

„Wir sind die Säulen unserer Einrichtungen!“

Auf ihrer Fachtagung „Mitmischen – Mitwirken – Mitverantworten“ am 8. April 2014 im GENO-Haus Stuttgart zeigte die Diakonie Württemberg Fach- und Führungskräften der Hauswirtschaft, wie sie ihre sozialen Kompetenzen stärken können um dem steten Wandel in ihren Tätigkeitsfeldern positiv und produktiv zu begegnen.

Paradigmenwechsel sind so alt wie die Menschheit, sagt Renate Wörner von der Diakonie Stetten. Die Gesellschaft ändert unablässig ihre Ansichten darüber, was richtig und wichtig ist. Im 19. Jahrhundert wurden Menschen mit Behinderung noch in Anstalten verwahrt, um die Öffentlichkeit vor ihnen zu schützen. Heute, im 21. Jahrhundert, hingegen dürfen und sollen Menschen mit Behinderung am gesellschaftlichen Leben teilhaben. Inklusion ist das neue Stichwort. Und es gibt weitere Veränderungen: Robert Bachert, Finanzvorstand des Diakonischen Werks Württemberg, sieht zur Zeit drei Trends auf die Hauswirtschaft zukommen.

Drei Trends

Noch vor Kurzem hieß es, was krank ist, muss gepflegt werden. Inzwischen sagt

man, was an Kompetenzen vorhanden ist, muss gestärkt werden. Der Fokus hat sich von der Hilfsbedürftigkeit der Patienten losgelöst und konzentriert sich nun darauf, ihre Selbstständigkeit zu fördern. Des Weiteren führt Robert Bachert an, gehe der Trend zu immer kleineren, familienähnlichen Wohneinheiten. Bedürftige Menschen wollen ein möglichst normales Leben in einer möglichst normalen Wohnatmosphäre führen. Diese neuen Wohn- und Betreuungskonzepte verlangen ein Umdenken der Pflegekräfte. Ihre Versorgungsdienstleistungen sind kaum noch gefragt, stattdessen sollen sie ihren Klienten beratend zur Seite stehen. Der Pflegeauftrag wird zu einem Assistenzauftrag und die Heimbewohner sollen sich, so weit wie es geht, eigenverantwortlich selbst versorgen. Hauswirtschaftliche Fachkräfte sind somit nicht mehr für das Ergebnis, sondern für

die Qualifikation der Bewohner verantwortlich. Der dritte Trend in der Hauswirtschaft sieht eine Verschärfung des bereits bestehenden Fachkräftemangels voraus.

Image ist alles

Gesundheits- und Sozialberufe sind absolut krisensicher, behauptet Jürgen Lämmle, Ministerialdirektor des Ministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren Baden-Württemberg. Der demografische Wandel in Deutschland betont die Wichtigkeit des Berufsbildes und verspricht eine steigende Nachfrage nach hauswirtschaftlichen Diensten. Trotz dieser guten Prognose sinken die Zahlen der Auszubildenden dramatisch. Der künftige Mangel an qualifizierten Hauswirtschaftlerinnen liegt allerdings nicht allein an der schlechten Bezahlung.

Die Persönlichkeits-Trainerin Regina Schulz sieht den Grund vor allem in dem schlechten Image, das die Hauswirtschaft sich über die Zeit aufgebaut hat. Wenn Hauswirtschaftler über ihren Beruf sprechen, dann hört sich das nach Schulz häufig so an: „Wir sind halt nur die Hauswirtschaft. Nichts Besonderes.“ Mit dieser Einstellung überzeugt man potenzielle Aus-



Rund 190 Teilnehmer der Diakonie Württemberg kamen nach Stuttgart ins GENO-Haus



„Ohne professionelle Hauswirtschaft kann keine soziale Einrichtung funktionieren. Zeigen Sie Ihre Freude nach außen“, sagte Regina Schulz, „denn Ihre Begeisterung ist ansteckend.“

zubildende mit Sicherheit nicht, sich für die Hauswirtschaft zu bewerben. Schulabgänger wollen einen interessanten Beruf, mit dem sie sich identifizieren können. Sie wollen keinen langweiligen Job, der nur Stress macht, aber keinen Spaß. Die Hauswirtschaft braucht ein neues Images als attraktive Dachmarke eines bedeutungsvollen Berufszweiges. Dieses Ziel zu erreichen beginnt damit, dass die Fachkräfte sich selbst bewusst machen, wie stolz sie auf ihre Arbeit sein können, die sie mit Leib und Seele ausüben. Ohne professionelle Hauswirtschaftler kann keine soziale Einrichtung funktionieren. Zeigen Sie Ihre Freude nach außen, rät Schulz, denn Ihre Begeisterung ist ansteckend.

Die Harmonie-Falle

Fast jeder der 190 Teilnehmer auf der Fachtagung der Diakonie Baden-Württemberg hat ein „Leitung“ im Titel, bemerkt Ursula Schukraft, Referentin für Hauswirtschaft im Diakonischen Werk Württemberg. Einrichtungsleiter haben es in Zeiten des Wandels besonders schwer, weil sie nicht nur sich selbst auf die neue Situation einstellen müssen, sondern auch ihre Mitarbeiter dazu anleiten müssen, sich entsprechend anzupassen. Die alte Methode der Mitarbeitermotivation mit Zu-

ckerbrot und Peitsche hat ausgedient, so Regina Schulz von den Businessamazonen aus Weinstadt.

Der moderne Chef leitet seine Mitarbeiter, indem er ihnen die richtige Arbeitseinstellung vorlebt, sie in seine Vorhaben mit einbezieht und sie in ihrem Glauben an sich selbst und den Wert ihrer Arbeit ermutigt.

Trotz dieser gut gemeinten Strategien kommt es letztendlich darauf an, dass ein Chef sich gegenüber seinen Mitarbeitern durchsetzen kann. Aber genau das fällt weiblichen Chefs oft schwer. Frauen wollen als kompetente, partnerschaftliche Führungskräfte wahrgenommen werden. Sie wollen beliebt sein und sprechen Störfaktoren deswegen lieber erst gar nicht an. Dann machen sie eben die Arbeit von der Kollegin mit, wenn diese bereits zum fünften Mal in der Woche beschließt, früher Feierabend zu machen. Sie wird sich schon erkenntlich zeigen. Regina Schulz weiß: Das wird sie nicht.

Einem nachsichtigen Chef verweigern die Mitarbeiter mit der Zeit jeden Respekt. Wozu sollten sie auch Anweisungen befolgen, wenn sie wissen, dass sie sich davor drücken können. Regina Schulz warnt, wer „jedermanns Liebling“ sein will, läuft Gefahr „jedermanns Depp“ zu werden. Auch wenn es schwer fällt, es ist wichtig, sich aus der Harmonie-Falle zu befreien und Grenzen zu setzen. Nur so lassen sich Mitarbeiter auf Dauer führen.

Das Als-ob-Prinzip

Die Veränderungen in der hauswirtschaftlichen Branche sind unaufhaltsam, sagt Renate Wörner von der Diakonie Stetten. Die Frage ist nur, wie wir es schaffen sie in unserem Sinne mitzugestalten. Wer Entscheidungsträger von seinen Anliegen überzeugen will, muss zu guter Erst von sich selbst überzeugt sein. Die schüchterne graue Maus, die kaum wagt ihren Arm zur Meldung zu heben, wird bei Verhandlungen gerne übersehen. Darum ist es wichtig, selbstsicher aufzutreten. Am einfachsten geht das, wenn man seine Körperhaltung der gewünschten Einstellung anpasst. Regina Schulz demonstriert das den Teilnehmern auf der Fachtagung. Alle müssen aufstehen und sich selbstsicher hinstellen, also den Rücken gerade und die Schultern nach unten. Dann werden die Arme in einer anfeuernden Geste nach oben gerissen und alle rufen laut „Wir sind die Säulen unserer Einrichtungen!“ Man fühlt sich gleich viel bedeutsamer.

Ralf Klöber von KlöberKassel nennt diesen Trick das Als-ob-Prinzip. Ich tue so, als ob ich außerordentlich erfolgreich bin. Wer diese Rolle ernsthaft einnimmt, der

fühlt sich schließlich außerordentlich erfolgreich und wird von anderen als außerordentlich erfolgreich wahrgenommen. Eine ideale Basis, um die eigenen Ideen erfolgreich zu vermarkten.

Verhandlungssicherheit kann man lernen

Eine zuversichtliche Körperhaltung alleine reicht natürlich nicht aus, um seinen Vorgesetzten von der eigenen Idee zu überzeugen. Ralf Klöber erklärt, worauf es in Verhandlungsgesprächen ankommt. Zunächst einmal gilt es, sich auf das Gespräch vorzubereiten. Fangen Sie damit an, sich Gedanken zu machen, was Sie konkret (!) erreichen wollen. Den Einsatz von Reinigungsmitteln zu senken wäre hier zu wage. Eindeutiger ist es zu sagen, Sie möchten den Einsatz von Reinigungsmitteln um 2,5 Prozent senken. Dieses Ziel ist messbar und für alle Beteiligten verbindlich.

Stellen Sie sich aber darauf ein, dass verhandeln bedeutet, die Interessen aller Beteiligten auszuloten und Kompromisse zu finden. Das bedeutet nicht, dass Sie in allen Belangen nachgeben. Das Ergebnis der Verhandlung sollte zwischen Ihrem Mindest-Ziel und ihrem Traum-Ziel liegen. Wenn Sie sich über ihre Ziele im Klaren sind, geht es nun darum, welche Argumente Sie haben und mit welchen Argumenten die anderen Beteiligten aufwarten werden. Ist Ihr Chef ein Sicherheitsmensch, wird es Ihnen nicht helfen, die finanziellen Einsparungen zu betonen, die eine Reduktion von Reinigungsmitteln mit sich bringen würde. Ein Chef, dem das Wohl der Menschen am Herzen liegt, wird erst dann aufmerksam, wenn Sie die Gesundheitsrisiken auflisten, denen die Mitarbeiter durch einen erhöhten Gebrauch von Reinigungsmitteln ausgesetzt sind. Informieren Sie sich außerdem über den Gegenstand ihres Anliegens. Sie können nur mitreden, wenn der Vertreter eines Reinigungsmittelherstellers Ihrem Chef das neue Wundermittel mit Natronlauge verkaufen möchte, wenn Sie wissen, dass Natronlauge ideal ist, um organische Rückstände zu lösen und nebenbei die Haut und Oberflächen aus Aluminium gleich mit angreift. Zum Schluss, wenn das Gespräch beendet ist, rät Klöber, die Verhandlung zu resümieren. Überlegen Sie, was Ihnen gut gelungen ist und was Sie das nächste Mal besser machen werden.

Zum Vormerken: Im kommenden Jahr wird die Tagung der Diakonie Württemberg zusammen mit der LAG Hauswirtschaft sowie der Caritas erstmals gemeinsam veranstaltet – und zwar am 30. Juni 2015.

■ ANTONIA TIEDT