



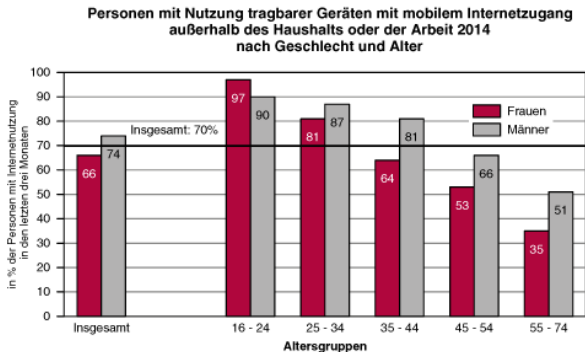
Verkaufsberatung und Support für Senior/innen in Shops

Ergebnisse und Vermittlungsideen aus dem Projekt



Die Zielgruppe 60+

- **höchste Zuwachsrate** bei der Nutzung des Internets
- **47%** der österreichischen Kaufkraft (Stand 2011)

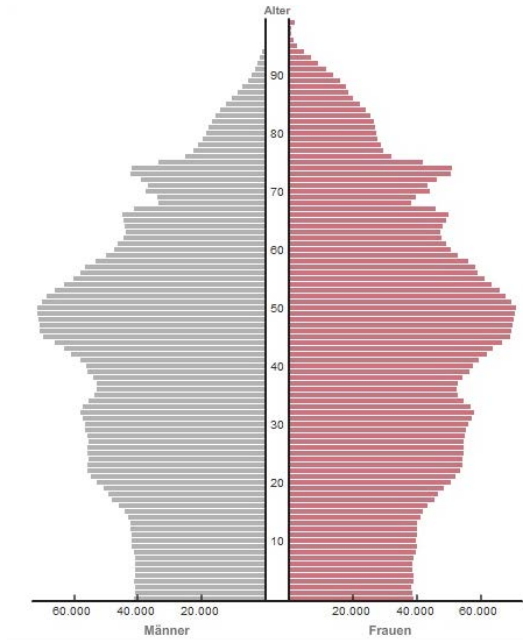


Q. STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2014. Erstellt am 21.10.2014. - Befragungszeitpunkt: April bis Juni 2014. - Personen, die in den letzten drei Monaten tragbare Geräte (z.B. Laptop, Tablet, Mobiltelefon) mit mobilem Internetzugang außerhalb des Haushalts oder der Arbeit genutzt haben.

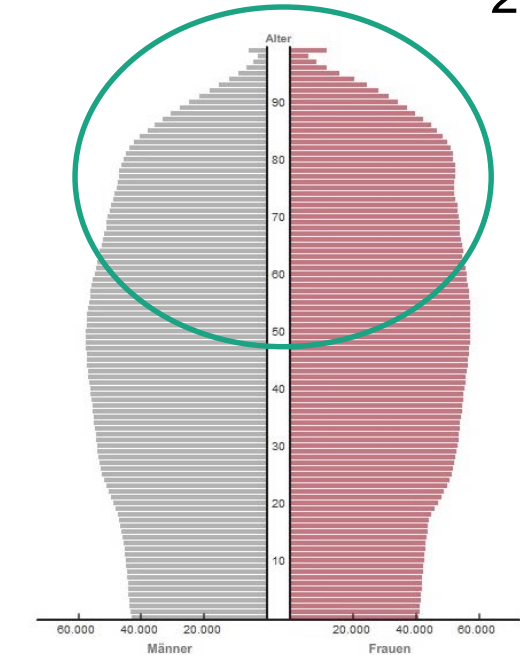


Bevölkerungspyramide für Österreich nach Alter

2014



2075



Quelle - Statistik Austria

Warum gerade diese Zielgruppe speziell berücksichtigen?

- Erkenntnisse nicht **nur** für ältere Menschen von Relevanz, sondern **für alle Altersgruppen**.
- Bei SeniorInnen **Nicht-Beachtung** eventuell **geschäftskritisch** bzw. entscheidend für Nutzung oder Nichtnutzung.

Ergebnisse der mobi.senior.A Studie

Besonders relevante Themen für Senior/innen:

- ✓ Gängige Konzepte der digitalen Medien nicht geläufig
- ✓ Altersbedingte Einschränkungen
- ✓ Unterschiedliche Anschaffungsmotive
- ✓ Hürden bei der Inbetriebnahme und Erstnutzungsphase
- ✓ Besondere Anforderungen an Gebrauchsanleitungen
- ✓ Sicherheitsbedenken, insbesondere zu Datenschutz und Kostenfallen

Besonderheiten der Zielgruppe

und Relevanz für die Verkaufsberatung

Besonderheiten der Zielgruppe

und Relevanz für die Verkaufsberatung

Durch Sensibilisierung des Personals:

- Einstieg für SeniorInnen in die digitale Welt erleichtern
- **SeniorInnen-Markt besser erschließen**



Trotz **Heterogenität der Zielgruppe**, einige typische **Gemeinsamkeiten**:

- Hauptverwendung des Internets: **Informationssuche** (z.B. Suche nach Reise- und gesundheitsbezogenen Informationen).
- Hauptverwendung von Smartphones: **Fotografieren** und damit zusammenhängende Aktivitäten. Kommunikation bleibt wesentlichste Funktion.
- Hauptverwendung von Tablets: **Recherchieren** oder Lesen von Nachrichten.
- **Verschiedene Ängste** (z.B. etwas kaputt zu machen, hohe Kosten zu verursachen, etc.)

→ „Angst nehmen“

= wichtiger Ansatz für die Arbeit mit dieser Zielgruppe.

Besonders relevante Themen, ausgehend von den Erhebungen der mobi.senior.A Studie:

- **„Mentale Modelle“ von Senior/innen und eine leicht verständliche Sprache**
- **Altersbedingte Einschränkungen**
- **Anschaffungsmotive**
- **Hürden bei Inbetriebnahme und Erstnutzungsphase**
- **Anforderungen an Gebrauchsanleitungen**
- **Sicherheitsbedenken, insbesondere zu Datenschutz und Kostenfallen**

Mentale Modelle von SeniorInnen und eine leicht verständliche Sprache

Erkenntnis

Bekannte Konzepte („Conceptual Models“ bzw. „**Mentale Modelle**“), die hinter digitalen Medien und deren Anwendungen und Funktionen liegen, sind nicht geläufig und stellen eine Bedienungshürde dar.

Fachbegriffe und (vor allem englische) **Fremdwörter** werden oft nicht verstanden und erschweren die Nutzung.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Beispiele aus der Lebenswelt der SeniorInnen für besseres Verständnis komplexer Inhalte verwenden, d.h. auf bekannte „mentale Modelle“ zurückgreifen und verständliche Vergleiche herstellen (z. B. „Die Enter-Taste ist oft wie der Einschaltknopf bei der Waschmaschine.“).
- Rücksicht auf geringes Verständnis für grundlegende Konzepte nehmen.
- Keine „selbstverständliche Vorkenntnis“ voraussetzen - aber auch nicht vorschnell Kompetenz absprechen, sondern nach vorhandenem Wissen fragen.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Auf die Verwendung einer leicht verständlichen Sprache achten - Fachausdrücke mit leicht verständlichen (deutschen) Begriffen ergänzen und erklären.
- Bedienungskompetenz bei Seniorinnen und Senioren ist unterschiedlich ausgeprägt; z.B. Icons und Symbole sind nicht zwingend selbsterklärend oder gängige Begriffe wie Browser, Cloud, WLAN, etc. nicht verständlich.
- Eine bildhafte Sprache verwenden; bildhafte Vergleiche können zielführend sein.
- Wesentliche Dinge im Beratungsgespräch mehrmals wiederholen.

Ideen für die Vermittlung

- **E-Learning-Einheit inklusive Quiz** „Finden Sie alltagsnahe Erklärungsmöglichkeiten für die folgenden Begriffe“
- **Wörterbuch** – Wie erkläre ich... ?
- **Wiki**

Altersbedingte Einschränkungen

Erkenntnis

Eingeschränkte körperliche Fähigkeiten, z. B. das Sehvermögen (Sehschärfe, Hell-Dunkel-Anpassung, Farbsehen etc.), physiologische Fähigkeiten (z.B. Tastsinn, Muskeltonus etc.), den Gehörsinn und die Fingerfertigkeit betreffend. Auch **kognitive Veränderungen** schränken im Alter Wahrnehmung und Informationsaufnahme ein.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Neues Wissen mit langsamerem Tempo und vielen Wiederholungen vermitteln.
- Geduldig und verständnisvoll sein.
- Sitzgelegenheiten anbieten und auf ausreichend Ruhe achten.
- Lockere, angenehme Beratungsatmosphäre schaffen (z. B. Angst nehmen; wenn angebracht, Humor einsetzen; Menschlichkeit zeigen etc.).
- Geräte selbstständig ausprobieren lassen, für Fragen zur Verfügung stehen.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- In den Kunden/die Kundin hineinversetzen versuchen.
- Bei ausgedruckten Dokumenten, Einstellungs- oder Iconbeschriftungen mit bedenken, dass diese aufgrund der geringen Schriftgröße nicht gelesen werden können.
- Ältere Person in den Mittelpunkt stellen, wenn in Begleitung von Verwandten oder anderen Personen.

Ideen für die Vermittlung

- **Video** – Smartphone-Nutzung mit physischen Einschränkungen.
- **Workshop mit Age Explorer Anzug** im Rahmen der Ersteinschulung

Anschaffungsmotive

Erkenntnis

Anschaffung eines mobilen Endgeräts entweder aus **Eigenmotivation** oder durch „**Motivation von außen**“, d.h. ohne aktive Suche danach. Die zweite Gruppe hat allerdings eine viel geringere Motivation in Bezug auf die Lernbereitschaft und Problemlösungskompetenz und braucht daher mehr Unterstützung für den Einstieg.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Der Bedarfsanalyse besondere Aufmerksamkeit widmen, d.h. konkrete Vorstellungen, welche Funktionen ein Gerät bieten muss und welche nicht, berücksichtigen – SeniorInnen nicht automatisch das „Senioren-Handy mit den großen Tasten“ empfehlen.
- Geräte selbstständig ausprobieren lassen, für Fragen zur Verfügung stehen.
- Ausgehend von den Bedürfnissen älterer Personen (d.h. auch ausgehend von deren Kaufgründen) ein für die individuellen Anforderungen optimales Gerät vorschlagen.
- Anforderungen unbedingt ernst nehmen.
- Ältere Person in den Mittelpunkt stellen, wenn in Begleitung von Verwandten oder anderen Personen.
- Lebensweltnahe Funktionalitäten aufzeigen und erklären, wie z.B. das Benutzen von WhatsApp (oft ist nicht bekannt, welche Funktionalitäten es überhaupt gibt).

Ideen für die Vermittlung

- **Rollenspiel** bei Ersteinschulung
- **Beratungsgesprächstraining** mit Quality Coach
+ „Train the Trainer“
- **E-Learning-Einheit** – Simuliertes Rollenspiel (Aussage + mehrere mögliche Antworten)
- **Video** – Ablauf ideales Beratungsgespräch mit älteren Menschen

Hürden bei Inbetriebnahme & Erstinutzungsphase

Erkenntnis

Viele Seniorinnen und Senioren **schaffen die selbstständige Inbetriebnahme nicht** und sind damit allein gelassen. Dadurch entsteht bei der anfänglichen Nutzung von Smartphones und Tablets Angst, z.B. etwas „kaputt zu machen“ oder aus Unwissenheit zusätzliche Kosten zu verursachen.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Vermeiden zu „hetzen“ bzw. Druck aufzubauen und wenn möglich, Einrichtung des Gerätes vornehmen.
- Beratungsvorgang in mehrere Schritte bzw. auf mehrere Termine aufteilen, um eine Überforderung zu vermeiden.
- Auf die Vergrößerungsfunktion und weitere Bedienungshilfen hinweisen.
- SIM-Karte bereits im Shop einlegen.
- Hilfestellungen durch andere Menschen bzw. leicht verständliche Anleitungen werden sehr geschätzt.
- Seniorinnen und Senioren wollen mit ihren Kompetenzen, Fähigkeiten und Bedürfnissen ernst genommen werden.

Ideen für die Vermittlung

- **Beratungsgesprächstraining** mit Quality Coach
- **Schulung von Verkaufstrainern**
- **SeniorInnen beraten SeniorInnen**

Ideen für Infomaterialien

- **Checkliste** – wichtige Einstellungen für ältere Menschen / der Weg zur gestützten Inbetriebnahme
- **Infoblatt** mit Bedienungshilfen
- **Guide** „Erste Schritte“
- **Informationsmaterial** zu Schulungen

Anforderungen an Gebrauchsanleitungen

Erkenntnis

Seniorinnen und Senioren halten sich gerne an Gebrauchsanleitungen fest und bemängeln deshalb häufig, dass im Lieferumfang von Smartphones und Tablets keine gedruckte Gebrauchsanleitung enthalten ist.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Wissen, wie einfache und verständliche Hinweise für den Gebrauch zur Verfügung gestellt werden können (z.B. Kenntnis über vorhandene Dokumente, Anleitungen, etc.).
- Gebrauchsanleitungen ausdrucken und mitgeben, falls diese Anleitungen nur als PDF-Download zur Verfügung stehen.
- Auf mögliche Schulungsangebote in der Nähe hinweisen (A1 Internet für alle – Schulungen).
- Anregen kurze Notizen in eigenen Worten zu machen.

Ideen für Infomaterialien

- **Informationsmaterial** zu Schulungen
- **(Check)Liste** mit Beschreibung der häufigsten Probleme und Lösungswege

Sicherheitsbedenken (insbesondere Datenschutz & Kostenfallen)

Erkenntnis

Hinsichtlich der Themen **Datenschutz und Kosten** bei der Smartphone-, Tablet- und Internetnutzung wird ein **erhöhtes Problembewusstsein und Sicherheitsbedürfnis** gezeigt. Sorge um Datensicherheit und undurchsichtige Kostenstrukturen können im Extremfall bis zum Nutzungsverzicht führen.

Was können die MitarbeiterInnen mitnehmen

- Beim Gerätekauf sichere Einstellungen für die Kundin/den Kunden vornehmen (z.B. Standortabfrage deaktivieren, Roaming/GPS/Bluetooth deaktivieren, Mehrwertdienste deaktivieren, automatische Software-Updates aktivieren etc.).
- Ängste, wie etwa die Angst „Das Internet verursacht so viele Kosten“, relativieren (z.B. Gebührenmodelle erklären und gegebenenfalls geeignetere Tarife anbieten; erklären, welche Aktivitäten viel Datenvolumen verbrauchen (z.B. Videos)).
- Über Datenschutzrisiken aufklären und Tipps zur Risikominimierung geben (z.B. regelmäßiges Ausmisten von Apps, keine zu sensiblen Daten am Handy, etc.).
- Ängste in Bezug auf überteuerte, unnötige Tarife nehmen und auf passende Tarife hinweisen (□ vertrauensbildende Maßnahme).

Ideen für die Vermittlung

- **E-Learning-Einheit** – Datenschutz & Kostenfallen

Ideen für Infomaterialien

- **Checkliste** „Sichere Einstellungen“
- **Service-Video-Guide** „Sichere Einstellungen“