

Presseinformation

„Helfen ist ein cooler Job“ - Imagekampagne für haushaltsnahe Dienstleistungen geht an den Start

Berlin, 26. März 2024: Heute startet die Imagekampagne „Helfen ist ein cooler Job“ als Pilotversuch in den Städten Münster, Osnabrück und Vechta. Insgesamt vier Kampagnenmotive werden in den Osterferien und nach den Sommerferien als Großflächenplakate zu sehen sein. Zahlreiche weitere Motive sowie nützliche Tipps und Anlaufstellen für Fragen rund um Jobsuche und Existenzgründung gibt es auf der Website www.helfen-job.de. Parallel wird die Kampagne auch in den einschlägigen Social-Media-Kanälen begleitet.

„Heute haben wir einen Meilenstein in der Aufwertung haushaltsnaher Dienstleistungen erreicht“, kommentiert Ursula Schukraft die heute gestartete Imagekampagne. Auch in Deutschlands Privathaushalten sei der Fachkräftemangel angekommen, betont die Präsidentin des Deutschen Hauswirtschaftsrats (DHWiR), der als Träger die Kampagne unterstützt. „Ob junge Familien mit Kindern oder ältere Menschen, der Bedarf an Unterstützung bei allen erdenklichen Tätigkeiten im häuslichen Bereich ist enorm und kann längst nicht immer gedeckt werden.“ Deshalb wolle man den unterschiedlichsten Gruppen von Beschäftigten und Jobsuchenden, seien es Menschen am Beginn ihrer Berufslaufbahn, beim Wiedereinstieg und Jobwechsel oder auch mit Migrationshintergrund, die vielfältigen Chancen aufzeigen, die sich in diesem Tätigkeitsfeld bieten.

„Menschen, die hier tätig sind, nennen oft eine beachtliche Menge an Vorteilen, die sie mit ihrer Arbeit verbinden“, so Ursula Schukraft weiter. Dazu gehörten sogenannte weiche Aspekte wie Wertschätzung und menschliche Nähe, ein hohes Maß an Selbstbestimmung bei der Einteilung von Zeit und Arbeit und eine Zufriedenheit über die erzielten Ergebnisse („man sieht, was man leistet“). Aber auch die sogenannten harten, monetären Aspekte seien besser als ihr Ruf. Neben einem festen und regelmäßigen Gehalt zählen dazu auch alle Elemente der Sozialversicherung wie Aufbau eines Rentenanspruchs, Urlaubszeiten und Unfallschutz. Der DHWiR fungiert als Scharnier zu den Unternehmen in diesem Markt, die sich in die Kampagne einklinken und sie auch für die eigene Suche nach Fachkräften nutzen können. Ebenso wichtig sei aber auch, Menschen, die sich selbständig machen wollten, Rat und Unterstützung anzubieten.

„Leider ist das Bild, das in der Öffentlichkeit von den haushaltsnahen Dienstleistungen besteht, wenig zeitgemäß“, sagt Christine Küster, Professorin für Sozioökonomie des Privathaushalts an der Hochschule Fulda. Als Leiterin des vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderten Kompetenzzentrums "Professionalisierung und Qualitätssicherung haushaltsnaher Dienstleistungen" (PQHD) initiierte sie die Kampagne. Eine Studie aus dem Kompetenzzentrum PQHD hat gezeigt, dass immer noch eine Verengung des Tätigkeitsfeldes auf die alleinige Vorstellung der Reinigungskraft besteht. Deshalb sei es so wichtig, dass die jetzt an den Start gehende Imageoffensive mit

ihren vielfältigen Motiven das ganze Spektrum an Tätigkeiten auffächere und in seinen positiven Aspekten emotional ausleuchte, erläutert Christine Küster.

Die Kampagne wird zunächst als Pilotversuch in den Städten Münster, Osnabrück und Vechta gestartet. Dort werden insgesamt vier Motive der Kampagne in den Osterferien und nach den Sommerferien als Großflächenplakate zu sehen sein. Zahlreiche weitere Motive sowie nützliche Tipps und Anlaufstellen für Fragen rund um Jobsuche und Existenzgründung gibt es auf der Website www.helfen-job.de. Parallel wird die Kampagne auch in den einschlägigen Social-Media-Kanälen begleitet.

„Wir werden die Erfahrungen dieses halbjährigen Testlaufs sorgfältig auswerten und bieten damit die Grundlage für eine mögliche bundesweite Kampagne“, so Christine Küster. Die Wissenschaftlerin sieht in dieser Initiative einen wichtigen Baustein zur gerechteren Verteilung von Sorgearbeit und zur Stärkung der ökonomischen Perspektiven von Frauen: „Ein größeres Angebot an haushaltsnahen Dienstleistungen ermöglicht Entlastung im häuslichen Alltag und fördert damit auch die Erwerbsarbeit, insbesondere von Frauen. Das ist nicht nur ein Beitrag zu mehr Gleichstellung, sondern kann auch helfen, den Fachkräftemangel insgesamt zu lindern.“

Informationen zum Deutschen Hauswirtschaftsrat Der Deutsche Hauswirtschaftsrat ist der Zusammenschluss der Akteure in der Domäne Hauswirtschaft. Er ist die politische Interessenvertretung der Hauswirtschaft, der Ansprechpartner für Politik und Gesellschaft, Partner für die Institutionen der Berufsbildung und für Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Seine Akteure kommen aus den Bereichen Verbände und Organisationen, Schulen und Bildungsträger, Einrichtungen der Jugendhilfe, Altenhilfe, Agenturen für haushaltsnahe Dienstleistungen, Beratungsunternehmen, Betriebe der Außer-Haus-Verpflegung, Industrie und Hochschulen. Der Deutsche Hauswirtschaftsrat vertritt über 500.000 Mitglieder und Mitarbeitende sowie über 100.000 Leser*innen der Verbandszeitschriften.

Pressekontakt

Deutscher Hauswirtschaftsrat
Charlottenstraße 16
10117 Berlin
Beate Imhof-Gildein
Tel.: 0160 93391732
post@hauswirtschaftsrat.de
www.hauswirtschaftsrat.de

