

Hauswirtschaft: Vielfältig – Nachhaltig – Zukünftig

oder Hauswirtschaft hat Zukunftsperspektive

Welche Assoziationen haben Sie eigentlich beim Begriff Hauswirtschaft?

Hauswirtschaft ist vielfältig, modern-altmodisch, hat keine Zukunft in einer speedorientierten Gesellschaft, wird dringend benötigt um Existenzsicherung unterschiedlichster Alters- und Einkommensgruppen zu betreiben? Für uns ist Hauswirtschaft das Management des Alltags und der Grundbedürfnisse des Menschen. Sie bildet das Fundament der Maslowschen Bedürfnispyramide (siehe Grafik rechts). Hauswirtschaft sichert Existenz. Im Gegensatz zu manch anderem Arbeitsfeld ist hauswirtschaftliches Handeln sinnstiftend, werterhaltend, es ist nicht prestigeträchtiges Handeln. Auch hier liegt eine Zukunftschance, denn ein neuer Wachstumsmarkt etabliert sich gerade: „die Wiederverkehr der alten Werte – Hochkonjunktur bei sinnstiftenden Märkten“. Noch ist das Berufsprofil Hauswirtschaft unpopulär – weil alltäglich, sozusagen beliebig. Glücklicherweise wächst in der Gesellschaft aber die Erkenntnis, dass profundes hauswirtschaftliches Wissen zur Bewältigung von gesellschaftlichen Problemen benötigt werden wird. Seltsamerweise wird der Begriff Hauswirtschaft bei diesen Überlegungen und Diskussionen nicht so häufig genutzt. Vielleicht, weil die Gesellschaft die Kompetenzen die durch eine hauswirtschaftliche Berufsausbildung erworben werden, nicht bekannt sind, mindestens aber nicht wahrgenommen werden. Schenkt man den Zukunftsforschern mit ihren Aussagen über Megatrends glauben, werden hauswirtschaftliche Dienstleistungen und derzeit als traditionelle, wenn nicht gar altmodische Aktivitäten, wieder trend-y. Eine Sehnsucht nach Langsamkeit entsteht, die sich durch Slow-Food, Slow-Life Bestrebungen zeigt. Getreu der Erkenntnis, dass jedem Trend ein Gegenteil folgt. Die Handelskette EDEKA und der Mövenpick-Konzern nutzen bereits Slow-Plattformen. Hier kann für innovative Hauswirtschaftsprofis ein völlig neuer Zukunftsmarkt gebildet werden. Ende November 2011 wird der Frage der Zukunft der Hauswirtschaft in Wien innerhalb eines großen Hauswirtschaftskongresses nachge-

gangen. Der Kongress wird vom Lebensministerium, vergleichbar mit unserem Verbraucherschutzministerium, durchgeführt. Es zeigt sich, dass das Arbeitsfeld Hauswirtschaft mit seiner gesellschaftlichen Zukunftsrelevanz durchaus öffentlich förderbar ist. Sie werden im nächsten fundus von den Ergebnissen sicher lesen.

Hauswirtschaft liefert Menschen Orientierung, gestaltet Prozesse und bildet die Basis für Lebenskultur und Lebensqualität. Egal ob im häuslichen Umfeld oder im Großhaushalt. Hauswirtschaft managt (überall) die Grundbedürfnisse des Menschen. Hauswirtschaft hat und liefert Schlüsselkompetenzen des persönlichen Lebens. In süditalienischer Hauswirtschaftsschulen werden zurzeit Kurse für junge Erwachsene angeboten, die den ersten eigenen Haushalt gründen wollen. Diese Kurse sind bestens besucht. Ebenso die Kurse für den „perfekten Mann“. Vom Bedienen der Waschmaschine bis zu Grundrezepten für das Kochen, reicht das Bildungsprogramm. Es funktioniert! Die Teilnehmenden erleben, dass Hauswirtschaft eben doch nicht jeder kann. Für die entsprechende landesweite Imagekampagne wurden staatliche Mittel zur Verfügung gestellt. Dies sollte uns anspornen, auch in Deutschland aktiver zu werden.

Hauswirtschaft ist Trend-y

Die hauswirtschaftlichen Einsatzgebiete der Gegenwart und Zukunft sind breitgefächert und vielfältig. Wir sehen die Weiterentwicklung von der früheren reinen Funktionalität hin zur Assistenz. Hauswirtschaft bietet Menschen mit temporärem Hilfebedarf Unterstützung. Eine Face to Face-Dienstleistung. Hauswirtschaft findet immer, vor Ort, statt. Produktion und Verbrauch an einer Stelle.

Trotzdem ist die professionelle Hauswirtschaft in der Gesellschaft nicht angekommen, wohl weil das Management des Alltags nichts Besonderes ist. Die hauswirtschaftlichen Leistungen fallen erst auf wenn sie fehlen. Hauswirtschaft müsste als Lifestyle wahrgenommen werden, ein knapp verfügbares Gut werden, „in sein“. Das All-Tägliche müsste exklusiv und begehrenswert werden, dann könnte eine hohe gesellschaftliche Wertschätzung eintreten. Betrachten wir den dramatischen Ausbildungsplatzrückgang, wird es bald soweit sein, dass die Köpfe fehlen.

Erlebbarer Nachhaltigkeit

Eine Grundtugend der Hauswirtschaft ist der Grundgedanke der Nachhaltigkeit. Wobei in unserer Branche der Begriff seit Jahrzehnten geprägt ist, während er heute in Politik und Medien nahezu inflationär benutzt wird. Doch was ist „nachhaltig“ wirklich? Müssten wir uns nicht selbstkritisch fragen, wo wir diesen Nachhaltigkeitsgedanken in unserer täglichen Arbeit und Handlungsweise sichtbar machen? Bei Auswahl und Einkauf von Lebensmitteln, Heimtextilien, Dienstkleidung, Mobiliar? Entscheiden wir uns beruflich bewusst für fairen Handel, etc? Es ist zu befürchten, dass wir eine Kernkompetenz brach liegen lassen und lieber jammern, statt ein echter Aktivposten bei der Nachhaltigkeitsentwicklung, dem go green-Gedanken, zu sein. Bereits 1989 hat der Berufsverband Hauswirtschaft das Jahrestagungsthema „Global denken – regional handeln“ behandelt. Seinerzeit hat Klaus Seitz festgestellt: „den Großhaushalten könnte eine Schlüsselrolle für die Ernährung zukommen. Die das genussvolle Essen wieder in Einklang mit der Notwendigkeit eines international, sozial, ökologisch und gesundheitlich verträglichen Haushaltens bringen kann“. Dieses Statement ist 22 Jahre her! Heute gibt es eine Slow-Food-Bewegung, food-watch und andere Organisation, die sich um einen ökologischen Umgang mit Nahrung und ihrer Verteilung in der Welt bemühen. Eine

Buchrezension

Die Zukunft auf dem Tisch Über den Essalltag in Gegenwart und Zukunft

Essen und Trinken stehen stets im Spannungsfeld von Genuss und Gesundheit, Tradition und Innovation, von lokalen Möglichkeiten und globalen Auswirkungen. Dieses Buch diskutiert die gegenwärtige und zukünftige Esskultur aus kultur- und naturwissenschaftlichen Perspektiven. Es ist eine komprimierte Gesamtschau des aktuellen Standes der wichtigsten Forschungsfelder und Analysen zum Thema. Die Ernährung der Gegenwart wird dabei als Ergebnis eines historischen Prozesses verstanden und weiter in die Zukunft gedacht. Der Nachhaltigkeit gilt ein besonderes Augenmerk: Werden ökonomische Zwänge und Ideologien oder doch Verantwortungsbewusstsein die Oberhand gewinnen? Anhand zahlreicher Themenfelder zeigt der Band für unsere Gesellschaft auf, welche Gestaltungsräume und welche Grenzen sich für die Ernährung von morgen eröffnen.

Prof. Dr. Angelika Ploeger, Prof. Dr. Gunther Hirschfelder und Dr. Gesa Schönberger bilden den Vorstand des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens.

Die Zukunft auf dem Tisch, Hrsg.: Angelika Ploeger, Gunther Hirschfelder, Gesa Schönberger, 2011. 437 S. mit 36 Abb. u. 5 Tab., VS Verlag, ISBN: 978-3-531-17643-7, Euro 29,95

zukunftsorientierte Hauswirtschaft muss sich dem Umgang mit Lebensmitteln, Ressourcen allgemein, stellen und zielgruppenorientierte Ernährungsangebote entwickeln. Jedes 5. Kind in Deutschland ist lt. Robert-Koch-Institut essgestört. 6 % der 2-17 Jährigen sind zurzeit fettleibig. Hier hätte Hauswirtschaft eine große Aufgabe zur Verbesserung der Volksgesundheit und damit Kostenzügelung im Gesundheitswesen. Die Themen aber werden in den Medien von Fernseh- und Sternköchen in Talkshows besetzt, statt von Verantwortlichen einschlägiger hauswirtschaftlicher Berufsstandsvertretungen. Vor 100 Jahren maßen unsere Küchen. 20m². Sie waren Lebens-Familienzentrum, dann kamen Wohnzimmer und Küchenzeilen. Die erste Normküche, die „Frankfurter Küche“, die man heute in Kassel im städtischen Museum besichtigen kann. Heute haben wir emotionslose Designerküchen mit Discounteressen. Küchen sind Prestigeobjekte geworden, Lifestyle wird dargestellt, ohne Wissen der Nutzung. Die erste Generation junger Frauen und Männer ist herangewachsen, die Funktionen von Haushaltsgeräten/Maschinen nicht mehr kennen. Im Gegenzug verschwenden wir Lebensmittel en gros. In Deutschland werden jährlich ca. 20 Millionen Tonnen Lebensmittel zu Müll oder Biogas. Perversion, wenn, lt. World Food Report alle 5 Sekunden ein Kind an Hunger stirbt. Die professionelle Hauswirtschaft kann als Einzelperson nichts gegen den Hunger tun, aber deutliche Zeichen beim Einkaufsverhalten setzen, eine Macht die sie nutzen könnte.

Bewusste Textilbeschaffung kontra Textilschrott

Wir müssen auch nicht zum Stopfpilz zurückgreifen um Zeichen zu setzen beim Thema Textilschrott, der leider produziert und eingekauft wird. Für ein T-Shirt müssen ca. 2700 L Wasser für die Baumwollerzeugung und deren Verarbeitung eingesetzt werden, eine möglichst gebrauchte aussehende neue Jeans benötigt schon 11.000 Liter Wasser. Wäschebeschaffung für große Einrichtungen ist nicht nur unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu betreiben sondern auch unter der Perspektive des ökologischen Fußabdrucks. Ein weiteres Beispiel für die Notwendigkeit professionellen hauswirtschaftlichen Handelns und der Notwendigkeit des Daseins von profundem hauswirtschaftlichem Fachwissen. Von der Umsetzung der immer höheren und engeren Rechtsforderungen und dem Verbraucherschutz.

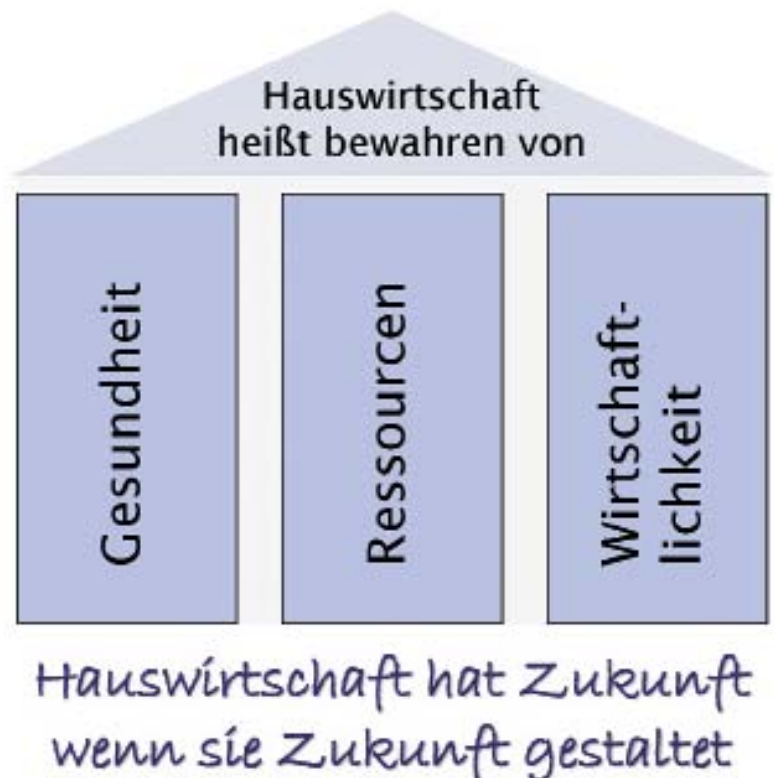
Ausbildungsplatzdrama Hauswirtschaft

So sicher wie hauswirtschaftliche Kompetenz in Zukunft benötigt wird, so sicher werden dazu Fach- und Führungskräfte nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen. Pflege-Notstand fängt mit Notstand in der häuslichen Versorgung an, ambulante Versorgung vor der stationären Aufnahme! Die Altenhilfe ist einer der Boommärkte der nahen Zukunft. Die Babyboomer werden Silverager! Die Pflegeversicherung wird den kommenden Bedarf nicht finanzieren können. Ein neuer Markt für haushaltsnahe Serviceleistungen wird entstehen. Die Wohn- und Betreuungsformen werden sich rapide ändern.

Ohne drastische Ausbildungs- und Imagekampagne für den Berufszweig Hauswirtschaft wird die benötigte Fachlichkeit für die gesellschaftliche Zukunftsarbeit in Punkto Hauswirtschaft nicht zur Verfügung stehen. Eine solche Ausbildungskampagne sollte von den zuständigen Ministerien auf Bundesebene gewollt und gefördert werden.

So gut wie die Möglichkeit ist, hauswirtschaftliche technische HelferInnen auszubilden, so kontraproduktiv ist sie zugleich, wenn über 60 % Helferniveauabschlüsse sind. Es ist ein Signal in die falsche Richtung. Die Helferausbildung hat eine hohe Daseinsberechtigung, auch zur Bewältigung von hauswirtschaftlichen Dienstleistungen. Es fehlen aber Ausbildungsplätze für die Ausbildung zur HauswirtschafterIn als Ausgangsberuf für Fach- und Führungskräfte die in sozialen- und Gesundheitsbereichen fehlen werden, um betriebswirtschaftlich, gesellschaftsbedarfsorientiert, mitarbeiterführungstechnisch und nachhaltig

tätig zu werden. Sicherlich werden sich auch die Angebotsformen für Fort- und Weiterbildungen zu Führungskräften ändern müssen, will man die Weiterqualifizierung attraktiv für den Nachwuchs gestalten. Führende TrendforscherInnen prognostizieren u.a. einen deutlichen Bedarf an haushaltsnahen Dienstleistungen. Sie sehen Trends, die hervorragend in das Leistungsprofil von Hauswirtschaft passen. Vielleicht müssen auch wir wieder zyklisch denken, weg vom Großhaushaltsdenken hin zu hauswirtschaftlichen Individualdienstleistungen. Hauswirtschaftliche Zukunftsmöglichkeiten bestehen unseres Erachtens, wenn man offen ist für neue Gedanken. Die Trendprognose „sinnliches web“ signalisiert Verkaufsplattformen von hauswirtschaftlichen Dienstleistungen, die entsprechend dem Lifestyletrend „Eco-Chic“ selbsterzeugte Lebensmittel, Marmeladen, Getränke, etc. anbieten. Man stelle sich vor, ein *Gefällt-mir-Button* auf der Bestellung oder wie



www.kloober-kassel.de

es Amazon mit seinem Empfehlungsmarketing vormacht: „dieser Kunde hat Hauswirtschaft gekauft.“

Die Kondratjew-Zyklen (sowjetischer Wirtschaftswissenschaftler) zeigen an, dass die Periode der Gesundheit und Wellness angebrochen ist. Eine Allianz-Studie zur Entwicklung des Gesundheitsmarktes bis 2020 wiederholt diese Erkenntnisse. Im Gesundheitsbereich arbeiten ca. 500.000 Beschäftigte in den nachgeordneten Versorgungsbereichen. Da im europäischen Vergleich dort weniger Personal eingesetzt wird, besteht bei uns die Notwendigkeit der weiteren Effizienzsteigerung. Ohne Fachlichkeit wird dies nicht zu schaffen sein. Ca. 10 % aller ArbeitnehmerInnen in Deutschland erarbeiten und erwirtschaften in der Gesundheitsbranche 11 % des Bruttoinlandsproduktes. Im Vergleich, die Automobilindustrie 4 % und die Baubranche lediglich 3 %. Im Altenhilfesektor benötigen ca. 10 Tausend Einrichtungen hauswirtschaftliche Fachlichkeit, wie sie seit Juni 2011 ganz klar in den neu beschlossenen Maßstäben und Grundsätzen zur Qualität fixiert werden. Nur, wen werden wir fachlich in Zukunft haben, ohne Ausbildungsplätze? Warum erfolgt wie im Pflegebericht keine Refinanzierung über die Entgelte?

Die Allianz-Studie zeigt auf, dass die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen steigen wird, die Zahlungsbereitschaft für das Gut Gesundheit ebenfalls. Dem Bereich funktional food und Wellness werden

hervorragende Wachstumsmöglichkeiten prognostiziert. Zerfallende Familienstrukturen schaffen neue Märkte im Pflegebereich, profitieren werden Anbieter mit Wellness-, Reise- und Dienstleistungsangeboten sowie Haushaltsbereiche, die auf ein relativ kleines Klientel der gut situierten „jungen Alten“ ausgerichtet sind.

Hauswirtschaft(f)t Zukunft

Wir haben uns die Frage gestellt was sich eine Person deren Berufsbild keinen hauswirtschaftlichen Hintergrund hat, unter diesem Anspruch *Hauswirtschaft(f)t Zukunft* vorstellt. Deshalb haben wir unsere Nachbarin gebeten, einfach einmal stichwortartig zu notieren, was ihr dazu einfällt. Hier die Ergebnisse:

- Ernährungssicherung im 21. Jahrhundert
- Gesellschaftliche Herausforderung an eine professionelle Hauswirtschaft. (Wir können es nicht mehr, aber ihr könnt es)
- Ästhetik – Bewahrung einer Esskultur
- Herausforderung an hauswirtschaftliche Dienstleistungen aufgrund des demografischen Wandels



Ohne Wissen und Wollen geht es nicht.

© KlöberKASSEL, www.kloeber-kassel.de

- Verbraucherbildung in puncto Ernährung, mit Konsequenz für die Ausbildung der Hauswirtschaft und der Verpflegung von Kindern, Schülern und Studenten
- Gespür für den Wandel in der Gesellschaft in puncto Ernährung und zukünftigen Gewohnheiten
- Nachhaltiges Hauswirtschaftsmanagement
- Entwicklungsperspektiven aus wissenschaftlicher Sicht
- Entwicklung aus internationaler Sicht (Deutschland ist keine Insel)
- Ernährungs- und Konsumbildung an allgemeinbildenden Schulen

Weiter schrieb unsere Nachbarin: „Meiner Meinung nach sind die Aufgaben für Hauswirtschaft deutlich brisant, da wir uns in einer Zeit der diversen Umbrüche und Bruchstellen befinden, die es auszugleichen gilt und die in fataler Weise quasi zeitgleich ablaufen: Demografischer Wandel mit all seinen Konsequenzen. Finanzielle Verwerfungen, national und im europäischen Kontext. Leider in erheblichem Maße spürbar, auch mit dem am Ende daraus folgenden negativen Konsumverhalten vieler Menschen. In Kürze schwer zu lösende Probleme in den Bereichen Umwelt und Landwirtschaft. Verändertes Ernährungsverhalten – wurde sicherlich in der Vergangenheit auch durch Politik und Gesellschaft ignoriert. Immer komplexer verarbeitete Lebensmittel, die es dem Verbraucher zunehmend erschweren, sich gesund zu ernähren.“ Ihre Aufzeichnungen endeten mit dem Satz: „Es wirkt schon wie ein Widerspruch, dass die Themen „Essen und Trinken“, die Basis unserer aller Leben, so wenig im Fokus der meisten Elternhäuser und Schulen stehen.“ (Einen Dank an unsere Nachbarin, die uns wieder die Augen geöffnet hat!) Die Hauswirtschaft muss wieder zu ihren

Kernkompetenzen finden. Wir müssen wieder zurück an den Herd, so altmodisch das auch klingen mag.

Von diesem Platz aus werden wir in der Zukunft direkt auf die Gesundheit des Einzelnen und der Gesellschaft Einfluss nehmen. Wir werden regelnd auf die Nachhaltigkeit von Rohstoffen einwirken. Wir werden einen Beitrag dafür leisten, dass Kinder und Jugendliche weniger an Allergien erkranken. Wir werden daran mitwirken, dass alte Menschen ihre körperliche und geistige Fitness so lange wie irgend möglich erhalten, ja sogar steigern können.

Altmodisch?

Wir werden dazu beitragen, dass junge Familien Spaß an der Haushaltsführung bekommen und verstehen, dass es keine Schokoriegel „light“ geben kann und Diätprodukte gut für den Geldbeutel des Herstellers sind, aber nicht für den Verbraucher. Wir werden Kindern wieder zeigen, dass Erbsen nicht in Dosen wachsen und es Spaß macht, eine Pizza selbst zu belegen. Und wenn keiner eine Pizza haben will, machen wir eben Wraps. Wir werden ganz bewusst nicht mit Begriffen arbeiten, wie „gesund“ oder „ungesund“ oder „umweltbewusst“ oder „biologisch-dynamisch“, denn das ist altmodisch und stärkt nur die geistigen Abwehrkräfte. Wir werden über den Tellerrand schauen und mehr international kochen. Dabei vergessen wir nicht, uns regelmäßig über neue Trends zu informieren und sie in unser Repertoire einzubauen. Deshalb werden wir die Zusammenarbeit mit Zukunfts- und Trendforschern suchen und mit deren Unterstützung neue Konzepte für Verpflegungsformen entwickeln.

Die Marke Hauswirtschaft – ein Re-Brandingprozess muss her

Kunden kaufen Marken, Hauswirtschaft muss eine Marke werden, nicht eine Berufsbezeichnung. Jeder kennt Tempo, Nivea, Adidas und Apple. Alle können sich darunter etwas Spezielles vorstellen. Hier müssen wir gemeinsam ansetzen. Das Zitat von Hannah Arendt *„Macht entspricht der Fähigkeit, sich mit anderen zusammenzuschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln“* (1906-1975, jüdische dt. am. Publizistin) Hier kann ein Schlüssel zum Erfolg liegen. Nur über die Bildung und Nutzung von Netzwerken, von Lobbyisten, wird es möglich sein, auf den zukünftigen Fachkräftenachwuchs aufmerksam zu machen und gegenzusteuern. Eine Arbeitsgruppe beim IVHW arbeitet bereits an der Thematik. Die Arbeitsergebnisse und Bitten um Meinungen dazu, könnten in Deutschland weit mehr in den Fachorganen vorgestellt und diskutiert werden. Die Dimension unserer täglichen hauswirtschaftlichen Arbeit muss viel stärker in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt werden. Dafür brauchen wir nicht zuletzt professionelle Marketinghilfe und Geld. Wir brauchen auch MitarbeiterInnen, die wieder stolz sind, diesen Beruf zu ergreifen und die sich ihrer Wichtigkeit für die Gesellschaft bewusst sind. Und wir brauchen eine Gesellschaft, die bereit ist, diese MitarbeiterInnen adäquat zu bezahlen. Die Imagekampagne des deutschen Handwerks, die zurzeit gerade in ganz Deutschland plakatiert ist und durch TV-Spots unterstützt wird, macht es deutlich. Man muss zusammenstehen und aktiv werden. Wie wäre es: „Hauswirtschaft ... die auffällt, wenn sie ausfällt“. Der Imageslogan aus Südtirol. Wir wäre es mit einem ARD-Thementag: „Hauswirtschaft, der Garant für Lebensqualität“ aus der Sendereihe „Berufe mit Zukunft“. Es ist zeigt für ein Aktionsbündnis Hauswirtschaft – jetzt!

Wir hoffen, dass wir mit diesem Artikel einen Beitrag leisten können, dass Hauswirtschaft aus der Unsichtbarkeit heraustritt und als wertgebender Arbeitsbereich in der Gesellschaft wahrgenommen wird. ■

M. Christine und Ralf Klöber

KlöberKASSELKompetenzzentrum für Hauswirtschaft, www.kloeber-kassel.de

Anmerkung: Der Artikel wurde auf Wunsch der Redaktion ungekürzt in das Schwerpunktthema aufgenommen.

Bildnachweise zum Schwerpunktthema: Mit freundlicher Genehmigung Motivkarten des © Magdalenen-Verlages und © KlöberKASSEL sowie Portraits der Autoren.