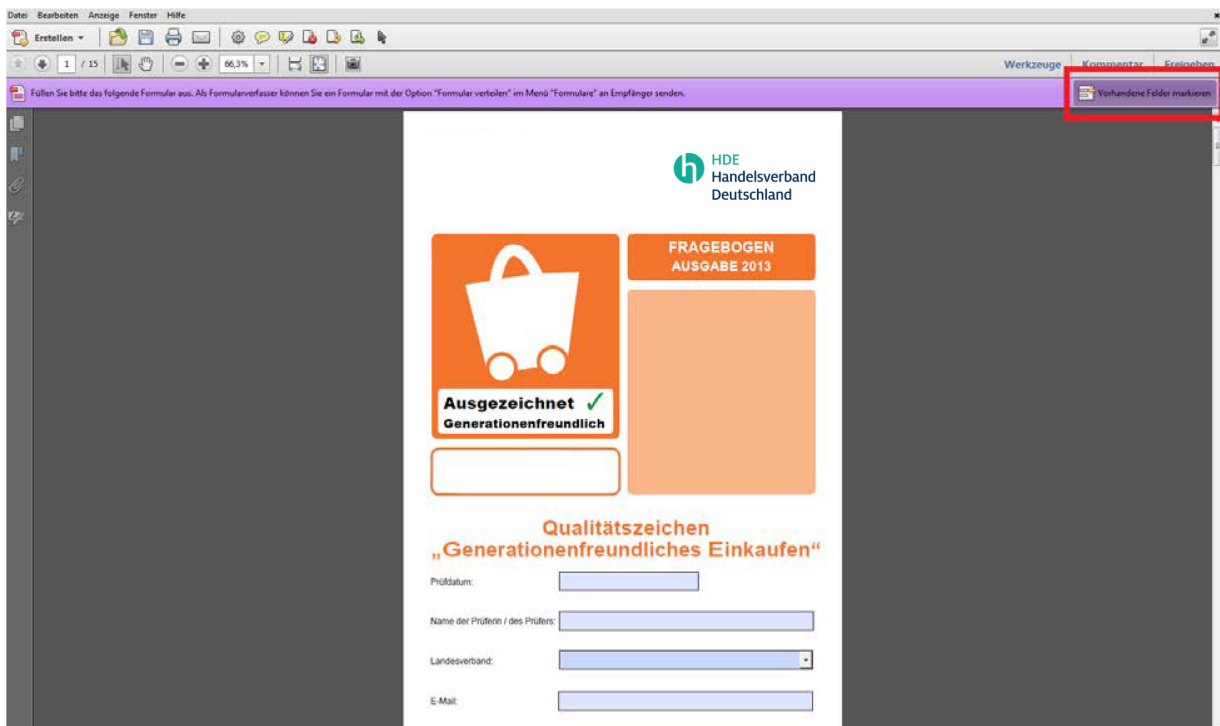
### PC oder Notebook

Zum Ausfüllen des PDF-Fragebogens ist die Verwendung von **Adobe Reader Version 11** oder neuer erforderlich.

Unter folgendem Link können Sie sich die aktuelle Version kostenlos herunterladen:

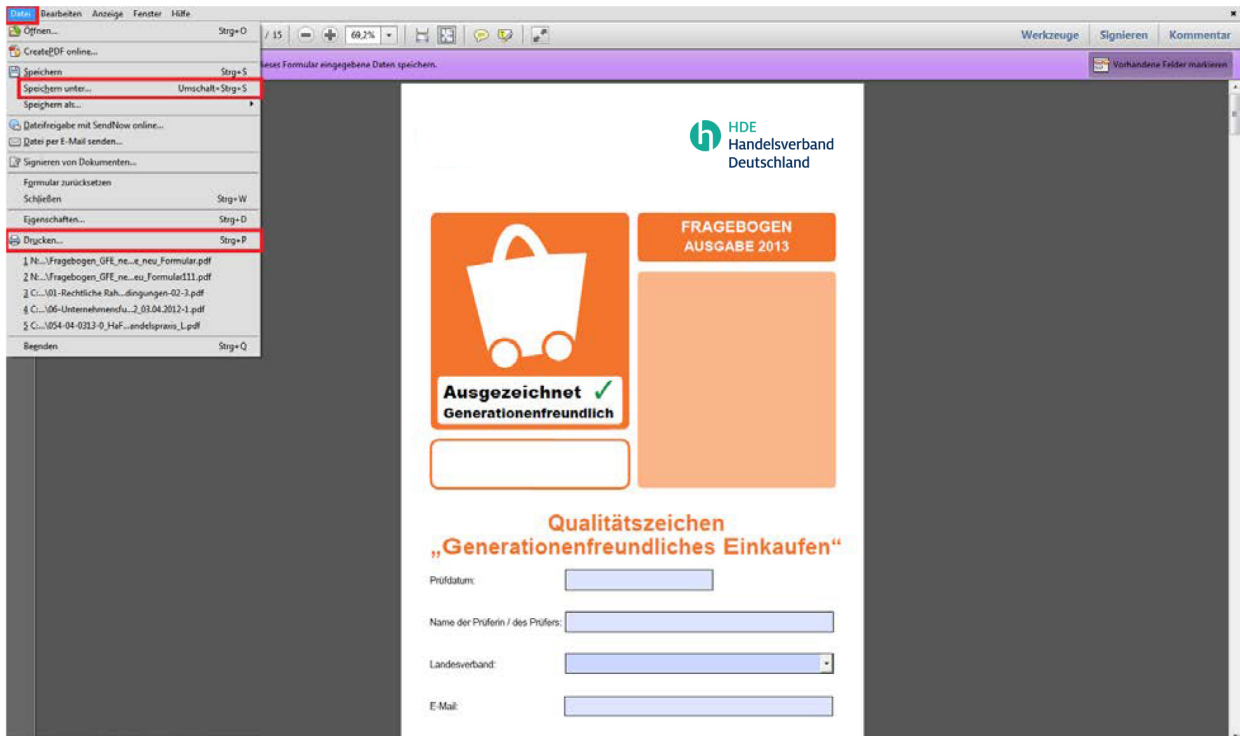
<http://get.adobe.com/de/reader/>

Nach der Installation des Programms und dem Öffnen der PDF mit dem **Adobe Reader**, sollten die **ausfüllbaren Bereiche blau hinterlegt** sein. Ist dies nicht der Fall, kann die Funktion auch über die Schaltfläche „**Vorhandene Felder markieren**“ aktiviert werden.



Tragen Sie in die vorgesehenen Felder die entsprechenden Informationen ein und kreuzen sie Ihre Antworten durch Mausklick an.

Sie können den ausgefüllten Fragebogen jederzeit (zwischen-)speichern und für Ihre Unterlagen ausdrucken. Gehen sie dazu im Adobe Reader über „Datei“ und wählen dann „**Speichern unter...**“ bzw. „**Drucken...**“ aus. Alternative dazu können Sie auch die **Schaltflächen im Dokument** nutzen.



Mit der Auswahl von „**Speichern unter...**“ wird Ihnen die Möglichkeit gegeben, das Formular mit allen Eingaben abzuspeichern und einen neuen Dateinamen zu vergeben. So haben Sie gleich beim Abspeichern der Datei die Möglichkeit, für jedes neue Unternehmen oder Geschäft, das Sie zertifizieren, einen separaten Dateinamen zu vergeben.

Wir empfehlen Ihnen am **Computer** oder **Notebook** folgende **Vorgehensweise**:

- Laden Sie sich den leeren PDF-Fragebogen herunter.
- Tragen Sie die gewünschten Informationen mittels **Adobe Reader** in das Formular ein.
- Speichern Sie die PDF wie oben beschrieben ab und vergeben den gewünschten Dateinamen für das Dokument (dieser kann z. B. den Namen des Unternehmens und das Datum der Zertifizierung enthalten).
- Der ursprüngliche, leere PDF-Fragebogen bleibt dabei unverändert an seinem Speicherort erhalten und kann für die nächste Zertifizierung verwendet werden.
- Haben Sie lediglich Veränderungen in einem bereits angefangenem Fragebogen vorgenommen und möchten den bisherigen Dateinamen beibehalten, reicht dazu auch die Funktion „Speichern“, die ebenfalls über „Datei“ zu erreichen ist.

## iPad

Zum Ausfüllen via iPad ist die Verwendung der App **Adobe Reader** von **Acrobat** erforderlich. Diese können Sie kostenlos im App Store herunterladen. Die Anwendung bietet die Möglichkeit, verschiedene PDFs zu verwalten, Formulare auszufüllen und diese per E-Mail zu verschicken. Installieren Sie die App, bevor Sie die nachfolgend beschriebenen Schritte ausführen.

**Hinweis:** Bei der Verwendung anderer PDF-Anwendungen außer der genannten kann es zu fehlerhaften Darstellungen des PDF-Fragebogens und der Formularfelder kommen.

Senden Sie sich den PDF-Fragebogen per E-Mail auf das iPad. Öffnen Sie die E-Mail und halten Sie die PDF im Anhang gedrückt. Im erscheinenden Auswahlménü tippen Sie auf „**In Adobe Reader öffnen**“.

Alternativ dazu können Sie die PDF auch über [www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de) unter dem Reiter „**Downloads**“ aufrufen. Wird die PDF angezeigt, erscheint oben rechts eine Schaltfläche „**Öffnen in...**“ (tippen Sie ggf. auf das Formular, damit die Menüleiste angezeigt wird). **Wählen** Sie dann die **Adobe Reader App** aus.

In beiden Fällen muss die **Adobe Reader App** vorher auf dem iPad **installiert** sein.

Die PDF öffnet sich und Sie können die gewünschten Daten eintragen. Kreuze werden durch Antippen der entsprechenden Felder gesetzt. Sollte es notwendig sein, z. B. bei einem Teilbereich, der als „Nicht vorhanden“ zählt, schon gesetzte Kreuze zu entfernen, gehen Sie wie folgt vor: Wählen Sie zunächst ein Feld für eine Texteingabe an, z. B. unter den allgemeinen Angaben zum Unternehmen. Somit wird die Tastatur aktiviert. Wenn Sie jetzt ein Feld zum Ankreuzen anwählen, erscheint ebenfalls die Tastatur. Im oberen Bereich der Tastatur haben Sie einen Button „**Feld zurücksetzen**“. Dieser entfernt das gerade ausgewählte Kreuz.

**Änderungen** im Dokument werden **automatisch gespeichert**, sobald Sie von der PDF-Ansicht wieder in das Hauptmenü der App wechseln. Drücken Sie auf die Schaltfläche „**Dokumente**“ oben links. Diese ist zu sehen, wenn kein Formularfeld angewählt ist; tippen Sie dazu außerhalb eines Formularfeldes auf die PDF. In der Dokumentenübersicht können Sie auch den Dateinamen der PDF ändern. Tippen Sie dazu auf „**Bearbeiten**“, wählen Sie die gewünschte PDF aus und tippen anschließend auf das Texteingabesymbol.

Wir empfehlen Ihnen mit dem **iPad** folgende **Vorgehensweise**:

- Laden Sie sich den leeren PDF-Fragebogen auf ihr iPad und öffnen Sie die Datei wie oben beschrieben in der **Adobe Reader App**.
- **Vor Eingabe der ersten Daten:** Legen Sie sich ein Duplikat des leeren Fragebogens an, damit Sie für weitere Zertifizierungen ein leeres Formular schnell parat haben.
- Duplikat anlegen in der **Adobe Reader App**:
  - Wechseln Sie in die Hauptansicht der App (ggf. eine im Moment geöffnete PDF schließen) und gehen Sie links auf „Dokumente“.
  - Tippen Sie nun oben rechts auf „**Bearbeiten**“ und wählen Sie danach die zu duplizierende Datei aus.
  - Tippen Sie auf das Duplizieren-Symbol (dargestellt als zwei übereinanderliegende Blätter Papier).
  - Es wird ein Duplikat mit der Bezeichnung (1) am Ende des Dateinamens angelegt.
  - Ebenfalls über „**Bearbeiten**“ kann der Dokumentenname geändert werden.
  - Wir empfehlen Ihnen, den Namen der duplizierten Datei zu ändern, so dass dieser z. B. den Namen des Unternehmens und das Datum der Zertifizierung enthält.
- Öffnen Sie die duplizierte Datei in der **Adobe Reader App** und tragen Sie die gewünschten Informationen ein.

Beim **Schließen** des PDF-Formulars werden Änderungen **automatisch gespeichert**. Wechseln Sie dazu vom geöffneten Dokument in das Hauptmenü der App.

### 2.2.3 Rücksendung

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen per E-Mail-Anhang an die folgende E-Mail-Adresse zurück:

[gfe@hde.de](mailto:gfe@hde.de)

#### PDF als E-Mail-Anhang von einem iPad aus verschicken

Öffnen Sie den PDF-Fragebogen, den Sie zurückschicken möchten in der **Adobe Reader App**. Sie finden oben rechts in der Menüleiste ein fensterartiges Symbol, aus dem ein Pfeil hervorsteht. Tippen Sie dieses an und wählen „**Dok. per Mail**“, anschließend „**Originaldokument freigeben**“. Das Mail Programm wird automatisch geöffnet und die Datei befindet sich im Anhang.

## 2.3 Online-Fragebogen

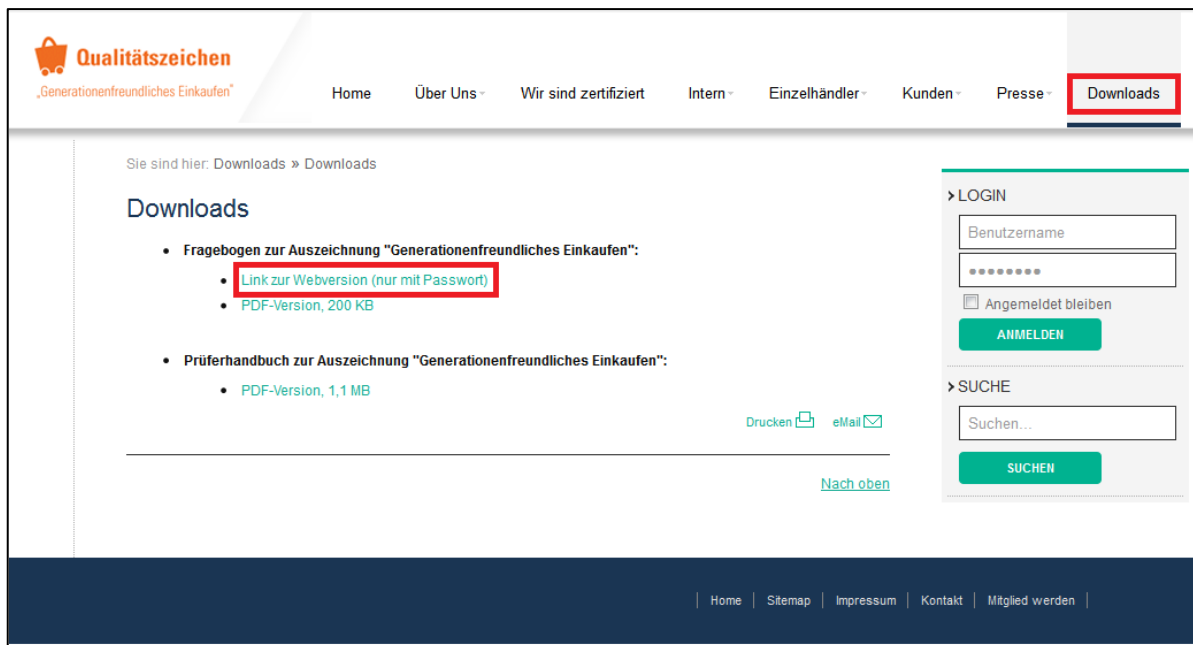
Die zweite Möglichkeit, eine Bewertung für ein Qualitätszeichen „**Generationenfreundliches Einkaufen**“ einzureichen, ist die Webvariante des Fragebogens. Der Online-Fragebogen ist über einen Internet-Browser erreichbar.

### 2.3.1 Link zum Online-Fragebogen

Sie gelangen über folgende Seite zum Online-Fragebogen:

[www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de)

Klicken Sie in der oberen Menüleiste auf den Reiter „**Downloads**“. Unter dem Punkt „**Fragebogen zur Auszeichnung**“ befindet sich der Link, der Sie zur Webversion des Fragebogens weiterführt.



### Login

Um auf den Online-Fragebogen zugreifen zu können, ist es notwendig, dass Sie sich einloggen.

Tragen Sie in die dafür vorgesehen Feldern **Benutzernamen** und **Passwort** ein und bestätigen Sie mit „**Anmelden**“. Die Zugangsdaten werden Ihnen gesondert per E-Mail vom HDE zugesandt.

The screenshot shows the login page of the website. The header includes the logo 'Qualitätszeichen' and the tagline '„Generationenfreundliches Einkaufen“'. Navigation links include Home, Über Uns, Wir sind zertifiziert, Intern, Einzelhändler, Kunden, Presse, and Downloads. The breadcrumb trail reads 'Sie sind hier: Generationenfreundliches Einkaufen - Generationenfreundliches Einkaufen'. A blue bar contains the text 'Bitte melden Sie sich an'. Below this, a red box highlights the login form with fields for 'Benutzername' and 'Passwort', and an 'ANMELDEN' button. To the right, there is a 'LOGIN' section with a 'Benutzername' field, a password field, a checkbox for 'Angemeldet bleiben', and an 'ANMELDEN' button. Below that is a 'SUCHE' section with a search input field and a 'SUCHEN' button. The footer contains links for Home, Sitemap, Impressum, Kontakt, and Mitglied werden.

Danach gelangen Sie auf die Seite mit dem direkten Link zum Online-Fragebogen. Klicken Sie dazu auf „**Zum Webformular...**“.

The screenshot shows the online questionnaire page. The header is identical to the previous page. The breadcrumb trail reads 'Sie sind hier: Downloads » Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen"'. The main heading is 'Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen"'. Below this, the date '26. August 2013' and the title 'Online-Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":' are displayed. A red box highlights a link labeled 'Zum Webformular...'. To the right of the link are icons for 'Drucken' and 'eMail'. Below the link is a horizontal line and a 'Nach oben' link. The right sidebar contains a 'LOGIN' section with 'angemeldet als', an 'ABMELDEN' button, and a 'SUCHE' section with a search input field and a 'SUCHEN' button. The footer contains links for Home, Sitemap, Impressum, Kontakt, and Mitglied werden.

### 2.3.2 Ausfüllen, Absenden und Ausdrucken

Das Ausfüllen und Absenden des Online-Fragebogens ist sowohl an **PC**, **Notebook** oder **iPad** möglich und erfordert eine **bestehende Internetverbindung**.

Haben Sie über den o. g. Link einen neuen Fragebogen geöffnet, können Sie direkt mit der Eingabe der Informationen beginnen. Die mit \* gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder und müssen ausgefüllt werden. Über die Schaltflächen „**Vorherige Seite**“ und „**Nächste Seite**“ navigieren Sie zwischen den einzelnen Kategorien vor und zurück.

**FRAGEBOGEN**  
**AUSGABE 2013**

## Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

---

Bewertung der Parkmöglichkeiten  
(Parkplatz, Tiefgarage, Parkhaus - wenn in Eigenregie geführt)

---

Parkmöglichkeiten \*     Vorhanden und in Eigenregie geführt: Weiter mit Frage 1  
                                   Nicht vorhanden bzw. nicht in Eigenregie geführt: Weiter mit Frage 5 (Nächste Seite)

---

Frage 1 (B-Kriterium)     JA     NEIN  
Ist die Beschilderung beim Befahren des Parkplatzes gut und eindeutig zu erkennen?  
(zum Beispiel über Formate, Schriftart, Schriftfarbe, Standort)

Frage 2 (C-Kriterium)     JA     NEIN  
Werden zusätzlich zu den vorhandenen Parkplätzen weitere Sonderparkplätze angeboten? (zum  
Beispiel breitere Parkplätze für Behinderte, Frauen- oder Familienparkplätze)

---

Barrierearme und sichere Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft  
(wenn in Eigenregie geführt)

---

Frage 3 (A-Kriterium)     JA     NEIN  
Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft sicher und stolperfrei? (zum Beispiel keine  
Stolperfallen oder Unebenheiten, sondern abgesenkte Bordsteine, helle Wege)

Frage 4 (B-Kriterium)     JA     NEIN  
Sind die Fußwege vom Parkbereich zum Geschäft gut ausgeschildert? (zum Beispiel über Formate,  
Schriftart, Schriftfarbe, Standort)

Geben Sie die gewünschten Informationen in den dafür vorgesehenen Feldern ein und klicken bei Fragen auf die entsprechende Schaltfläche:

- ja
- nein
- nicht vorhanden

Auf der letzten Seite erfolgt noch eine **Sicherheitsabfrage**. Geben Sie die **Buchstaben** und **Zahlen** aus dem **karierten Feld** an der dafür vorgesehenen Stelle ein und schicken Sie das Formular über die Schaltfläche „**Eingaben absenden**“ fort.

**FRAGEBOGEN  
AUSGABE 2013**

## Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“

---

**Abschlussbewertung und Empfehlung**

Bewertung:

**Sicherheitsabfrage...**  
Bitte geben Sie vor dem Absenden des Fragebogens die angezeigten Zeichen ein:

Sie erhalten nach Versand des Formulars eine **E-Mail** zur Bestätigung auf die **Adresse**, die Sie auf der **ersten Formularseite** angegeben haben. Die E-Mail enthält alle Formulareingaben und kann für die eigenen Unterlagen ausgedruckt werden.

Sollte es erforderlich sein, den **Browser während des Ausfüllens** des Online-Fragebogens zu **schließen**, sind die **Daten** bei **erneutem Aufrufen** des Formulars wieder **verfügbar**.

Damit die Daten zwischengespeichert werden können, ist es notwendig, dass Sie für **ein** und **dasselbe Formular** auch den **gleichen Browser** verwenden und bei diesem das **Abspeichern von Cookies erlaubt** ist. Bei den meisten Browsern finden Sie die Einstellungen dazu unter den Sicherheitseinstellungen.

Solange Sie das Formular noch nicht abgeschickt haben, ist das Bearbeiten der eingegebenen Daten möglich.

## 2.4 PDF-Fragebogen zum Ausdrucken und handschriftlichen Ausfüllen

Der PDF-Fragebogen lässt sich ausdrucken und handschriftlich ausfüllen. Fertigen Sie sich bitte eine Kopie für Ihre Unterlagen an und senden Sie das ausgefüllte Original zur Auswertung per Post zu. Die Postanschrift finden Sie unter dem Punkt 2.4.3 in diesem Handbuch.

### 2.4.1 Download

Sie können sich den Fragebogen als PDF über folgende Internetseite herunterladen:

[www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de)

Gehen Sie auf der angegebenen Seite oben rechts über den Reiter „**Downloads**“ zu den Dokumenten. Laden Sie sich den Fragebogen als PDF-Dokument herunter, in dem Sie mit **Rechtsklick** auf den Link gehen. Wählen Sie im erscheinenden Kontextmenü browserabhängig entweder „**Ziel speichern unter...**“ oder „**Link speichern unter...**“ aus. Geben Sie den gewünschten Speicherort an und sichern Sie die PDF-Datei.

The screenshot shows the website 'Qualitätszeichen' with the following elements:

- Navigation Bar:** Home, Über Uns, Wir sind zertifiziert, Intern, Einzelhändler, Kunden, Presse, **Downloads** (highlighted with a red box).
- Breadcrumbs:** Sie sind hier: Downloads » Downloads
- Section Header:** Downloads
- Document List:**
  - Fragebogen zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":
    - Link zur Webversion (nur mit Passwort)
    - PDF-Version, 200 KB** (highlighted with a red box)
  - Prüferhandbuch zur Auszeichnung "Generationenfreundliches Einkaufen":
    - PDF-Version, 1,1 MB
- Actions:** Drucken (print icon), eMail (envelope icon), Nach oben (up arrow icon)
- Right Sidebar:**
  - LOGIN:** Benutzername, Password field, Angemeldet bleiben checkbox, ANMELDEN button.
  - SUCHE:** Suchen... input field, SUCHEN button.
- Footer:** Home | Sitemap | Impressum | Kontakt | Mitglied werden

## 2.4.2 Ausfüllen

Bitte beachten Sie die folgenden Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens für das Qualitätszeichen „**Generationenfreundliches Einkaufen**“:

- Bitte verwenden Sie für das Ausfüllen des Fragebogens einen
  - **blau** oder
  - **schwarz**

schreibenden **Feinliner**, **Kugelschreiber** oder **Filzstift**.

- Markieren Sie Ihre Antworten in den dafür vorgesehenen Feldern bitte mit einem **Kreuz**.

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ja	nein	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ja	nein	nicht vorhanden

## 2.4.3 Rücksendung

Bitte fertigen Sie sich eine Kopie des ausgefüllten Fragebogens an und senden das **Original per Post** an die folgende Adresse:

**Zentrale GFE-Auswertung**  
**Salzstraße 1**  
**09113 Chemnitz**