

Zielgruppengerechte Angebote

## SILVER AGER

Senioren sind sehr **selbstbewusste Kunden**. Sie wissen genau, was sie von einer professionellen Fußpflege erwarten dürfen. Werden ihre **Ansprüche** erfüllt, sind sie sehr loyal

# W

Wie sieht Ihre Kundenstruktur aus? Welche Altersgruppe überwiegt? Vermutlich sind es die Senioren, denn der demografische Wandel ist in Deutschland längst spürbar. Nach Prognosen des Statistischen Bundesamts wird 2060 jeder

dritte Einwohner über 65 Jahre alt sein – eine Entwicklung, auf die wir uns alle einstellen müssen.

Das Gute: Ältere Menschen kommen regelmäßiger zur Fußpflege als jüngere. Das liegt zum einen daran, dass sich mit fortschreitendem Alter auch die Fußbeschwerden häufen, zum anderen sind sie in der Regel sehr treue und loyale Kunden, wenn sie mit der Leistung zufrieden sind. Dennoch sollten Sie diesen Kundenkreis nicht als selbstverständlich betrachten, denn eines ist gewiss: Diese Kunden sind gut informiert, kennen die einschlägigen Produkte und wissen meist sehr genau, was sie benötigen.

### **Einfühlungsvermögen ist gefragt**

Grundsätzlich haben alle Kunden den Anspruch, individuell und persönlich betreut zu werden. Bei älteren Kunden ist allerdings etwas mehr Fingerspitzengefühl gefragt. Erfreulicherweise bleiben viele bis ins hohe Alter fit und mobil – es gibt aber auch einen hohen Anteil an pflegebedürftigen Menschen. In einer Podologiepra-



xis werden Sie wahrscheinlich häufiger mit Problemfällen konfrontiert als in einem Kosmetikinstitut. Stellen Sie sich individuell auf die Kunden und ihre alters-typischen Bedürfnisse und Gebrechen ein, z.B. Mobilitätseinschränkungen, Seh- und Hörschwächen oder Vergesslichkeit. Begegnen Sie ihnen mit Geduld und Respekt. Wichtig ist, dass Sie älteren Kunden nicht das Gefühl vermitteln, sie seien hilfsbedürftig.

Nehmen Sie sich vor allem Zeit. Erläutern Sie Ihre Arbeitsschritte mit einfachen Worten, vermeiden Sie eng-

lische Modewörter und Fachbegriffe. Und planen Sie auch ein paar Minuten für ein persönliches Gespräch ein. Was für Sie vielleicht nur belanglose Alltagserlebnisse sind, ist für Ihre Kunden oft das Tagesgeschehen, über das sie mit niemandem sonst reden können, da sie vereinsamt sind. Ein seniorenfreundlicher Umgang erfordert Einfühlungsvermögen, gepaart mit einem guten Zeitmanagement. Dokumen-



Heutzutage sind viele Menschen auch im fortgeschrittenen Alter noch fit, mobil und beweglich

tieren Sie gründlich alle bestehenden Erkrankungen und die Medikamenteneinnahme. Notieren Sie sich auf alle Fälle auch die Telefonnummer und Anschrift des behandelnden Arztes (Hausarzt). Eine ausführliche Anamnese ist die Basis für Ihre weitere Arbeit.

### **Altersbedingte Fußprobleme**

In fortgeschrittenem Alter treten bestimmte Beschwerden mit einer

höheren Wahrscheinlichkeit auf. Achten Sie auf Veränderungen an Haut und Nägeln und erläutern Sie diese den Kunden. Das schafft Verständnis und Vertrauen. Bei älteren Menschen wachsen Nägel zum einen deutlich langsamer, zum anderen sind sie meist

brüchiger als bei jüngeren Menschen. Fingernägel werden auffällig dünn (Altersatrophy), Zehennägel eher dicker. Auch die Nagelplatte weist Veränderungen auf. Sie ist nicht mehr glatt und glänzend, sondern erscheint eher leicht aufgeraut und rillig. Die Nägel weisen eine Tendenz zur Trockenheit auf und benötigen intensive Pflege, z.B. mit einem Nagelöl.

Auch verschiedene Krankheiten, z.B. Diabetes, Herzleiden, Gicht, Arthrose und Gefäßveränderungen, fördern Nagelveränderungen. Wichtig ist insbesondere eine ausreichende Nagelpilzvorbeugung, gerade wenn der Kunde sich oft im feucht-warmen Milieu aufhält. Auch die Haut verändert sich im Alter. Sie wird dünner und automatisch trockener. Hyperkeratosen sind daher nicht selten. Daher benö-



[www.beauty-forum.com/  
akademie](http://www.beauty-forum.com/akademie)

#### **DOWNLOADS**

Tipps zu Pflege und Ernährung können Sie sich unter den Stichwörtern „Hautpflege im Alter“ herunterladen.

#### **THEMENPORTAL**

Was lässt uns altern?  
Wie kann der Körper länger jung aussehen? Antworten können Sie im Beitrag „Länger jung aussehen“ online lesen.

#### **FORUM**

Unter dem Stichwort „Fußpflege“ können Sie online mit Kolleginnen diskutieren.

## ZIELGRUPPENGERECHTER SERVICE

- Nehmen Sie sich ausreichend Zeit für Ihre Kunden.
- Leisten Sie individuelle Aufklärung, was das Haut- oder Nagelbild des Kunden betrifft.
- Geben Sie dem Kunden bei Bedarf eine Broschüre mit, die seine Fußbeschwerden und die geeigneten Behandlungsmethoden erläutert
- Formulieren Sie möglichst in der deutschen Sprache und verzichten Sie auf fremdsprachige Begriffe. Erläutern Sie Fachbegriffe.
- Wenn Sie eigene Broschüren erstellen, achten Sie auf eine große Schrift und gute Lesbarkeit.
- Auch Ihre Preisliste sollte klar lesbar und gut verständlich sein.
- Werben Sie bedarfs- und situationsgerecht, um diese Zielgruppe für Ihre Angebote und Produkte zu begeistern.



tigt sie besonders viel Pflege. Häufige Fußbäder, die die Haut zusätzlich austrocknen können, sollten vermieden werden. Falls der Kunde dennoch gerne täglich sein Fußbad nehmen möchte, empfehlen Sie ihm rückfettende Badezusätze oder Ölbäder. Bei starken Verhornungen wiederum eignen sich Fußbäder mit hornhautreweichenden Zusätzen. Nach dem Fußbad ist die Pflege mit einem individuell auf den Hauttyp abgestimmten Produkt sehr wichtig. Das kann z.B. eine Pflegesalbe oder Schaumcreme sein. Die Pflegeprodukte sollten schnell in die Haut einziehen und keine Rückstände hinterlassen, so dass das anschließende Anziehen der Strümpfe, speziell auch bei Kompressionsstrümpfen, kein Problem für die Kunden darstellt.

Auch wenn Sie „nur“ kosmetische Fußpflege anbieten und Ihre Kunden bei krankhaften Veränderungen an einen Spezialisten verweisen, leisten Sie durch regelmäßige Inspektion, intensive Pflege und ausführliche Bera-

tung einen sehr wichtigen Beitrag, die Füße Ihrer Kunden gesund zu erhalten.

## Die Mobilität bewahren

Gesunde und kräftige Füße, die gut und ausdauernd stehen und gehen können, sind äußerst wichtig, wenn man auch im Alter mobil bleiben möchte. Dies sollten Sie Ihren Kunden immer wieder vor Augen führen. Doch regelmäßige Besuche bei der Fußpflege allein reichen nicht aus – die Compliance und Pflege zu Hause mit auf den Hautzustand abgestimmten Pflegeprodukten ist mindestens genauso wichtig.

Gehen Sie am besten noch einen Schritt weiter und sprechen Sie mit Ihren Kunden auch über geeignetes Strumpf- und Schuhwerk, z.B. bequeme Schuhe aus weichem Material ohne Nähte im Innenbereich und mit viel Freiraum für die Zehen. Sowohl Straßen- als auch Hausschuhe sollten leicht zu öffnen und zu schließen sein. Auch im Umgang mit Stütz- und Kompressionsstrümpfen können Sie gezielt Hilfestellung leisten.

Die Zielgruppe erreichen Sie dann am besten, wenn Sie individuell geschnürte Pflegepakete anbieten, deren Bausteine auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmt sind, z.B. Nagelpflege, Hornhautentfernung, Mykoseprophylaxe, Druckentlastung, Fußgymnastik und vieles mehr. Gepaart mit Wellness-Elementen und

Massagen können Sie die Leistung mit einem griffigen Namen, z.B. „Fitte Füße – ein Leben lang!“, bewerben.

Geben Sie immer Ihr Bestes und betreuen Sie die ältere Zielgruppe individuell und mit viel Empathie, dann werden Ihre Kunden auch im hohen Alter immer wieder den Weg zu Ihnen finden.

■ Literatur bei der Autorin



### URSULA MARIA SCHNEIDER

Die Wellnessberaterin (IHK) und Entspannungstrainerin ist Inhaberin von „Drehpunkt Fuß“. Sie bietet Ausbildungen für innovative Fußmassagetechniken an und entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Des Weiteren schreibt sie für Fachmagazine, berät Firmen und referiert auf Messen.