

# Das Problem mit der Kundenorientierung

**Zuverlässig, pünktlich, ordentlich und etwas altmodisch – so wird die Hauswirtschaft oft wahrgenommen. Um sich im Wettbewerb zu behaupten, muss sie sich viel stärker als personenorientierte Dienstleistung positionieren.**

Alles Tun muss sich vom Gast bzw. vom Kunden her ableiten. Totale Kundenorientierung ist angesagt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der zentralen Aufgabe verpflichtet, den Gast 100prozentig zufrieden zu stellen.“ Dieses Credo zur Kundenorientierung, das sich anhört wie aus einem modernen Management-Handbuch, stammt von Ulrich Wiethaup, dem Schulleiter der Elly-Heuss-Knapp-Schule und bezieht sich auf hauswirtschaftliche Dienstleistungen. Im November 2007 wurde das Thema auf einem Hauswirtschaftskongress in Neumünster debattiert, der erstmalig von der Elly-Heuss-Knapp-Schule ausgerichtet wurde und an dem rund 140 hauswirtschaftliche Fach- und Führungskräfte teilnahmen.

„In vielen hauswirtschaftlichen Betrieben herrscht noch der Geist von Versorgung und Unterbringung vor. Das müssen wir ändern, denn Hauswirtschaft ist Dienst am Gast und es geht um die volle Befriedigung der Wünsche der gegenwärtigen und potenziellen Kunden“, so Ulrich Wiethaup. Die Kunden wünschen heute mehr denn je hotelähnlichen Standard, Wohlbefinden, Zufriedenheit und Genuss einerseits und Selbstbestimmung und Teilhabe am Alltagsleben andererseits.

## Der Käufer hat die Macht

Und warum ist Kundenorientierung so wichtig? Weil sich laut Wiethaup der Markt für hauswirtschaftliche Dienstleistungen zu einem Käufermarkt entwickelt hat. Das bedeutet, der Käufer hat die Macht und

Weitere Infos zur Elly-Heuss-Knapp-Schule in Neumünster, an der unter anderem eine berufsbegleitende Fachschule für Hauswirtschaft angeboten wird, im Internet unter [www.ehks.neumuenster.de](http://www.ehks.neumuenster.de).

die einzelnen Einrichtungen stehen im Wettbewerb untereinander.

Ob in der Altenhilfe, in Kurkliniken, Krankenhäusern oder Tagungsstätten: Die Zahl der erwerbswirtschaftlichen Privatbetriebe hat rasant zugenommen, nicht zuletzt wegen der überall vorhandenen Privatisierungstendenzen und privaten Betriebsgründungen. Auch die bisherigen gemeinnützigen Betriebe werden immer mehr zu selbständigen Einheiten mit klaren Vorgaben und Controlling. Als Beispiel führt Ulrich Wiethaup die Alten- und Pflegeheime in Schleswig-Holstein an. Davon sind heute sieben Prozent kommunal, 28 Prozent gehören den Wohlfahrtsverbänden und schon 65 Prozent gehören privaten Trägern und sind Einzelunternehmen oder Filialbetriebe.

## Nachfrage steigt – Konkurrenz aber auch

„Der Markt erfährt eine gewisse Liberalisierung und öffnet sich, wodurch der Wettbewerb natürlich steigt“, fasst der Schulleiter zusammen. Regional gäbe es schon jetzt Überhänge an Pflegeplätzen und es würden immer noch weitere Heime gebaut. Die durchschnittliche Belegungsquote liege derzeit bei 86,7 Prozent. Dabei werde das Preis-Leistungsverhältnis immer entscheidender. Für immerhin 43 Prozent aller Befragten des Altenpflege-Monitors 2007/2008 waren die Kosten das wichtigste Kriterium für die Wahl einer Pflegeeinrichtung. „Um die Kosten niedrig und die Preise klein zu halten, verzichten viele Träger einfach auf eine Personalerhöhung in der Hauswirtschaft“, stellte Wiethaup fest. Immerhin verursachen nach einer aktuellen Angabe des Bundesverbandes der privaten Anbieter sozialer Dienste die hauswirtschaftlichen Leistungen ohne Lebensmittel rund 24 Prozent aller Kosten eines Alten- und Pflegeheimes.

Trotzdem sieht Wiethaup die Marktchancen im Bereich Hauswirtschaft in Zu-



*Für die Zukunft forderte M. Christine Klöber, dass der unabdingbare Wille zur Kundenorientierung bereits in der Erstausbildung vermittelt wird*

kunft positiv: „Die Nachfrage nach hauswirtschaftlichen Dienstleistungen wächst und wird dabei auch immer differenzierter.“ Aufgrund der demografischen Entwicklung steige der Bedarf an Betreuung und Versorgung in stationärer, teilstationärer und ambulanter Form rasant. Es werden sich auch immer mehr neue Wohnformen wie Betreutes Wohnen, Mehrgenerationenhaus, Alten-WGs oder Senioren-genossenschaften entwickeln, in denen, so Wiethaup, natürlich auch hauswirtschaftliche Dienstleistungen jeder Art nachgefragt werden. Darüber hinaus werden auch die Mobilität allgemein und der Tourismus weiter wachsen, ein Feld, das die Hauswirtschaft auch nicht aus den Augen verlieren sollte.

Allerdings stehen die hauswirtschaftlichen Berufe derzeit auch in einer starken Konkurrenz zu Berufen im Hotel- und Gaststättenbereich und auch zu ungelerten Kräften, die nach einer kurzen Schulung häufig in den hauswirtschaftlichen Bereichen eingesetzt werden. „Im hauswirtschaftlichen Bereich der stationären Pflegeeinrichtungen in Schleswig-Holstein sind laut der amtlichen Pflegestatistik rund 5.400 Personen beschäftigt, wovon allerdings nur rund 1.300, also zirka 25 Prozent, einen hauswirtschaftlichen Berufsabschluss haben“, hob Ulrich Wiethaup hervor. Vielleicht müsse in der Ausbildung noch mehr auf die Sozialkompetenz ge-

achtet werden: „Sozialkompetenz ist in der Hauswirtschaft mehr als eine so genannte Schlüsselqualifikation und muss als Bestandteil einer Dienstleistung am Menschen in der Berufsausbildung vom ersten Tag an eingeübt werden.“

Auch an der Anpassungsfortbildung und der Weiterbildung im Bereich Hauswirtschaft muss laut dem Schulleiter weiter gearbeitet werden, so sollten sich berufliche Schulen zu Bildungszentren für Hauswirtschaft entwickeln. An der Elly-Heuss-Knapp-Schule werde in diese Richtung gegangen. Aufbauend auf den in der Ausbildung erworbenen Qualifikationen müssen, so Wiethaup, Seminare zur Vermittlung von Spezialkenntnissen zum Beispiel in Personalführung, im Service, in der Diätetik und in der Betriebswirtschaft einschließlich Marketing und Kosten- und Leistungsrechnung angeboten und zertifiziert werden.

### Raus aus der Opferrolle

„Hauswirtschaft ist etwas Wunderbares und existenzprägend für die ganze Gesellschaft“, mit diesen Worten eröffnete M. Christine Klöber von der Unternehmensberatung KlöberKassel ihren Vortrag, der sich ebenfalls mit der Kundenorientierung beschäftigte. Die Referentin unternahm zunächst einen Ausflug in die Herkunft der Hauswirtschaft. „Wir sind Refageschult, immer ordentlich, pünktlich, zuverlässig, liefern ein perfektes Arbeitsergebnis, nur sehen muss man uns nicht dabei. Daher fällt uns auch die Kundenorientierung oft noch schwer.“

Tradition ist gut, so die Referentin, aber wir müssen uns auch weiterbilden, müssen Fortbildungen besuchen, Fachzeitschriften lesen und haben eine Erkundigungspflicht. Oft werde der Hauswirtschaft vorgeworfen, sie sei altmodisch und wolle sich nicht ändern. Dem müsse man aktiv entgegenreten: „Hauswirtschaft muss raus aus der Opferrolle. Wir müssen handeln statt behandeln und auch mal konkret etwas einfordern, zum Beispiel, wenn es um neue Techniken für unseren Arbeitsbereich geht.“ Schließlich habe Hauswirtschaft den zweitgrößten Etat in einer Einrichtung.

Wenn wir über den Tellerrand schauen, sehen wir, so die Referentin, dass in unseren Nachbarländern die Hauswirtschaft ein gutes Standing hat. In den Niederlanden läuft sie unter Facility Services und ist absolut anerkannt, auch in der Schweiz nennt sich Hauswirtschaft seit kurzem Facility Management. In Österreich gibt es eine verstärkte hauswirtschaftliche Weiterbildung auch für den Bereich Tourismus, und in Finnland findet man eine

extrem hohe Professionalität in der Hauswirtschaft.

Für die Zukunft forderte die Referentin, dass der unabdingbare Wille zur Kundenorientierung bereits in der Erstausbildung vermittelt wird. Ein weiteres wichtiges Thema für die Zukunft sei die Wohnumfeldgestaltung, mit der sich die Hauswirtschaft noch nicht allzu lange beschäftigt habe. Auch das Thema Patientenhotel mit Home-care biete Zukunftschancen für die Hauswirtschaft. Immer häufiger gewünscht sei der so genannte „Homefeeling-Charakter“ in Altenhilfeeinrichtungen und Krankenhäusern.



„In den Einrichtungen und Häusern wird das ‚subjektive Wohlfühlen‘ zu einem immer bedeutenderen Erfolgsfaktor“, bestätigte auch Thorsten Wenck von der AWO Service 24 Schleswig-Holstein GmbH. Eine gute pflegerische und medizinische Versorgung werde als selbstverständlicher gesehen, das Augenmerk der Kunden richte sich immer mehr auf das gesamte Ambiente der Einrichtung.“

### Persönliche Präsenz zeigen

Neue interessante Arbeitsfelder für die Hauswirtschaft sieht M. Christine Klöber im Bereich der Existenzgründung, zum Beispiel mit dem Angebot haushaltsnaher Dienstleistungen, bei der Ganztagschulverpflegung, bei Servicegesellschaften oder bei Hausgemeinschaftskonzepten. Knapp 70 Prozent des Bruttoinlandsproduktes werden heute schon aus dem Dienstleistungsbereich erwirtschaftet, mit

einer Steigerung von rund 30 Prozent bei personenbezogenen Dienstleistungen. Das zeigt, dass Hauswirtschaft als Dienstleistungsbereich eigentlich gute Chancen hat. Aber: Von den jährlich rund 550.000 neuen Ausbildungsverhältnissen sind nur rund 4.000 in der Hauswirtschaft, das sind ganze 0,74 Prozent.

„Immer öfter suchen Altenheime oder Krankenhäuser neue Mitarbeiter für hauswirtschaftliche Bereiche in Hotel- und Gaststättenzeigungen, da man einfach annimmt, dass man hier Mitarbeiter findet, die freundlich sind und lächeln können. Fachkenntnisse könne man dann in Schulungen immer noch vermitteln, glaubt man“, machte die Referentin auf eine für die Hauswirtschaft gefährliche Tendenz aufmerksam. Um hier entgegenzusteuern, helfe nur, persönliche Präsenz zu zeigen.

Die Referentin beschreibt dies so: Die HWL muss dort sein, wo das Leben ist, muss kommunikativ sein, darf sich nicht in ihrem Büro verstecken und muss vom äußeren Erscheinungsbild auch aussehen wie eine Leitung. Das heißt, sie muss ihre Managementfunktion wahrnehmen – und dazu gehören übrigens auch Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.

„Die Hauswirtschaft braucht neben dem Bewusstsein ihrer ‚dienende Rolle‘ ein starkes Selbstbewusstsein als Dienstleister und Transparenz an den Schnittstellen zu den anderen Arbeitsbereichen. In gut geführten Häusern stehen Hauswirtschaft und Pflege auf Augenhöhe zusammen im Dienst der Kunden“, forderte auch Thorsten Wenck. Und ergänzte: „Sauber und satt sind zwei Begriffe aus dem letzten Jahrhundert. Die Hauswirtschaft ist gefordert, alle Sinne des Kunden anzusprechen!“

ALEXANDRA HÖSS

**10. rhw-Symposium**  
**Freitag, 20. Juni 2008 in München**  
**Motto: „Hauswirtschaft trifft Housekeeping“**  
 Veranstaltungsort: Kardinal Wendel Haus in München (Schwabing)

**Dienstleistung und Hotel – was kann die Hauswirtschaft vom Hotel lernen?**

Dem Thema Dienstleistungsmentalität und Erfahrungen aus Hotels wird sich auch das 10. rhw-Symposium in München widmen. Als Referentin ist unter anderem die „Hotelflüsterin“ Tia Vassillo geplant. „Ich mache Mut zu einer selbstbewussteren Marketing-Performance – aber in einer leisen authentischen, nicht lauten Art“. Tia Vassillo hat über 20 Jahre lang Erfahrung im Marketing bei Spitzenhotels sammeln können und arbeitet seit Jahren erfolgreich als Beraterin.

Foto: jochi.com/Müller/München Tourismus