

Presseinformation

„Helfen ist ein cooler Job“ - Imagekampagne für haushaltsnahe Dienstleistungen nun gezielt bundesweit am Start

Berlin, 10. Januar 2025: Nach dem erfolgreichen halbjährigen Pilotversuch in Münster, Osnabrück und Vechta geht die Imagekampagne „Helfen ist ein cooler Job“ verstärkt bundesweit an den Start. Damit können nun, wie schon in der Pilotregion, den unterschiedlichsten Gruppen von Beschäftigten und Jobsuchenden, seien es Menschen am Beginn ihrer Berufslaufbahn, Wieder- und Umsteiger oder auch mit Migrationshintergrund, die vielfältigen Chancen aufgezeigt werden, die sich in diesem Tätigkeitsfeld bieten.

„Dieser Schritt ist folgerichtig“, sagt Ursula Schukraft, Präsidentin des Deutschen Hauswirtschaftsrats, der als Träger der Kampagne fungiert. „Denn was für die drei Städte in Westfalen und Niedersachsen gilt stimmt für die ganze Republik erst recht: Auch in den Privathaushalten ist der Fachkräftemangel angekommen.“ Ob junge Familien mit Kindern oder ältere Menschen, der Bedarf an Unterstützung bei allen erdenklichen Tätigkeiten im häuslichen Bereich sei enorm und könne längst nicht immer gedeckt werden.

Dass die Strategie der Kampagne gegriffen hat, belegen nach Ansicht von Prof. Christine Küster, die das Kompetenzzentrum Professionalisierung und Qualifizierung haushaltsnaher Dienstleistungen (PQHD) an der Hochschule Fulda leitet und für die wissenschaftliche Begleitung zuständig ist, die Zahlen. „Bei 330.000 Erwachsenen in der Region, von denen knapp 200.000 auf den von der Kampagne genutzten Social Media-Kanälen anzutreffen sind, haben wir eine Reichweite von über 600.000 Kontakten erzielt. Auf der Website führte das zu mehr als 10.000 Aufrufen mit beachtlichen Verweildauern.“ Das zeige erstens das Interesse an hauswirtschaftlichen Tätigkeiten. Es zeige zweitens, dass die Zielgruppen auf ihrem Smartphone erreicht würden und drittens, dass es richtig sei, die Unterschiedlichkeit der Tätigkeiten und ihre zahlreichen Vorteile in den Mittelpunkt zu stellen. „Menschen, die in den haushaltsnahen Dienstleistungen arbeiten, nennen als Motivation häufig Aspekte wie Wertschätzung und menschliche Nähe, ein hohes Maß an Selbstbestimmung bei der Einteilung von Zeit und Arbeit und die Befriedigung über die erzielten Ergebnisse („Man sieht was man leistet“).“ Aber auch die Bezahlung ist besser als ihr Ruf. Dazu zählten neben einem festen und regelmäßigen Gehalt auch alle Elemente der Sozialversicherung wie Aufbau eines Rentenanspruchs, Urlaubszeiten und Unfallschutz.

Für DHWiR-Präsidentin Schukraft resultiert die Stärke der Kampagne auch daraus, dass die Pilotphase von regelmäßigen virtuellen Netzwerktreffen begleitet wurde. Dort trafen sich Unternehmen der Region und bundesweit aktive Expert*innen, um die Zwischenergebnisse zu evaluieren und die nächsten Schritte zu optimieren. Dass Unternehmen die Medien der Kampagne wie Plakate und Flyer für ihre eigene Suche nach Fachkräften nutzen könnten, sei eine wichtige Unterstützung auf einem insgesamt weiterhin schwierigen Arbeitsmarkt.

Alle erarbeiteten Medien wie Poster oder Flyer bleiben im Downloadbereich unter www.helfen-job.de erhalten und können dort heruntergeladen und genutzt werden.

Die Kräfte zu bündeln und sichtbar zu werden bleibt ein Hauptanliegen der Kampagne, so Prof. Küster. Denn „ein größeres Angebot an haushaltsnahen Dienstleistungen kann die Systeme von Kinderbetreuung und Pflege entlasten und so auch die Erwerbsarbeit, insbesondere von Frauen, fördern. Das ist nicht nur ein Beitrag zu mehr Gerechtigkeit, 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

