

**Leitfaden**  
zur  
**Zertifizierung von**  
**seniorenfreundlichen Einrichtungen/**  
**Institutionen und**  
**Dienstleistungseinrichtungen**  
**sowie Qualitätssiegelvergabe**  
**in Sachsen-Anhalt**

**KRITERIEN UND VERFAHREN**  
**ZUR**  
**ZERTIFIZIERUNG IM**  
**LAND SACHSEN-ANHALT**

**LSV**

LANDESSENIORENVERTRETUNG  
SACHSEN-ANHALT E.V.



# Inhalt

## Einführung durch die Vorsitzende der Landesseniorenvertretung Sachsen-Anhalt e.V.

- 1. Ziel und Nutzen der Zertifizierung für die Einrichtungen, Dienstleister und Seniorenvertretungen, Kooperationspartner**
- 2. Übergreifende Kriterien für Einrichtungen/Institution und Dienstleistungen**
- 3. Spezifische Kriterien für folgende Einrichtungen/Institution und Dienstleistungen**
  - 3.1 Einkaufsstätten/Einkaufszentren
  - 3.2 Wohnen
  - 3.3 Medizinische Praxen
  - 3.4 Apotheken
  - 3.5 Banken
  - 3.6 Kultureinrichtungen
  - 3.7 Restaurants
  - 3.8 Dienstleistungsanbieter
  - 3.9 Sonstige
- 4. Verfahren der Zertifizierung**
  - 4.1 Antragstellung
  - 4.2 Durchführung
  - 4.3 Bewertung/Punktevergabe
  - 4.4 Vergabe des Zertifikats und des Qualitätssiegels
  - 4.5 Geltungsdauer und Verlängerung
  - 4.6 Aberkennung
  - 4.7 Kosten
  - 4.8 Angleichungsprozess zu bisherigen Verfahren
- 5. Öffentlichkeitsarbeit**



## **EINFÜHRUNG durch die Vorsitzende der Landesseniorenvertretung Sachsen-Anhalt e.V.**

Der Blick auf die Statistiken macht den demographischen Wandel deutlich. Laut Statistischem Landesamt Sachsen-Anhalt waren im Jahr 2015 bereits 33,1% der Bevölkerung älter als 60 Jahre. Für das Jahr 2030 werden über 46% erwartet. Diese Zahlen zeigen deutlich, dass die über 60-Jährigen einen zunehmend relevanter werdenden Bevölkerungsanteil ausmachen.

In der öffentlichen Diskussion werden ältere Menschen überwiegend als „Kostenfaktor“ dargestellt, als der gesellschaftliche Teil, der aufgrund mangelnder Arbeitsproduktivität, sowie der Kosten für Krankheit und Pflege eine finanzielle Belastung für die Gesellschaft ist.

In den vergangenen Jahren hat sich diese Sichtweise allmählich verändert. Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit haben eine Position mit dem Blick auf die „Potenziale des Alters“ eingenommen.

Dabei geht es darum, Ressourcen älterer Menschen aufzuspüren und gesellschaftlich nutzbar zu machen. Studien haben gezeigt, dass ein nicht unerheblicher Teil älterer Menschen über ein mittleres oder sogar hohes monatliches Einkommen verfügt und eine Lebensgestaltung mit hohem Aktivitätsniveau hat. Insofern verfügen ältere Menschen über ein erhebliches Konsumpotenzial. Hier werden zunehmend neue Absatzmärkte gesehen und die Zielgruppe rückt allmählich in das Interesse der Wirtschaft. Wurden ältere Menschen als Verbraucher bislang eher vernachlässigt und in gängigen Marketingkonzepten als wenig interessante Konsumentengruppe bezeichnet, so entwickeln Marketingexperten nun in einigen Branchen Konzepte, wie ältere Menschen als Zielgruppe erreicht werden können, z.B. Markt der Generationen bei Edeka.

Die Perspektive auf ältere Menschen als Verbraucher ist daher differenziert zu betrachten. Auf der einen Seite ist die Zielgruppe weiterhin am Markt vernachlässigt. Ihre Bedürfnisse, Wünsche und Interessen werden in vielen Bereichen noch nicht berücksichtigt. Es mangelt an Produktangeboten und Dienstleistungen, die auf die Zielgruppe zugeschnitten sind und an einem bedarfsgerechten Umfeld.

Auf der anderen Seite wird in dem Maße, in dem die größer werdende Konsumentengruppe durch Anbieter entdeckt wird, auch der Markt an Produkten und Dienstleistungen für ältere Menschen generationsübergreifend zunehmen.

Ziel dieses Projektes ist die Schaffung eines Zertifikats "Seniorenfreundlicher Einrichtung/Dienstleister" und ein „Qualitätssiegel“ zur Kennzeichnung der Fachgeschäfte im Einzelhandel, Gaststätten, Kultureinrichtungen, Wohnungen und Cafés, Handwerksbetriebe oder sonstiger Dienstleistungen im Hinblick auf seniorengerechte Ausstattung, Warenangebot, Fachberatung und Service.

Die Schwierigkeiten unserer älteren Menschen mit altersbedingten Einschränkungen können sehr vielfältig sein. Von daher ist es auch ein Ziel dieses Projektes, die Unternehmen in dieser Hinsicht zu sensibilisieren. Somit dient das Zertifikat als Qualitätsmerkmal und Orientierungshilfe für ältere Menschen.

Bei bestandener Zertifizierung wird der Betrieb mit einer Qualitätssiegel und einem Zertifikat für einen seniorenfreundlichen Service ausgezeichnet.

Mit diesem Siegel können die Unternehmen ihre seniorengerechte Ausrichtung besser zur Geltung bringen. Einheitliche Kriterien, Bewertungen und die identische Plakette werten die Aktion auf, fördern den Wiedererkennungswert im Land Sachsen-Anhalt, sichern die Vergleichbarkeit und dienen gleichwohl der Werbung des jeweiligen Betriebes.

Einige Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe haben sich schon mit seniorenfreundlichen Service bzw. mit seniorengerechten Produkten und Dienstleistungen auf die veränderten Bedarfe eingestellt und profitieren davon.

**Diesen Trend wollen wir fördern und unterstützen!**

## 1. Ziel und Nutzen der Zertifizierung für die Einrichtungen, Dienstleister und Seniorenvertretungen, Kooperationspartner

### Wer Dienstleistungsqualität zu bieten hat, sollte sie auch zeigen.

Einrichtungen und Dienstleistungsbetriebe die einen Zertifizierungsprozess erfolgreich durchlaufen haben, erhalten ein Zertifikat und ein Prüfzeichen der Kommune und dem Land Sachsen-Anhalt. Dieses Prüfzeichen können Sie vielfältig in der Unternehmenskommunikation verwenden und sichern sich damit entscheidende Vorteile gegenüber den Mitwettbewerbern.

#### Das Ziel der Zertifizierung besteht darin:

- ⇒ Betonung der Kundenorientierung, speziell für die Gruppe der älteren Menschen
- ⇒ Verbesserung der Kundenzufriedenheit
- ⇒ Prozessorientierung und damit Praxisnähe
- ⇒ Produkt- und besonders Dienstleistungsqualität wird betrachtet
- ⇒ Ausrichtung des Qualitätsmanagement-Systems auf Angemessenheit und Wirksamkeit
- ⇒ Klare Vorgaben zur Qualitätsmanagement-Bewertung
- ⇒ Permanente Verbesserung und Fehlervermeidung

**Der Nutzen einer Zertifizierung** ist eindeutig: Jede Einrichtung, jeder Dienstleister und Unternehmen, welcher sich **zertifizieren** lässt, beweist seinen bisherigen bzw. den potentiellen Kunden, dass die **Anforderungen** erfüllt sind. Werden diese dann auch wirklich gelebt, bringt das sehr viele interne und externe Vorteile mit sich. Sie lassen sich zwar noch nicht gleich durch eine Umsatz-/Gewinnerhöhung beweisen, dafür kann man jedoch sehr leicht sehen, dass **Zertifizierungen** dabei zunehmend helfen, neue Kunden zu gewinnen.

#### Ein Zertifikat/Ein Qualitätssiegel

- ⇒ stellt ein wichtiges **Werbemittel** dar, insbesondere wenn man in der Branche einer der Ersten in diesem Bereich ist
- ⇒ erhöht ihr **Ansehen und ihre Außenwirkung**.
- ⇒ fördert durch den **Zertifizierungsprozess eine Optimierung** zur Erreichung der angestrebten Ziele
- ⇒ **verbessert Abläufe und Strukturen**
- ⇒ **erhöht die Qualität**, was der Kunde honoriert
- ⇒ **hilft Fehler und Risiken zu reduzieren bzw. zu vermeiden**
- ⇒ **Reklamationen** mindern und positiv nutzen
- ⇒ **Interne Abläufe transparenter** zu gestalten und besser zu strukturieren
- ⇒ erhöht die Kundenbindung durch Qualität
- ⇒ bescheinigt Ihre **Qualität gegenüber Kunden und Geschäftspartnern** durch den neutralen Nachweis eines Dritten und gibt Ihnen Sicherheit

- ⇒ kann Ihnen helfen **neue Märkte zu erschließen**, weitere Kunden zu gewinnen und alternative Vertriebs-, sowie Marketingstrategien zu gehen
- ⇒ erfasst mögliche Anforderungen von Kunden und Geschäftspartnern und haben bessere Chancen bei Ausschreibungen
- ⇒ beweist verantwortliches Handeln und *minimiert das Risiko von Fehlern und Reputationsschäden (Risikomanagement)*
- ⇒ minimieren nachweislich Kosten und Risiken durch den effizienten Umgang mit Ressourcen wie Zeit, Wissen usw.
- ⇒ macht Kundenorientierung, Leistungsfähigkeit sowie Ihre Qualität und Sicherheit werden für Außenstehende sichtbar
- ⇒ intensiviert die Kundenorientierung
- ⇒ unterstützt **kontinuierliche Verbesserungsprozesse**
- ⇒ fördert die **Ausweitung der Mitarbeiterkompetenz**
- ⇒ verbessert die **Einarbeitung und Weiterbildung der Mitarbeiter**
- ⇒ verbessert die **Lieferantenentwicklung** und außerdem die Qualität der Anlieferungen.

Bei der **Zertifizierung** geht es nicht um die exakte Umsetzung der einzelnen Anforderungen im Unternehmen – erfolgreiche Einrichtungen/Institutionen erfüllen die Anforderungen auch ohne **Zertifizierung**.

Jedes Unternehmen muss seine eigenen **Prozesse** und Vorgehensweisen finden und festlegen. Im zweiten Schritt sollen die Einrichtungen/Institutionen dann prüfen, ob die Anforderungen erfüllt sind.

Die **Zertifizierung** ist dabei nur ein kleiner Zwischenschritt, damit das Projekt **Normerfüllung** bis zur **Zertifizierung** nicht zu einem unendlichen Projekt wird.

Wenn die **Zertifizierung** von Managementsystemen sinnvoll umgesetzt wird, setzt die Firma eine **kontinuierliche Verbesserung** in Gang.

## 2. Übergreifende Kriterien für Einrichtungen/Institution und Dienstleistungen

In Auswertung aus Erfahrungen von Kommunen und Einrichtungen sowie einschlägiger Literatur wurden folgende **übergreifende Kriterien** zur Zertifizierung zu Grunde gelegt.

Sie enthält Punkte, welche für die Beurteilung des Bewerbers herangezogen werden, wenn es um die Zertifizierung geht.

Diese nachfolgend aufgeführten übergreifenden Kriterien werden für alle Einrichtungen/Institutionen und Dienstleistungen Grundlage bei der Bewertung sein:

- Stufenloser Zugänge, Rampen, Aufzüge, Handläufe, Technische Hilfen
- PKW-Stellplätze
- Türen und Durchgänge entsprechende Breite und Bewegungsflächen
- Toiletten (barrierefrei und behindertengerecht, Notklingel, Ausschilderung, Beleuchtung und Sauberkeit)
- Sitzmöglichkeiten
- Lesbare Beschriftungen, Piktogramme
- Informationen und Weiterbildung des Personals zur freundlichen fachkundigen Beratung, Bedienung und Unterstützung (fürsorgliche Grundhaltung) ohne Zeitdruck
- Telefonische Erreichbarkeit und E-Mail-Adressen
- Hinweise zur Erreichbarkeit/Anfahrt
- Beratungen in Einrichtungen und zu Hause
- Formen der Bezahlung (Bar, EC, Rechnung, Ratenkauf u.a.)
- Rauchfreie Zonen
- Rutschfreier Bodenbelag
- Klingel- und Sprechanlagen
- Kostenloses Trinkwasser
- Kostenloser Taxiruf
- Erkennbare spiegelfreie Glastüren

### 3. Spezifische Kriterien für Einrichtungen/Institution und Dienstleistungen

#### 3.1 Einkaufsstätten/Einkaufszentren

Es gelten die übergreifenden Kriterien und weitere spezifische Kriterien:

##### *Waren- und Leistungsangebot*

- Gut ausgeschildert
- Lesbare Schilder, Preise, AGB
- Angebotspreis auf Anfrage

##### *Personal/Beratung*

- Freundlich, fachgerecht, hilfsbereit
- Verständlich, deutlich (Artikulation und Lautstärke)
- Mitarbeiter kennen die Kriterien für seniorenfreundlichen Service
- Hilfe beim Ausfüllen von Formularen
- Beratung zu Hause

##### *Liefer- /Bringeservice*

- Hilfe beim Beladen
- mit Vergütung
- ohne Vergütung (bei angemessenem Mindestumsatz)

##### *Sonstige Kriterien*

- Anbindung an den ÖPNV
- Gepäckaufbewahrung
- Abstellplätze für Rollatoren
- Entsorgung von Verpackungen
- Lautstärke, langsames verständliches Sprechen
- Bereitstellung von Lupen
- Übersichtliche Warenpräsentation



## 3.2 Wohnen

### Die „seniorenfreundliche“ Wohnung ...

- hat mind. 1 ½ - 3 ½ Räume (gerne Schlafzimmer extra)
- liegt zentral oder ist durch öffentliche Verkehrsmittel gut angebunden
- hat einen barrierefreien (ebenerdigen) Zugang bzw. Hauseingang
- besitzt einen ebenen Boden (keine Tritte, Kanten oder „Stolperfallen“ in der Wohnung)
- hat, wenn sie nicht im Erdgeschoss liegt, einen Fahrstuhl
- hat ein „barrierearmes“ Bad (z.B. Dusche möglichst ebenerdig, erhöhte Toilette, Haltegriffe etc.)
- hat ein „großes“ Bad (Bewegungsfreiraum für Rollator, Rollstuhl)
- hat breite Türen (mind. 1,00 m) und Flure (Bewegungsfreiraum für Rollator, Rollstuhl)
- bietet Service wie Treppenhausreinigung, Mülltonnen zur Straße, Schneefegen etc.
- verfügt über einen Abstellraum in der Wohnung (Keller eher nicht erforderlich)
- weist eine Sicherheitsausstattung/ einbruchshemmende Gestaltung auf (wie z.B. Gegensprechanlage, Spion, Sicherheitsschlösser, Riegel)

*Wünschenswert wäre/n außerdem...*

- Balkon oder eine Terrasse
- Abstellmöglichkeit für Rollatoren/ Gehhilfen
- Steckdosen und Lichtschalter in angemessener Höhe und Platzierung
- rutschhemmender Boden (wenn zur Wohnung gehörend)
- „große“ Fenster (hell, viel Tageslicht, leichtgängig, einfache Reinigung möglich)
- Wasseranschluss für Waschmaschine und Trocknungsmöglichkeit in der Wohnung,
- wenn der Keller/ die Waschküche nicht barrierefrei ist

## 3.3 Medizinische Praxen

Es gelten die übergreifenden Kriterien sowie spezifische Kriterien, wie:

- Untersuchungsmöbel höhenverstellbar/flexibel
- Gebärdensprache
- Orientierungshilfen für Sehbehinderte
- Praxis ist barrierefrei
- Leichte Sprache für Menschen mit Lernschwierigkeiten
- Kann ich die Praxis gut erreichen?
- Werde ich in der Praxis freundlich und respektvoll behandelt?
- Wartebereich für Patienten

- Anmeldung mit Diskretionsbereich
- Untersuchungs- und Behandlungsräume
- Handwaschbecken in den Behandlungsräumen
- Getrennte Toiletten für Patienten und Praxisbetreiber/Personal
- Nimmt meine Ärztin/mein Arzt mich und mein Anliegen ernst?
- Werden in der Praxis meine Persönlichkeit und meine Intimsphäre respektiert?
- Erhalte ich eine verständliche und neutrale Aufklärung, Information und Beratung?
- Bekomme ich Hinweise auf weiterführende verlässliche Informationsquellen und Beratungsangebote?
- Bezieht meine Ärztin/mein Arzt mich und meine Wünsche in alle Entscheidungen ein?
- Akzeptiert meine Ärztin/mein Arzt, dass ich im Zweifelsfall eine zweite Meinung einholen möchte?
- Wird in der Praxis der Schutz meiner persönlichen Daten gewahrt?
- Kann ich erkennen, ob meine Ärztin/mein Arzt und das Mitarbeiterteam an Fortbildungsveranstaltungen und Qualitätsprogrammen teilnehmen?
- Wird in der Praxis auf möglichst große Sicherheit bei meiner Behandlung geachtet?
- Erhalte ich ohne Probleme Zugang zu meinen Patientenunterlagen?
- Kooperiert die Praxis mit anderen Ärztinnen/Ärzten?

### **3.4 Apotheken**

Es gelten die übergreifenden Kriterien sowie spezifische Kriterien, wie:

- Wie schaffen Sie Diskretion in Beratungssituationen?
- Wie stellt sich das Apothekenpersonal auf die besonderen Anforderungen in der Beratung ein?
- Welche Unterstützung bekommen Senioren für den Aufenthalt in Ihrer Apotheke (Sitzgelegenheiten usw.)?
- Was ist notwendig, damit Ihre Apotheke auch für Menschen mit nachlassenden Sinnesfunktionen attraktiv ist?
- Ist das Sortiment auf die Bedürfnisse von älteren Menschen abgestimmt?

- Welches Dienstleistungsangebot ist insbesondere für Seniorinnen und Senioren attraktiv?
- Für welche funktionellen Einschränkungen bietet Ihre Apotheke alltags taugliche Hilfestellungen an?
- Gibt es einen eine gute Anbindung an Selbsthilfegruppen stärkt die Eigenverantwortung des Patienten und verbessert die Vernetzung der Apotheke mit ihren Kunden und dem sozialen Umfeld?
- Gibt es einen Zustelldienst?
- Sind Bestellungen per Telefon, Fax, Email oder Smartphone möglich?

### 3.5 Banken

Bauliche Voraussetzungen sind die übergreifenden Kriterien anzuwenden.

- Viel wichtiger aber ist hier das Personal. Senioren schätzen u.a. ältere Mitarbeiter, weil sie diese schon lange kennen und sie zu ihnen Vertrauen aufgebaut haben. Wichtig ist, dass sie ihre Kunden auch gleich mit ihrem Namen begrüßen. Besonders gute Mitarbeiter kennen dann sogar die entsprechenden Kontonummern auswendig. Müssen junge Kollegen nachrücken, dann sollte man darauf achten, dass diese ebenfalls wieder für einen längeren Zeitraum in gleicher Position bleiben und sich erneut ein Vertrauensverhältnis aufbauen kann. Wichtig ist eine gut verständliche nicht zu schnelle Sprache mit geduldigen Wiederholungen!
- Viele Transaktionen im Finanzsektor erfordern Beratung. Da viele Senioren schlecht hören, wollen sie diese nicht in Schalterräumen, weil dort zu viele Nebengeräusche sind und wenn lauter geredet wird, dann auch die Diskretion nicht mehr gewährt wird. Also wird man auf diese Besonderheiten auch durch räumliche Gestaltung Rücksicht nehmen müssen.
- Ein weiteres großes Problem ist das Merken von PINs. Viele Senioren sind damit überfordert und greifen dann zu Hilfsmitteln, die sie viel Geld kosten können, z.B. nämlich das Aufschreiben von PINs. Hier ist eine moderne Neuorientierung z.B. mit Hilfe von Körperdaten (Biometrie), wie z.B. dem Fingerabdruck, längst überfällig.
- Viele ältere Kontoauszugsdrucker haben ein ganz jämmerliches Druckbild und die Auszüge sind für Senioren - auch mit Brille - fast unleserlich!
- Generell sind die meisten Kontoauszüge ein Problem. Kleine Schrift, kleines Format, schlechter Kontrast des Drucks, unverständliche Abkürzungen, sie alle unterstützen nicht gerade, dass die Senioren über ihren Finanzstatus auch Bescheid wissen. Es macht daher durchaus Sinn als Dienstleistung eine Statusaufnahme anzubieten und Kontoauszüge zu vergrößern.

- Hat jemand sein ganzes Vermögen in sein Haus gesteckt, dann ist die "umgekehrte Hypothek" ein seniorenfreundliches Produkt, wenn fair gerechnet wird. Man verkauft sein Haus an die Bank in Kooperation mit Wohnungsbaufirmen, wohnt aber weiterhin darin und bekommt dafür eine Rente.
- Bei allen Senioren-Angeboten ist auf Einfachheit zu achten. Nur dann werden die Kunden sie verstehen und nur wer ein Produkt versteht, kauft es auch. Auch das Vermögens-Portfolio sollte regelmäßig auf Alterstauglichkeit untersucht werden und - wenn es möglich ist - dabei vereinfacht werden.
- Bankangebote sollten auch die Reisefreudigkeit von Seniorinnen und Senioren unterstützen, z.B. mit preiswerte Kreditkarten, Bargeldversorgung auch außerhalb des Wohnortes und billigen Auslandsüberweisungen, wenn jemand z.B. im Süden überwintert.
- Manche alte Menschen hassen es zu warten, nicht weil sie keine Zeit hätten, sondern weil das Stehen Probleme macht, jemand dringend eine Toilette aufsuchen muss oder weil sie sich nicht mehr respektiert vorkommen. Gute Dienstleister vereinbaren deshalb Termine und beginnen dann auch pünktlich.
- Warten wird dann gut akzeptiert, wenn es Unterhaltung bietet oder die Möglichkeit der Kommunikation. Lässt sich das Warten nicht vermeiden, dann sollte man alternativ dabei sitzen können und es sollte auch gut sichtbar die nahe Toilette ausgeschildert sein.
- Völlig unüblich sind im Banksektor Hausbesuche mit Ausnahme der Besuche in Altersheimen. Was die Gründe dafür sind, kann nicht gesagt nicht. Diese könnten aber unbeweglich gewordene Kunden stark entlasten, auch wenn die Kosten dafür hoch sein werden. Einmal pro Monat jemand Vertrauter der kommt, das Bargeld mitbringt und alle aufgelaufenen Rechnungen anschaut und bezahlt, das wäre wirklich ein Super-Senioren-Service.

### 3.6 Kultureinrichtungen

Es gelten die übergreifenden Kriterien und spezifische Kriterien, wie:

- Beratung von Gruppen, Vereinen und Einzelpersonen
- Zusammenarbeit mit Gruppen, Vereinen und Einzelpersonen
- Veranstaltungen für ältere Menschen oder generell generationsübergreifend?
- Preisvergünstigungen für ältere Menschen

### 3.7 Restaurants

Es gelten die übergreifenden Kriterien und spezifische Kriterien, wie:

#### **Personal**

- Eine weitere wichtige Hauptkategorie, welcher in jedem Restaurantführer Beachtung geschenkt wird, ist die Bewertung des Personals. Dabei ist es wichtiger, dass sich die

Bewertung stets auch am Typ des Lokals und der Region orientiert.

Befindet man sich beispielsweise auf einer dörflichen Gaststätte, dann führt es zu keinen Abzügen, wenn die Begrüßung durch den Kellner beispielsweise sehr persönlich ausfällt.

- Unter diesem Sammelpunkt werden dann Aspekte wie die Begrüßung, Aufmerksamkeit und Freundlichkeit bewertet. Erst wenn man als Gast relativ schnell und freundlich begrüßt und sich darüber hinaus noch angemessen um das leibliche Wohl gekümmert wird, kann man als Restaurantinhaber in diesem Bereich auf gute Bewertungen hoffen.

### **Qualität der Speisen und Getränke**

- Die wohl wichtigste Kategorie, welche in jedem Restaurantführer deutlich stärker bei der Endbewertung berücksichtigt wird, ist allerdings die Qualität der Speisen und Getränke.
- Um die Qualität dieser objektiv messen zu können, setzen viele Restaurantführer auf eine Reihe von Testbereichen. Diesen ist beispielsweise die Menge, der Geschmack und die Präsentation zuzuordnen.
- Ebenso wichtig sind häufig aber auch noch die Wartezeit auf das Essen, die Temperatur mit welcher dieses serviert wird und das Timing – also ob alle Gäste an einem Tisch gleichzeitig bedient werden.
- Ist das Speisenangebot auch als „Kleine Portion“ erhältlich?
- Ist die „Kleine Portion“ auf der Speisekarte preislich ausgezeichnet?
- Wird Diätkost angeboten?
- Werden andere diätische Getränke angeboten?

### **Preis-Leistungsverhältnis**

- Letztlich schlägt sich auf die Gesamtwertung bei den meisten Restaurantführern auch noch das Preis-Leistungsverhältnis nieder.
- Insgesamt gibt es eine Vielzahl von Kategorien, welche es Restaurantführern ermöglichen sollen, wirklich einen umfassenden Eindruck über die Qualität eines Restaurants zu erhalten.

## **3.8 Dienstleistungsanbieter**

Es gelten die übergreifenden Kriterien und spezifische Kriterien, wie:

- Anruf Mo – Fr. nicht vor 8.30 Uhr
- Kostenvoranschlag verständlich und gut lesbar
- Kostenvoranschlag eindeutig, wenig erklärungsbedürftige Fachwörter
- Persönliche Erläuterung
- Preisliche Varianten im Angebot
- Qualität der Leistung
- Zuverlässige Terminabsprachen
- Persönlicher Umgang
- Beratung im Haus des Kunden

## **3.9 Sonstige**

## 4 Verfahren der Zertifizierung

### 4.1 Antragstellung

Das Antragsformular ist der Anlage 1 zu entnehmen.

### 4.2 Regeln für Auditoren im Rahmen des Zertifizierungsverfahrens

Als Auditorin oder Auditor eine Einrichtung/Institution oder Dienstleistung zu bewerten und zu prüfen, ist eine verantwortungsvolle Aufgabe, welche die volle Aufmerksamkeit sowie Konzentration erfordert.

- a) Um dieses Amt auszuüben bedarf es der Bewusstheit über die Konsequenzen der Bewertungen.
- b) Dazu braucht man Kenntnisse über die betrieblichen Gegebenheiten für die Kunden und für die Betreiber. Diese kann man durch Befragung und Beobachtung bei beiden Seiten und durch Erfahrungsaustausch mit (möglichst erfahreneren) Kolleginnen und Kollegen erwerben.
- c) Es gehört ein sorgfältiges Abwägen der jeweiligen Möglichkeiten und Anstrengungen der beiden Seiten dazu, das Ziel „Seniorenfreundliche Einrichtung/Service“ realistisch zu erreichen.
- d) Eine fürsorgliche Grundhaltung für den älteren oder eingeschränkten Kunden sollte die Auditorin, der Auditor, ebenso aufbringen, wie für die Partner aus Handel, Dienstleistungsbetrieben und sonstigen Einrichtungen mit Publikumsverkehr (Banken, Behörden, Krankenkassen, ...) und Handwerk.
- e) Diese fürsorgliche Grundhaltung schließt auch den Mut und die Notwendigkeit ein, Schwachstellen in einer nicht verletzenden Weise anzusprechen. Wenn die notwendige Punktzahl bei der Bewertung nicht erreicht wird, ist auch dies in förderlicher Weise anzusprechen, um den Bewerber zu möglichen Verbesserungen für eine Nachbesichtigung anzuregen.
- f) Gehen Sie bei notwendiger Darstellung von Mängeln sehr behutsam vor.
- g) Erweitern Sie bei jeder sich bietenden Gelegenheit Ihr Instrumentarium an Kommunikationstechniken als Auditorin / Auditor und pflegen Sie den Erfahrungsaustausch.

### 4.3 Durchführung der Zertifizierung

fd. Nr.	Verfahrensschritt	Bem.
1	Information über das Verfahren und die Kriterien für die Zertifizierung innerhalb der Seniorenvertretungen	
2	Ehrenamtliche HelferInnen als AuditorInnen für die Zertifizierung gewinnen!	

3	Vereinbaren Sie einen Termin gemeinsam mit dem Verantwortlichen der Seniorenvertretung und informieren Sie Ihren Bürgermeister über das Verfahren und bitten die Verwaltung um Unterstützung der ehrenamtlichen Helfer aus Stadt- und Kreissenorenrat.	
4	Informieren Sie alle Interessierten über die Möglichkeiten der Zertifizierungen.	
5	Verteilen Sie die den Leitfaden/Flyer mit dem Angebot zur Bewerbung und der Kriterien Liste an die potentiellen Bewerber in Ihrem Zuständigkeitsbereich und laden Sie sie zur Teilnahme ein.	
6	Geben Sie in Abstimmung / Kooperation mit Verwaltung, Gewerbe und Handwerkerschaft eine lokale Pressemitteilung heraus.	
7	Registrieren Sie alle Bewerbungen aus Ihrer Kommune in einer Liste / Tabelle.	
8	Sorgen Sie dafür, dass sich die örtlichen AuditorInnen mit den Bewerbern abstimmen. Führen Sie die Prüfungen zur Zertifizierung (oder Ablehnung!) mit Ihren örtlichen AuditorInnen durch.	
9	Ermöglichen Sie abgelehnte Bewerber zu Verbesserungen im Sinne der Seniorenfreundlichkeit und führen Sie nach erfolgten Verbesserungen erneute Zertifizierungen durch.	
10	Schlagen Sie vor, dass nach der ersten Runde von Zertifizierungen in Ihrer Stadt/Gemeinde eine öffentliche Veranstaltung zur Übergabe der Zertifikatsurkunden abgehalten wird und bereiten Sie dazu Urkunden und Qualitätssiegel vor.	
11	Nutzen Sie die Zertifizierungen für eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Kommune und der örtlichen Seniorenvertretung und belohnen Sie die erfolgreichen Teilnehmer durch Veröffentlichungen (z. B. auf Ihrer Homepage).	
12	Für die Zertifizierung von Handwerksbetrieben sind Rückmeldungen/Beurteilungen von Kunden zu erfassen und gemeinsam mit einer Vertrauensperson aus der Handwerkerschaft zu bewerten, bevor ein entsprechendes Zertifikat erteilt werden kann.	
13	Die Teilnahme an dieser Aktion ist absolut freiwillig.	
14	Organisieren Sie einen Erfahrungsaustausch unter den Auditoren.	

#### 4.4 Bewertung/Punktevergabe

Nach Bekundung des Interesses und Antragstellung einer Zertifizierung an die zuständige Kreissenorenvertretung besuchen mindestens ein Mitglied der Kreissenorenvertretung und ein Mitglied des örtlichen Seniorenbeirates oder mit der jeweiligen Kommune das Unternehmen und überprüfen anhand der Kriterien für den jeweiligen Bereich bzw. "Dienstleistung" die Geschäftsräume und führen ein Informationsgespräch. Die Besichtigung

erfolgt nach telefonischer Terminvereinbarung. Nach dem Informationsgespräch geben die Vertreter der teilnehmenden Seniorenvertretungen eine schriftliche Einschätzung ab. Auf dieser Grundlage entscheidet die Kreissenorenvertretung oder eine beauftragte Einrichtung durch Beschluss über die Vergabe des Zertifikates und/oder des Qualitätssiegels an den jeweiligen Antragsteller.

### Tabelle mit Punktebewertungen

Kriterien	ja	nein	Punkte
<b>Übergreifende Kriterien</b>			
- Stufenloser Zugänge, Rampen, Aufzüge, Handläufe, Technische Hilfen			
- PKW-Stellplätze			
- Türen und Durchgänge entsprechende Breite und Bewegungsflächen			
- Toiletten (barrierefrei und behindertengerecht, Notklingel, Ausschilderung, Beleuchtung und Sauberkeit)			
- Sitzmöglichkeiten			
- Lesbare Beschriftungen, Piktogramme			
- Informationen und Weiterbildung des Personals zur freundlichen fachkundigen Beratung, Bedienung und Unterstützung (fürsorgliche Grundhaltung) ohne Zeitdruck			
- Telefonische Erreichbarkeit und E-Mail-Adressen			
- Hinweise zur Erreichbarkeit/Anfahrt			
- Beratungen in Einrichtungen und zu Hause			
- Formen der Bezahlung (Bar, EC, Rechnung, Ratenkauf u.a.)			
- Rauchfreie Zonen			
- Rutschfreier Bodenbelag			
- Kostenloses Trinkwasser			
- Kostenloser Taxiruf			
- Klingel- und Sprechanlagen			
- Erkennbare spiegelfreie Glastüren			

#### 4.5 Vergabe des Zertifikats und des Qualitätssiegels

Die Unterschrift und die Übergabe des Zertifikats erfolgt durch Mitglieder der Kreissenorenvertretungen. Empfehlenswert gemeinsam mit Vertretern der Kommune. (Wird durch Beschluss der Kreissenorenvertretung festgelegt.)

Das Qualitätssiegel wird durch ein Mitglied der Landessenorenvertretung Sachsen-Anhalt e.V. verliehen. Es sollten Möglichkeiten in einer öffentlichen Veranstaltung unter Einbeziehung der Mediengenuzt werden.



#### *4.6 Geltungsdauer und Verlängerung des Zertifikats und des Qualitätssiegels*

Das Zertifikat gilt für 3 bis 5 Jahre (Die Dauer legt der Vorstand der Kreissenorenvertretung mit Beschluss fest) ab Beschlussfassung durch die Kreissenorenvertretung. Eine Verlängerung der Gültigkeit des Zertifikats ist ausdrücklich erwünscht und erfordert eine erneute Besichtigung und ein Informationsgespräch durch ein Mitglieder der Kreissenorenvertretung und ein Mitglied des Seniorenbeirates der jeweiligen Kommune. Das Verfahren erfolgt analog zur Erstzertifizierung und ist frühestens 3 Monate vor Ablauf der Gültigkeit des bestehenden Zertifikats möglich.

#### *4.7 Verwendung des Zertifikates bzw. des Qualitätssiegels*

Einrichtungen und Unternehmen, denen das Zertifikat und das Qualitätssiegel verliehen wurden, erhalten das Recht, dieses für Außenwerbung einzusetzen (z. B. deutlich sichtbar am Eingang, im Eingangsbereich für Prospekte oder Anzeigen, im Internet oder auf Fahrzeugen).

#### *4.8 Aberkennung des Zertifikats und des Qualitätssiegels*

Sollten während der Gültigkeit des Zertifikates Kriterien nicht mehr erfüllt werden, können das Zertifikat und die damit verbundenen Nutzungsmöglichkeiten aberkannt werden. Dazu ist durch die zuständige Seniorenvertretung eine Überprüfung vorzunehmen und eine Begründung der Aberkennung zu erstellen. Die Entscheidung erfolgt durch Beschluss. Hinweise aus der Bevölkerung sind zu beachten.

#### *4.9 Finanzierung der Zertifizierung*

Die Finanzierung für die Zertifizierung (Erstzertifizierung bzw. wiederholende Zertifizierung) wird durch die Kreissenorenvertretung festgelegt.  
Das Qualitätssiegel ist in der Landessenorenvertretung zu beantragen und zu finanzieren.

#### *4.10 Ausschluss des Rechtsanspruchs auf Zertifizierung*

Es besteht kein Rechtsanspruch auf Zuerkennung der Zertifizierung und Verleihung des Qualitätssiegels.

#### *4.11 Angleichungsprozess zu bisherigen Verfahren*

Die bisher vergebenen Zertifikate sind entsprechend ihrer Geltungsdauer gültig. Danach sollte nach dem vorliegenden Leitfaden und dessen Kriterien zertifiziert werden.

Anlage 1

**Antrag auf Zuerkennung des Zertifikats "Seniorenfreundliche  
Einrichtung/Dienstleistung" mit Qualitätssiegel  
im Land Sachsen-Anhalt**

Adresse und Ansprechpartner  
der Kreissenorenvertretung

Ich will / Wir wollen am Projekt zur Zertifizierung zur "Seniorenfreundliche Einrichtung/zum  
Seniorenfreundlicher Service" mit Qualitätssiegel im/in (Ort/Kreis).....  
teilnehmen und bitte um Zertifizierung unserer Einrichtung:

**Name der Einrichtung\*:** .....  
.....

**Ansprechpartner\*:** .....

**Telefon\*:** .....

**E-Mail oder Fax\*:** .....

Datum: .....

Unterschrift und Stempel: .....

\*Alle Angaben werden vertraulich behandelt und dienen ausschließlich zur Vorbereitung der  
Zertifizierung.

## Anlage 2

### **URKUNDE ÜBER DIE ZERTIFIZIERUNG**

Die Urkunden werden von den Kreissenorenvertretungen evtl. gemeinsam mit den Kommunen angefertigt und ausgestellt.

## Anlage 3

### **EINHEITLICHES QUALITÄTSSIEGEL**

Das Qualitätssiegel wird gemeinsam Kreis- und Landessenorenvertretung vergeben.



## **IMPRESSUM**

### **Herausgeber**

Landesseniorenvertretung Sachsen-Anhalt e.V.  
Widderstraße 1  
39118 Magdeburg

### **Redaktion:**

Arbeitsgruppe der Landesseniorenvertretung  
unter Leitung von  
MR' in a. D. Angelika Zander

Ausgabe 12/2017

### **Druck**

Druckerei Fricke  
Langer Weg 67  
39112 Magdeburg

Gefördert durch: Ministerium für Arbeit, Soziales und Integration  
des Landes Sachsen-Anhalt

