Mehr Generationen Haus

Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser II
Schwerpunktthema *Haushaltsnahe Dienstleistungen*
- Konzept -

Juli 2012

1. Rahmenbedingungen für Haushaltsnahe Dienstleistungen

Die stärkere Förderung und Inanspruchnahme Haushaltsnaher und Familienunterstützender Dienstleistungen ist ein Zukunftsthema in Deutschland. Vor allem ab der Mitte ihres Lebens sehen sich die Menschen mit vielfältigen Anforderungen konfrontiert: Erwerbstätigkeit, Partnerschaft, Familiengründung, häufig kommt noch die Pflege von älteren Angehörigen hinzu. Nach wie vor sind insbesondere Frauen betroffen. Denn in der Regel sind sie diejenigen, die die vielfältigen Anforderungen bewältigen und den Alltag organisieren, um Familie und Beruf vereinbaren zu können.

Diese Anforderungen gehen einher mit einem Fachkräftemangel, der auch eine Folge des demografischen Wandels ist. Demografisch bedingt verliert Deutschland jährlich bis zu mehreren Hunderttausend Erwerbspersonen. Um die Zukunftsfähigkeit zu sichern, müssen auf dem Arbeitsmarkt Hürden abgebaut werden, damit die Menschen ihre Erwerbspotenziale nutzen können. Bislang sind insbesondere viele Mütter in der Lebensphase, in der die Kinder noch klein sind, nicht oder nur stundenweise berufstätig. Viele von ihnen wollen aber gerne ihre Erwerbstätigkeit ausweiten. Diese Mütter sind das größte und das am schnellsten zu aktivierende Potenzial an Erwerbspersonen. Im Schnitt würden teilzeitbeschäftigte Mütter ihre vereinbarte Wochenarbeitszeit gerne um 3 Stunden erhöhen, geringfügig Beschäftigte sogar um 8 Stunden. Voraussetzung dafür ist die ausreichende Verfügbarkeit von geeigneten Kinderbetreuungs- und weiteren Unterstützungsangeboten.

Studien haben deutlich gemacht, dass insbesondere Mütter heute auch deshalb nicht im gewünschten Maße erwerbstätig sein können, weil ihnen Unterstützung bei der Haushaltsführung fehlt. Nach einer familienbedingten Erwerbspause wird der Wiedereinstieg in den Beruf auch aus diesem Grund aufgeschoben oder erfolgt nicht substanziell und nachhaltig genug. Haushaltsnahe Dienstleistungen können in besonderem Maße dazu beitragen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern und damit dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Hier will die Bundesregierung mit ihrer Demografiestrategie ansetzen, die u. a. eine verstärkte Förderung der Haushaltsnahen Dienstleistungen beinhaltet.[1] Dies kommt nicht nur Familien insgesamt zugute, sondern kann auch ganz konkret pflegende Angehörige entlasten. Darüber hinaus können Haushaltsnahe Dienstleistungen gerade ältere Menschen dabei unterstützen, möglichst

[1] Bundesministerium des Inneren (Hg.): Jedes Alter zählt. Demografiestrategie der Bundesregierung, Berlin 2012.

lange ihren Alltag weitgehend eigenständig in der vertrauten häuslichen Umgebung zu bewältigen.

Trotz dieses Bedarfs werden Haushaltsnahe Dienstleistungen in Deutschland – im internationalen Vergleich – bislang nur von wenigen Haushalten in Anspruch genommen. Nach einer aktuellen Studie im Auftrag des BMFSFJ nutzen lediglich 16 Prozent der Mütter und Väter zwischen 25 und 60 Jahren in Deutschland Haushaltsnahe Dienstleistungen.[2] Überwiegend sind dies Familien mit höheren und mittleren Einkommen. Aus ihrer Sicht stellen die Dienstleistungen eine reale Entlastung ihres Alltagsarrangements dar, die sie nicht mehr missen wollen.

Das Potenzial zur Nutzung Haushaltsnaher Dienstleistungen ist weitaus höher: 35 Prozent der Befragten gaben an, solche Leistungen bei verstärkter staatlicher Förderung nutzen zu wollen. Ein Hindernis sind die hohen Kosten, die zwei Drittel der Personen erwarten, die derzeit keine Haushaltsnahen Dienstleistungen nutzen. Es gibt aber auch starke kulturelle Barrieren: 60 Prozent derjenigen Familien, die keine Dienstleitungen nutzen, möchten keine fremden Personen in ihre Wohnräume lassen und knapp die Hälfte sagt, sie hätten ein schlechtes Gewissen, wenn sie Tätigkeiten erledigen lassen, die sie auch selbst verrichten könnten. Dahinter steht auch die Vorstellung, dass es in bestimmten Segmenten der Gesellschaft – insbesondere auch im ländlichen Raum – nicht sozial adäquat ist, jemanden im Haushalt zu beschäftigen. Darüber hinaus gibt es praktische Hürden: Etwas über die Hälfte derjenigen, die keine Dienstleistungen nutzen, schrecken vor dem organisatorischen Aufwand zurück und fast die Hälfte der Befragten sagt, dass sie keine geeigneten Stellen kennt, die ihnen eine professionelle Hilfe vermitteln könnten. Es bestehen also auch Informationsdefizite.

Eine Machbarkeitsstudie im Auftrag des BMFSFJ hat das Potenzial Haushaltsnaher Dienstleistungen für Mütter, die wieder in den Beruf einsteigen wollen, herausgearbeitet und Chancen und Möglichkeiten zur Förderung der Inanspruchnahme identifiziert.[3] Eine verstärkte Inanspruchnahme Haushaltsnaher Dienstleistungen hätte sowohl auf individueller wie auf volkswirtschaftlicher Seite positive Effekte: Zum einen wird die Erwerbstätigkeit von Müttern unterstützt, ihre soziale Absicherung wird verbessert und sie werden im Alltag entlastet. Zum anderen wird dadurch dem Fachkräftemangel begegnet, es ergeben sich Mehreinnahmen für die öffentliche Hand und Einsparungen von Transferleistungen.

Die Ergebnisse einschlägiger Studien zeigen, dass die stärkere Förderung Haushaltsnaher Dienstleistungen an der Nachfrage- wie an der Angebotsseite ansetzen muss.

[2] Vgl. hierzu und zu Folgendem: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Haushaltsnahe Dienstleistungen: Bedarfe und Motive beim beruflichen Wiedereinstieg, Berlin 2011, S. 10ff.
[3] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Machbarkeitsstudie „Haushaltsnahe Dienstleistungen für Wiedereinsteigerinnen“, Berlin 2011.

Aktuell wird die *Inanspruchnahme* von legal erbrachten Haushaltsnahen Dienstleistungen steuerlich gefördert (§ 35a EStG). 20 Prozent der Aufwendungen (Höchstbetrag für Erbringung durch Minijob: 510 Euro, sonst 4.000 Euro) für haushaltsnahe Dienstleistungen können in diesem Rahmen von der Steuerschuld abgezogen werden. Die Möglichkeit der Steuerermäßigung besteht seit dem Jahr 2006 und wurde 2009 noch einmal deutlich ausgeweitet.

Allerdings profitieren hiervon vor allem diejenigen Personenkreise, die (hohe) Steuern zahlen. Familien mit kleinen Erwerbseinkommen kommen damit nicht in den Genuss der Förderung haushaltsnaher Dienstleistungen. Zudem ist diese Förderung der Höhe nach schwer kalkulierbar und auch für viele angebotserbringende Personen häufig nicht attraktiv. Deshalb wird aktuell ein Großteil der Haushaltsnahen Dienstleitungen auf dem Schwarzmarkt erbracht. Die vorhandene Angebotsstruktur führt kaum zu einer Professionalisierung des Sektors. Die Folge ist eine mangelnde soziale Absicherung der im Markt für Haushaltsnahe Dienstleistungen Tätigen sowie ein hoher Verlust von Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen für den Fiskus. Es geht also auch darum, die Angebotsstruktur für Haushaltsnahe Dienstleistungen zu stärken und diejenigen, die diese Dienstleistungen im Haushalt *erbringen* – zumeist geringqualifizierte Frauen –, in sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse zu bringen.

Darüber hinaus ist der Markt unübersichtlich und auf lokaler Ebene fehlen häufig Strukturen, Angebot und Nachfrage besser zusammen zu bringen. Auch vor diesem Hintergrund liegt eine verstärkte Förderung der Inanspruchnahme Haushaltsnaher Dienstleistungen im Interesse der Bundesregierung.

Mit der Demografiestrategie verfolgt die Bundesregierung daher das Ziel, Familienunterstützende und Haushaltsnahe Dienstleistungen zu stärken. „Sie wird dazu in einem ersten Schritt in diesem Jahr ein Eckpunktepapier entwickeln, das sich insbesondere auf die Prüfung folgender Ansatzpunkte für eine bessere Förderung konzentriert:

- wie Familien mit erwerbstätigen Eltern oder pflegenden Angehörigen – insbesondere auch mit kleineren und mittleren Einkommen – durch eine einfachere und wirksamere Inanspruchnahme Haushaltsnaher Dienstleistungen entlastet und besser unterstützt werden können, wobei die Anzahl der im Haushalt zu versorgenden Kinder oder pflege- und hilfebedürftigen Personen beim Umfang der Entlastung Berücksichtigung finden soll,
- ob und gegebenenfalls wie Arbeitgeber dazu motiviert werden können, sich an den Kosten zu beteiligen, die ihren Beschäftigten durch die Inanspruchnahme Haushaltsnaher Dienstleistungen entstehen; dabei sind neben einkommensteuer- und sozialversicherungsrechtlichen Regelungen alle relevanten Maßnahmen in eine Betrachtung einzubeziehen,
- wie der Zugang zu qualitativ guten Haushaltsnahen Dienstleistungen durch transparentere Marktstrukturen, gezieltere Informationen und eine Aufwertung ihres Images verbessert werden kann,
- ob und gegebenenfalls wie überörtliche Aufgaben auf dem Markt für Haushaltsnahe Dienstleistungen auf eine deutschlandweite Servicestelle übertragen werden können, sodass – bei

Inanspruchnahme bestehender Verwaltungsstrukturen und unter Wahrung von Kostenneutralität – der Service für alle Beteiligten verbessert wird,
- wie eine Professionalisierung und damit eine Qualitätsverbesserung haushaltsbezogener Dienstleistungsangebote erreicht werden kann, zum Beispiel mit der Entwicklung eines Curriculums zur Qualifizierung für Haushaltsbezogene Dienstleistungen in Privathaushalten in Kooperation mit den Verbänden der Hauswirtschaft und der Bundesagentur für Arbeit."[4]

2. Ausgangslage der Häuser

Erfahrungen der wissenschaftlichen Begleitung im Aktionsprogramm I haben gezeigt, dass die überwiegende Zahl der Mehrgenerationenhäuser bereits Angebote im Bereich der Haushaltsnahen Dienstleistungen erbringt.

Mehrgenerationenhäuser bieten vielfältige Dienstleistungen selbst an und erreichen damit unterschiedliche Zielgruppen. Einen bedeutenden Anteil haben beispielweise Essensangebote. Viele Mehrgenerationenhäuser bieten offene Mittagstische in ihren eigenen Räumlichkeiten an oder liefern Essen an andere Einrichtungen oder an Haushalte. Zentral sind darüber hinaus ergänzende Betreuungsangebote jenseits professioneller Betreuungsdienstleistungen. Notfall-, Ferien- und Randzeitbetreuung für Kinder sind fester Bestandteil des Angebotsspektrums. Diese werden sowohl in den Mehrgenerationenhäusern selbst, als auch bei den betroffenen Familien zuhause erbracht. Zudem bieten Mehrgenerationenhäuser eine große Palette an weiteren Haushaltsnahen Dienstleistungen an: Diese reicht von Haushaltshilfen und Reinigungsdiensten über Gartenarbeiten und Reparaturservice bis hin zu Einkaufsservice und Begleit-, Boten- und Fahrdiensten. Eine Reihe von Mehrgenerationenhäusern hat zudem in den eigenen Räumlichkeiten einen Bügel- und Änderungsservice etabliert.

Als soziale Einrichtungen bieten Mehrgenerationenhäuser ihre Dienstleistungsangebote dabei häufig zu sozialverträglichen Preisen oder unentgeltlich an. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag, um einkommensschwachen Haushalten und Personenkreisen den Zugang zu entsprechenden Angeboten zu ermöglichen. Zum Teil werden die Dienstleistungen auch im Rahmen von Tauschbörsen und Nachbarschaftshilfe erbracht. Neben sozialversicherungspflichtig Beschäftigten oder öffentlich geförderten Personen kommen vor allem Freiwillig Engagierte zum Einsatz, die unentgeltlich oder gegen ein geringes Entgelt Dienstleistungen erbringen.

Mehrgenerationenhäuser sind nicht nur in der Erbringung sondern auch als lokale Vermittlungsstellen von Haushaltsnahen Dienstleistungen tätig. Dies gilt vor allem für verschiedene Betreuungsdienstleistungen (beispielsweise Babysitterdienste, Wunschgroßeltern, Randzeitbetreuung), aber auch für hauswirtschaftliche Dienste, einfache Handwerksdienste oder Begleit- und

[4] Bundesministerium des Inneren (Hg.): Jedes Alter zählt. Demografiestrategie der Bundesregierung, Berlin 2012, S. 14.

Besuchsdienste. Von großem Vorteil ist dabei, dass Mehrgenerationenhäuser im lokalen Umfeld breit vernetzt sind und dadurch einen guten Überblick über lokale Bedarfslagen besitzen. Dadurch können sie einerseits auf Angebotslücken gezielt durch eigene Dienstleistungen reagieren. Andererseits können sie die Rolle einer Beratungs- und Vermittlungsstelle einnehmen, wo Kooperationspartner und Anbieter im lokalen Umfeld bereits eine umfassende Angebotsstruktur bereitstellen. Dadurch wird eine Konkurrenzsituation vermieden und der lokale Markt für Haushaltsnahe Dienstleistungen gestärkt.

Eine besondere Stärke der Mehrgenerationenhäuser ist, dass sie über ihren niedrigschwelligen Zugang und die Ansprache aller Generationen eine Vielzahl unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen erreichen, die potentiell Bedarf an vermittelten oder selbst erbrachten Dienstleistungen haben. Mehrgenerationenhäuser sind damit auch Orte, wo Angebot und Nachfrage unmittelbar zusammen kommen. Die beteiligten Akteure und Personen sind bekannt, was wichtig ist, um erste Hemmnisse und Vorbehalte gegenüber Haushaltsnahen Dienstleistungen abzubauen. Somit übernehmen Mehrgenerationenhäuser vielerorts – neben der Erbringung und Vermittlung – auch eine wichtige Funktion als Informations- und Beratungsinstanz zur lokalen Angebotsstruktur oder allgemein zu Fragen rund um Haushaltsnahe Dienstleistungen.

Aktiv sind Mehrgenerationenhäuser auch im Bereich von Qualifizierungsmaßnahmen für dienstleistungserbringende Personen. Neben fachlichen Weiterbildungen zu Fragen der Dienstleistungserbringung, sind dies insbesondere auch beschäftigungsfördernde Maßnahmen beispielsweise durch gezielte Qualifizierungen für den Bereich hauswirtschaftlicher Tätigkeit. Zudem gibt es eine Reihe von Beispielen, in denen Mehrgenerationenhäuser Existenzgründungen im Bereich Haushaltsnaher Dienstleistungen unterstützen, indem sie z.B. Geschäftsräume zur Verfügung stellen, beratend zur Seite stehen und unmittelbar den Zugang zu Kundinnen und Kunden ermöglichen.

Mehrgenerationenhäuser haben damit schon jetzt eine wichtige Bedeutung als lokale Anlaufstellen für Haushaltsnahe Dienstleistungen. In ihrer Stellungnahme zum Achten Familienbericht führt die Bundesregierung zur Rolle der Mehrgenerationenhäuser bei der Ausweitung Haushaltsnaher Dienstleistungen aus:[5]

„Auf der örtlichen Ebene sind Mehrgenerationenhäuser, vergleichbare Einrichtungen oder auch z. B. im Land angesiedelte Anlaufstellen der Pflegeberatung sowie ambulante und stationäre Pflegeeinrichtungen wichtige Bausteine der Dienstleistungsinfrastruktur. Sie können vor Ort für die nötige Transparenz sorgen und so Angebote und Nachfrage näher zusammen bringen."

Das Aktionsprogramm II schließt unmittelbar an diese Perspektive an und entwickelt sie weiter. Vor dem Hintergrund der Demografiestrategie der Bundesregierung ist die Definition Haushalts-

[5] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Zeit für Familie. Familienzeitpolitik als Chance einer nachhaltigen Familienpolitik, Achter Familienbericht. Stellungnahme der Bundesregierung zum Bericht der Sachverständigenkommission, Bericht der Sachverständigenkommission, Berlin 2012, S. XVI

naher Dienstleistungen im Aktionsprogramm II daher konkretisiert und angepasst worden. Sie erfasst Dienstleistungen gegen Entgelt (vgl. Abb. 1). Dies bedeutet eine Veränderung gegenüber dem Verständnis von Haushaltsnahen Dienstleistungen im Aktionsprogramm I. Dort sind Dienstleistungen, die unentgeltlich (und zumeist durch Freiwillig Engagierte) erbracht wurden, in den Bereich Haushaltsnaher Dienstleistungen eingeschlossen gewesen. Dies ist mit der konkretisierten Fassung im Aktionsprogramm II nicht mehr der Fall und gilt beispielsweise auch für Dienstleistungen, die im Rahmen von Nachbarschaftshilfe oder Tauschringen angeboten werden.

Abb. 1: Definition Haushaltsnahe Dienstleistungen[6]

Der **Begriff Haushaltsnahe Dienstleistungen** umfasst Tätigkeiten, die
- gewöhnlich von den Haushaltsmitgliedern ohne vertiefte Spezialkenntnisse erbracht werden können,
- Entlastung im familiären Alltag des Privathaushaltes schaffen und
- von Außenstehenden gegen Entgelt im bzw. für den privaten Haushalt erbracht werden.

Dazu zählen u.a.
- hauswirtschaftliche Arbeiten wie Wohnungsreinigung, Wäschepflege und Gartenarbeiten, aber auch kleinere Instandhaltungs- und Reparaturtätigkeiten sowie
- personenbezogene Tätigkeiten wie die Betreuung, Pflege und Versorgung von Kindern oder die alltägliche Unterstützung von Pflegebedürftigen. Nicht eingeschlossen sind demnach pädagogische und medizinische Leistungen sowie spezialisierte Handwerkerleistungen.

Das konkretisierte Verständnis von Haushaltsnahen Dienstleistungen bringt Klarheit und bietet die Chance zur Professionalisierung. Mehrgenerationenhäuser haben das Potenzial, zur Entwicklung und weiteren Etablierung eines Markts für legale Haushaltsnahe Dienstleistungen im lokalen Umfeld beizutragen. Dieses Potenzial sollen sie zukünftig stärker ins Spiel bringen und gewinnbringend für sich nutzen. Gesellschaftliche Veränderungen und politische Rahmenbedingungen beinhalten Chancen, die im Rahmen des Aktionsprogramms II aufgegriffen werden sollen. Die Häuser können weiterhin auch unentgeltliche Dienstleistungen anbieten oder vermitteln. Sie sind dann anderen Handlungsschwerpunkten zuzuordnen und nicht Bestandteil Haushaltsnaher Dienstleistungen im Verständnis des Aktionsprogramms II. Die Erbringung von Haushaltsnahen Dienstleistungen gegen Entgelt schließt zudem eine sozialverträgliche Preisgestaltung keineswegs aus. Auch der Einsatz Freiwillig Engagierter ist in diesem Rahmen weiterhin möglich.

Ziel dieser Handreichung ist es daher, das Verständnis des Handlungsschwerpunktes Haushaltsnahe Dienstleistungen im Aktionsprogramm II klar auszuformulieren und konkrete Umsetzungsempfehlungen für die Häuser zu geben.

[6] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Machbarkeitsstudie „Haushaltsnahe Dienstleistungen für Wiedereinsteigerinnen“, Berlin 2011, S. 3.

3. Perspektiven für die einzelnen Angebotsarten

Mehrgenerationenhäuser bieten bereits ein breites Portfolio an Haushaltsnahen Dienstleistungen an. Prinzipiell decken sie damit die Bandbreite möglicher Angebote des Handlungsschwerpunktes im Aktionsprogramm II ab. Diese umfasst im Wesentlichen folgende Angebotsarten:

- Eigene Erbringung von Dienstleistungen gegen Entgelt
- Vermittlung entsprechender Dienstleistungen
- Informations- und Beratungsangebote rund um Haushaltsnahe Dienstleistungen
- Angebote zur Qualifizierung (inkl. Unterstützungsleistungen bei Existenzgründungen)

Zentrales Kriterium für die **eigene Erbringung Haushaltsnaher Dienstleistungen** ist, dass diese gegen Entgelt angeboten werden. Aktivitäten und Angebote, die zwar der Entlastung im Haushalt oder der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf dienen, jedoch unentgeltlich erbracht werden (sei es durch Freiwillig Engagierte oder durch andere), sind insofern nicht eingeschlossen. Nicht eingeschlossen sind darüber hinaus solche Angebote, die üblicherweise nicht durch Haushaltsmitglieder erbracht werden können, sondern wo eine Fachfirma oder Fachpersonal mit entsprechender Berufsausbildung benötigt wird.

Beispiele

- Regel-Kinderbetreuung in Form eines KITA-Betriebs des Mehrgenerationenhauses ist keine Haushaltsnahe Dienstleistung im Sinne des Aktionsprogramms II, sondern fällt in den Handlungsschwerpunkt „Integration und Bildung“. Aber: Kostenpflichtige Rand-, Ferien- und Notfallbetreuung oder Babysitter- und Betreuungsdienste, z.B. durch Personen, die eine Weiterbildung zur Tagesmutter/-vater durchlaufen haben, zählen zu Haushaltsnahen Dienstleistungen.
- Dienstleistungen im Bereich Handwerkerleistungen oder Gartenarbeiten zählen nicht zu Haushaltsnahen Dienstleistungen, wenn es sich um Fachleistungen handelt und dadurch Konkurrenz zu einer Fachfirma entsteht. Einfache Garten- und Handwerksarbeiten können dagegen Bestandteil Haushaltsnaher Dienstleistungen sein.

Die Palette möglicher Dienstleistungen ist breit gefächert. Zum einen kann es sich um hauswirtschaftliche Dienstleistungen in einem weiten Sinn handeln. Neben Dienstleistungen rund um Essenszubereitung, Wäsche, Reinigungs- und Putzdiensten sind einfach handwerkliche Tätigkeiten und Gartenarbeiten oder Hol-, Bring- und Transportdienste (z. B. Einkaufsservice) eingeschlossen. Zum anderen kann es sich um personenbezogene Dienstleistungen handeln. Neben Betreuungs- und Pflegedienstleistungen sind dies z.B. auch Begleit- oder Besuchsdienste.

Die Dienstleistungen können sowohl im Haushalt als auch im Mehrgenerationenhaus selbst oder in anderen Einrichtungen erbracht werden. Das Entgelt kann pro Nutzung der Leistung oder pro Stunde erhoben werden. Das Entgelt muss sich keineswegs an marktüblichen Preisen orientieren, sondern kann zielgruppenspezifisch bzw. an dem anvisierten Marktsegment ausgerichtet werden. Eine Professionalisierung der eigenen Erbringung sollte Ziel der Aktivitäten sein. Soweit sich dadurch tatsächlich marktübliche Preise realisieren lassen, bei professionellen Dienstleistungs-

anbietern liegen diese bei ca. 15-20€ pro Stunde, ist dies eine begrüßenswerte Entwicklung, aber nicht unabdingbar.

Die Auswertung des Selbstmonitoring (April/ Mai 2012) hat deutlich gemacht, dass ein großer Teil der Mehrgenerationenhäuser im Bereich der Erbringung Haushaltsnaher Dienstleistungen bereits aktiv sind. Ein Schwerpunkt liegt bislang auf Betreuungsdienstleistungen. Weiter ausbaufähig ist dagegen der Bereich hauswirtschaftlicher Dienstleistungen. Studien zeigen, dass hier ein Nachfragepotenzial existiert, das für legale Haushaltsnahe Dienstleistungen weiter erschlossen werden kann.[7]

Für die Umsetzung bedeutet das in einem ersten Schritt, das Thema Haushaltsnahe Dienstleistungen publikumswirksam aufzugreifen und eine Bedarfserhebung durchzuführen. Die Besucherinnen und Besucher der Häuser sollten zu möglichen Dienstleistungen informiert und bzgl. ihrer Wünsche und Bedarfe befragt werden. Auch das Umfeld sollte näher betrachtet werden. Welche möglichen Bedarfe ergeben sich aus der Zusammensetzung der Wohnbevölkerung? Welche Lücken lassen sich in der Angebotslandschaft ausmachen? Hier gilt es, gezielte und passgenaue Angebote (weiter) zu entwickeln. Diese sollten in einem weiteren Schritt zielgruppenspezifisch beworben werden, sowohl innerhalb der Häuser durch Informationsveranstaltungen, Aushänge und Ansprache der Besucherinnen und Besucher, als auch über die eigene Webseite und durch gezielte Werbung an geeigneten Stellen in der Öffentlichkeit. Vorhandene Angebote sollten schließlich immer wieder daraufhin überprüft werden, ob die Nutzerinnen und Nutzer mit ihnen zufrieden sind. Daran sollten sich Verbesserungen der Angebote orientieren.

Die Ergebnisse des Selbstmonitoring zeigen zudem, dass wesentliche Zielgruppen der Mehrgenerationenhäuser bisher Familien und ältere Menschen sind. Pflegebedürftige und vor allem pflegende Angehörige werden derzeit kaum von entsprechenden Angeboten erreicht. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels kann hier ein Entwicklungspotenzial für die Häuser in der Gewinnung zusätzlicher Ziel- bzw. Nutzergruppen Haushaltsnaher Dienstleistungen liegen. Der Markt ist hier durch professionelle Anbieter vielfach bereits gut erschlossen. Aber Mehrgenerationenhäuser können durch ihren niedrigschwelligen Zugang und das Vertrauen, das sie genießen, dazu beitragen, mögliche Vorbehalte abzubauen. Dadurch können sie Zugänge schaffen und adäquate Betreuungs- und Besuchsdienstleistungen oder Hilfen im Haushalt anbieten oder ggfs. vermitteln. Sie können beispielsweise auch für Beschäftigte lokaler Unternehmen Angebote entwickeln. Dafür können sie bereits vorhandene Kooperationen mit Betrieben und Unternehmen nutzen und die Möglichkeiten ausloten, entsprechende Dienstleistungen zu erbringen. Darüber hinaus sollten gezielt Ansprachekonzepte entwickelt werden, um das Mehrgenerationenhaus und seine Leistungen bei weiteren Betrieben im Umfeld bekannt zu machen.

[7] Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hg.): Haushaltsnahe Dienstleistungen in Hessen. Modul 1: Empirische Ermittlung des Bedarfs an haushaltsnahen Dienstleistungen, Hessen Agentur Report 721, Wiesbaden 2008, S. 14f.

Beispiele möglicher Angebote im Bereich eigene Erbringung

- (Offener) Mittagstisch: Im Mehrgenerationenhaus gibt es ein günstiges Mittagsangebot für verschiedene Zielgruppen, z.B. Familien, Schülerinnen und Schüler, ältere Menschen oder auch Firmenangehörige. Für ältere Menschen wird dies ggfs. mit einem Fahr- bzw. Bringdienst kombiniert oder es findet zudem eine Essensauslieferung für wenig mobile Personenkreise statt.
- Handwerks- und Reparaturservice / Gartenarbeiten: Freiwillig Engagierte erbringen gegen einen geringen Stundenlohn oder einen Fixpreis für Familien und insb. ältere Menschen entsprechende Leistungen, z. B. Lampen anhängen, Regale anbringen, Rasen mähen oder Hecken schneiden.
- Haushaltshilfe: Personen im ALG II Bezug werden im Bereich Hauswirtschaft weiter qualifiziert und sind im Mehrgenerationenhaus als mobile Haushaltshilfen eingestellt.
- Begleitservice: Freiwillig Engagierte begleiten ältere oder in ihrer Mobilität eingeschränkte Menschen gegen einen geringen Stundenlohn oder einen Fixpreis zum Einkaufen, zum Arzt oder bei Behördengängen.
- Betreuung: Geschulte Freiwillig Engagierte oder in der Tagespflege weiter qualifizierte Personen bieten flexible Kinderbetreuung nach Bedarf gegen Entgelt an: Randzeitbetreuung jenseits der Öffnungszeiten von Kita und Hort, klassische Babysittingdienste, Notfall- und Ferienbetreuung, Kinderbetreuung bei Veranstaltungen, z.B. für Firmen.

Nach den Ergebnissen des Selbstmonitoring spiegelt die Preisstruktur der Dienstleistungen, die die Häuser derzeit erbringen, ihren sozialen Anspruch wider, Angebote für alle Bevölkerungsgruppen zur Verfügung zu stellen. Ganz überwiegend werden Dienstleistungen zu günstigen sozialverträglichen Preisen angeboten. Möglich wird dies, weil u.a. Freiwillig Engagierte eingesetzt werden, die ihre Kenntnisse und Fertigkeiten sinnvoll einbringen wollen, um gerade einkommensschwachen Haushalten und Personengruppen Haushaltsnahe Dienstleistungen anbieten zu können. Hier liegt eine große Stärke der Mehrgenerationenhäuser, denn sie bedienen damit ein Marktsegment, das professionelle Anbieter in dem Bereich wirtschaftlich nicht abdecken können. Dies birgt jedoch zugleich die Gefahr, selbst nicht kostendeckend zu arbeiten. Allerdings gibt es auch Beispiele dafür, dass sich Mehrgenerationenhäuser auf dem regulären Markt für Haushaltsnahe Dienstleistungen mit marktüblichen Stundenpreisen als Dienstleistungsagenturen etablieren und auf diese Weise auch Beschäftigungsmöglichkeiten generieren konnten. Zielgruppen sind Haushalte, die bereit und in der Lage sind, entsprechende Preise zu zahlen, aber auch kleine Firmen, Agenturen etc., für die beispielsweise Reinigungsdienste verrichtet werden.

Beides sind mögliche Wege. Die Entwicklungspotenziale für die Häuser liegen darin, beide Bereiche zusammen zu bringen und – wo möglich – Dienstleistungen für beide Marktsegmente anzubieten. Dabei sollte die Preisstruktur gestaffelt und der Zahlungsfähigkeit (potenzieller) Kundinnen und Kunden angepasst werden. Eine systematische Erhebung der Zahlungsbereitschaft kann hier ein erster Schritt sein, die mögliche Preisspanne besser abzuschätzen. Verlässliche und professionell erbrachte Dienstleistungen rechtfertigen auch einen höheren bzw. marktüblichen Preis. Wo Haushaltsnahe Dienstleistungen durch angestelltes Personal erbracht werden,

ist dieser auch ökonomisch notwendig und die Mehrgenerationenhäuser sollten selbstbewusst und offensiv das Bewusstsein dafür stärken. Dienstleistungen zu sozialverträglichen Preisen haben demgegenüber eine andere Zielsetzung und unterstützen Bevölkerungsgruppen, die sonst auf dem regulären Markt aufgrund der Preisstruktur keine Nachfrage entfalten würden.

Die Preisstruktur ist eng mit der Frage danach verknüpft, welche Personenkreise im Segment der Erbringung der Haushaltsnahen Dienstleistungen gegen Entgelt eingesetzt werden. Denkbar sind sozialversicherungspflichtig Beschäftigte oder geringfügig Beschäftigte, Honorarkräfte, öffentlich geförderte Beschäftigte oder Freiwillig Engagierte. Vor dem Hintergrund der Kooperationsvereinbarung zwischen der Bundesagentur für Arbeit und dem BMFSFJ bietet sich dabei ggfs. auch eine Zusammenarbeit mit Jobcentern und Arbeitsagenturen an. Zur Verbesserung der Qualität der erbrachten Dienstleistungen sollten die Häuser ihre eingesetzten Kräfte regelmäßig schulen. Zudem sind arbeits- und versicherungsrechtliche Fragen zu bedenken und im Einzelfall zu klären. Beim Einsatz von Bundesfreiwilligen oder Freiwilligen aus den Jugendfreiwilligendiensten ist zu beachten, dass dieser arbeitsmarktneutral auszugestalten ist. Beschäftigungsmöglichkeiten dürfen dadurch nicht verhindert werden und im Falle der Unterstützung bei Haushaltsnahen Dienstleistungen muss gewährleistet sein, dass der Einsatz im sozialen Bereich erfolgt, also z. B. bei konkret hilfebedürftigen Personen.[8]

Darüber hinaus sind mit der Erbringung Haushaltsnaher Dienstleistungen eine Reihe organisatorischer, betriebswirtschaftlicher und steuerrechtlicher Fragen verbunden:

- In welcher Organisationsform werden die Dienstleistungen angeboten und welche rechtlichen Rahmenbedingungen müssen dabei beachtet werden?
- Welche Geschäftsmodelle kommen in Frage und was bedeutet das in betriebswirtschaftlicher Hinsicht?
- Welche steuerrechtlichen Fragen ergeben sich durch die wirtschaftliche Tätigkeit im Bereich Haushaltsnaher Dienstleistungen?

Berührt sind damit u.a. Fragen zur Gemeinnützigkeit bei Vereinen oder einer gGmbH, Fragen zum Zweckbetrieb, zur Körperschaftssteuerpflicht oder zur Umsatzsteuerpflicht. Daneben wird ein Geschäftskonzept benötigt, in dem u.a. auch Fragen der Preisgestaltung und der Buchführung bedacht sind. Auf diese Fragen gibt es daher keine für alle Mehrgenerationenhäuser gleichermaßen zutreffenden Antworten. Sie fallen vielmehr – je nach Haus – unterschiedlich aus und sind zudem abhängig von der jeweiligen Trägerstruktur und landesspezifischen Regelungen. Die Häuser kommen daher nicht umhin, die Klärung dieser Fragen selbst in die Hand zu nehmen und sich bei entsprechenden Stellen (u.a. Finanzamt, Mini-Job Zentrale, hauswirtschaftliche Verbände, Kammern etc.) zu informieren. Überdies können sie die vielfältigen Erfahrungen anderer

[8] Vgl. dazu die entsprechenden Ausführungen in: BMFSFJ (Hg.): Zeit, das Richtige zu tun. Freiwillig engagiert in Deutschland – Bundesfreiwilligendienst. Freiwilliges Soziales Jahr. Freiwilliges Ökologisches Jahr, Berlin 2011

Mehrgenerationenhäuser nutzen, z. B. im Rahmen von Fachtagen und Moderationskreistreffen, und sich über das Intranet austauschen.

Die **Vermittlung von Haushaltsnahen Dienstleistungen** hat zum Ziel, Angebote anderer Anbieter auf lokaler Ebene mit der Nachfrage zusammen zu bringen. Vor allem dann, wenn im Umfeld bereits Institutionen und Einrichtungen mit einem entsprechenden Angebot an Haushaltsnahe Dienstleistungen vorhanden sind, sollen diese nicht ebenfalls durch Mehrgenerationenhäuser angeboten werden. Hier bieten sich vielmehr Kooperationen und Informations- und Vermittlungsaktivitäten an. Für die vermittelten Dienstleistungen gelten im Aktionsprogramm II die gleichen Kriterien, wie oben genannt. D.h. die Dienstleistung als solche muss gegen Entgelt erbracht werden. Die Vermittlung selbst kann kostenlos erfolgen oder es kann dafür eine Vermittlungsgebühr erhoben werden. Abhängig wird dies vor allem davon sein, welcher Aufwand mit der Vermittlung betrieben wird und welchen Personaleinsatz dies bedeutet. Die Kostendeckung der Vermittlungsaktivitäten stellt in jedem Fall eine Herausforderung dar. Ein Gewinn für die Häuser kann mittelbar darin bestehen, über die Vermittlungstätigkeit neue Zielgruppen und Akteure zu erreichen, die sich – auch finanziell – für das Haus engagieren.

Die Ergebnisse des Selbstmonitoring zeigen, dass im Bereich der Vermittlung bereits eine große Zahl an Mehrgenerationenhäusern aktiv ist. Sie kann auf unterschiedlichem Wege erfolgen: Das Mehrgenerationenhaus kann unmittelbar Marktplatz sein, beispielsweise durch ein Schwarzes Brett für Haushaltsnahe Dienstleistungen oder durch eine systematische Aufnahme und Bearbeitung von Angeboten und Gesuchen. Kenntnisse der örtlichen Angebotslandschaft können zur Weitervermittlung genutzt werden. Soweit es Anbieter von Dienstleistungen direkt im Haus gibt, können diese gezielt beworben und vermittelt werden. Darüber hinaus kann das Mehrgenerationenhaus eine Vermittlungsdatenbank betreiben bzw. nutzen, um sich als Dienstleistungsdrehscheibe weiter zu etablieren. Hier können zudem eigene Angebote eingestellt und beworben werden.

Die **Vermittlungsdatenbank des Aktionsprogramms** **www.mehrgenerationenservice.de** stellt hier eine passgenaue Lösung bereit. Für die Häuser bietet sie die Möglichkeit, im Bereich Haushaltsnaher Dienstleistungen Aktivitäten zu entfalten und die Transparenz des lokalen Marktes zu erhöhen. Sie soll zukünftig stärker als bislang genutzt werden.

Bei der Nutzung der Vermittlungsdatenbank des Aktionsprogramms sind u.a. folgende Fragen zu bedenken:

- Welche Anbieter werden aufgrund welcher Kriterien aufgenommen?
- Wird die Qualität der Angebote und die Seriosität der Anbieter kontrolliert, z. B. über Qualifizierungsnachweise oder Führungszeugnisse?
- Wie kann dem Schwarzmarkt begegnet und sichergestellt werden, dass es sich um legale Dienstleistungsangebote handelt?

- Erfolgt die Aufnahme in die Datenbank gegen eine Aufnahmegebühr? Wird eine Vermittlungspauschale fällig?
- Wie lässt sich die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden der vermittelten Dienstleistung feststellen?
- Welche Konzepte gibt es, die Vermittlungsaktivitäten bekannt zu machen und umfassend vor Ort zu bewerben?

Vermittlungsdatenbank www.mehrgenerationenservice.de

Die Vermittlungsdatenbank ist ein Angebot, das im Aktionsprogramm I entwickelt wurde und allen Mehrgenerationenhäusern im Aktionsprogramm II kostenlos zur Verfügung steht. Dabei handelt es sich um eine webbasierte Plattform, über die jedes angemeldete Mehrgenerationenhaus seine Daten rund um die Vermittlung von Haushaltsnahen Dienstleistungen verwalten kann. Im Detail umfasst die Vermittlungsdatenbank folgende Funktionen, die insbesondere auf eine Arbeitserleichterung und die Qualitätssicherung bzw. -steigerung in diesem Bereich abzielen:

- Erfassung der Daten über einheitlich vorgegebene Fragebögen: Eine eigene Entwicklung von Fragebögen ist nicht nötig. Damit ist ein leichter Einstieg in die Vermittlungsdatenbank gegeben
- Erfassung der Daten ist auf Wunsch der Mehrgenerationenhäuser auch durch die Interessierten selbst möglich. Bei einer Registrierung auf der Website können die Fragebögen selbst ausgefüllt und aktuell gehalten werden. Das Mehrgenerationenhaus wird über neue Einträge im internen Bereich benachrichtigt.
- Erfassung der Daten ist auf Wunsch der Mehrgenerationenhäuser auch über handschriftlich ausgefüllte Fragebögen möglich, die das Mehrgenerationenhaus-Team "händisch" in die Datenbank überträgt
- Fragebögen stehen sowohl für die Vermittlung von Einzelpersonen als auch Institutionen zur Verfügung, so z. B. auch für die Aufnahme von Kooperationspartnern.
- Erleichterte Vermittlung durch eine systematische Dokumentation: Merklisten ("Wer kommt in Frage?"), Vorschläge ("Wer wurde vorgeschlagen?") und Vermittlungen ("Wer ist tatsächlich eingesetzt worden").
- E-Mail-Kommunikation direkt über die Vermittlungsdatenbank an einzelne Personen oder an eine ausgewählte Gruppe, jeweils mit automatischer Dokumentation.
- Verwaltung der Teammitglieder und deren Zugriffsrechte.
- Terminverwaltung, einschließlich Wiedervorlagen.
- Einhaltung des Datenschutz: Integration von Datenschutzhinweisen und Einverständniserklärungen
- Qualitätssicherung: Systematische Sichtung und Freischaltung von Angeboten sind in der Vermittlungsdatenbank vorgegeben. Empfohlen wird die Einhaltung des "Basischeck", der vor einer Vermittlung zu erfolgen hat. Dieser umfasst verschiedene Schritte (z.B. persönliches Gespräch vor der Vermittlung) und wird systematisch dokumentiert.

Aufgrund dieser Palette von Auswahlmöglichkeiten bestehen sehr unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten. Die Vermittlungsdatenbank ist daher sowohl für wenig betreuungsintensive Vermittlungen („Suchen-Finden-Börsen“) als auch für betreuungsintensive Vermittlungen einsetzbar. Jedes Mehrgenerationenhaus kann selbst entscheiden, wie intensiv es die Datenbank nutzen möchte – ganz nach dem eigenen Konzept. In der Praxis ergeben sich demnach unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten:

- Nutzung ausschließlich intern als Vermittlungsinstrument
- Veröffentlichung von Angeboten für die Nutzung als Informations-und Dienstleistungsdrehscheibe *(Achtung: personenbezogene Daten werden niemals im Internet angezeigt!),*
- Freischaltung der gebuchten Fragebögen, sodass Interessierte selbst Fragebögen ausfüllen können.

Onlinegestützte Lösungen werden zukünftig eine zunehmende Bedeutung in der Vermittlung Haushaltsnaher Dienstleistungen einnehmen. Häuser, die beim Aufbau entsprechender Vermittlungsaktivitäten bereits Erfahrungen gesammelt haben, sollten diese anderen Mehrgenerationenhäusern zur Verfügung stellen. Darüberhinaus werden im Zuge der wissenschaftlichen Begleitung konkrete Erfahrungen und Beispiele aufbereitet.

Beispiele möglicher Angebote im Bereich der Vermittlung

- Offener Treff als Marktplatz für Haushaltsnahe Dienstleistungen: Schwarzes Brett oder Auslage vorgefertigter Formulare, um Nachfrage und Angebot niedrigschwellig zu erheben.
- Mehrgenerationenhaus als Informationsumschlagplatz und Vermittlungsagentur: Telefonische oder schriftliche (Email) Annahme von Angeboten und Gesuchen und passgenaue Vermittlung.
- Vermittlung als Veranstaltungsformat: Durchführung von Dienstleistungsbörsen im Mehrgenerationenhaus, um über die lokale Angebotsstruktur mit Breitenwirkung zu informieren, Kooperationsbeziehungen zu knüpfen und Angebot und Nachfragen bedarfsorientiert zusammen zu bringen.
- Vermittlungsdatenbank: Etablierung eines „virtuellen“ Marktplatzes.

Selbst erbrachte oder vermittelte Dienstleistungen werden nur dann in Anspruch genommen, wenn sie bekannt sind. Sie müssen also beworben werden. Notwendig ist daher eine entsprechende Informations- und Öffentlichkeitsarbeit, die ins lokale Umfeld ausstrahlt. **Informations- und Beratungsangebote** rund um das Thema Haushaltsnahe Dienstleistungen sind ein wichtiges Betätigungsfeld für Mehrgenerationenhäuser. Laut den Ergebnissen des Selbstmonitoring sind die Häuser hier bislang vergleichsweise wenig aktiv.

Durch die breite Struktur ihrer Nutzerinnen und Nutzer und den niedrigschwelligen Zugang besteht jedoch ein großes Potenzial, mit vergleichsweise wenig Aufwand eine große Zahl an potentiellen Kundinnen und Kunden Haushaltsnaher Dienstleistungen zu erreichen. Dieses Potenzial sollten Mehrgenerationenhäuser nutzen und den Bereich der Beratungs- und Informationsangebote ausbauen. Dadurch kann ein Beitrag dazu geleistet werden, die öffentliche Wahrnehmung Haushaltsnaher Dienstleistungen weiter zu verbessern und die Nachfrage zu stärken. Die Häuser können sich im Feld der Haushaltsnahen Dienstleistungen als kompetenter Partner profilieren und in Kombination mit selbst erbrachten oder vermittelten Dienstleistungen das eigene Profil schärfen. Auf diese Weise werden sie attraktiver auch für neue Zielgruppen, was die Bekanntheit des Hauses steigert und dazu führen kann, neue Nutzergruppen auch für andere Angebote oder für Freiwilliges Engagement zu gewinnen.

Beispiele möglicher Informations- und Beratungsangebote

- Regelmäßige Informationsveranstaltungen zum Thema Haushaltsnahe Dienstleistungen.
- Tag der offenen Tür zum Themenfeld bzw. Durchführung von Dienstleistungsbörsen zur Information und Vermittlung.
- Einzelfallbezogene Beratung von Personen, die Dienstleistungen anbieten oder suchen.
- Beratung und Unterstützung von Personen, die sich mit einem Dienstleistungsangebot selbständig machen wollen.

Zielgruppen der Beratungs- und Informationsangebote können sowohl nachfragende als auch angebotserbringende Personen sein. Das Spektrum an möglichen Leistungen ist hier breit gefasst. Gründungsberatungen sind ebenso eingeschlossen, wie Informationen zur lokalen Angebotsstruktur, zur steuerlichen Förderung der Inanspruchnahme haushaltsnaher Dienstleistungen oder zur sozialrechtlichen Begünstigung geringfügiger Beschäftigungsverhältnisse in Privathaushalten (vgl. dazu z.B. die Informationen auf www.familienwegweiser.de unter dem Schlagwort „Haushaltsnahe Dienstleistungen“).

Auch im Bereich der **Qualifizierung** besteht laut Ergebnissen des Selbstmonitoring noch ein großer Entwicklungsbedarf, aber auch ein großes Potenzial. Es sind vielfältige Angebote vorstellbar, die Personen, die Haushaltsnahe Dienstleistungen anbieten möchten, sinnvoll unterstützen. Qualifizierungsangebote dienen nicht nur zur Steigerung der Qualität der erbrachten Dienstleistungen, sondern stärken auch die Identifikation mit dem Haus und verbessern die Zusammenarbeit.

Zu denken ist vor allem an niedrigschwellige Qualifizierungsangebote, welche die Häuser selbst oder in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern erbringen können, wie etwa Qualifizierungen im Bereich Babysitting, Erste-Hilfe bei Kindern, Pflege- oder Hauswirtschaftskurse. Auch Schulungen zur Verbesserung der Sicherheit im Kundenkontakt sind hier zu nennen. Darüber hinaus kann es sich um Maßnahmen handeln, die der Wiedereingliederung bzw. der Förderung der Beschäftigungsfähigkeit dienen, etwa Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich Hauswirtschaft oder die Qualifizierung von Tagesmüttern und Tagesvätern. In diesem Fall sollte verstärkt auf eine Zusammenarbeit mit Jobcentern und Arbeitsagenturen hingearbeitet werden. Hier bieten sich Chancen, die Kooperationsvereinbarung zwischen der Bundesagentur für Arbeit und dem BMFSFJ konkret auszugestalten und auf lokaler Ebene die Zusammenarbeit zu stärken. Gemeinsam mit dem Jobcenter sollten Möglichkeiten ausgelotet werden, entsprechende Qualifizierungen durchzuführen.

Im Rahmen des Bundesprogramms „Perspektive Wiedereinstieg“ werden derzeit verschiedene Informationsmaterialien sowie ein Curriculum für eine Qualifizierungsmaßnahme im Bereich Haushaltsnahe Dienstleistungen erarbeitet. Zertifiziert wird dies durch die Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft. Auf diese Materialien kann bei der Planung und Durchführung eigener Aktivitäten im Bereich Information, Beratung und Qualifizierung zukünftig ggfs. zurückgegriffen werden.[9]

Auf diese Weise können Mehrgenerationenhäuser auch dazu beitragen, Existenzgründungen im Bereich Haushaltsnahe Dienstleistungen zu fördern. Entsprechende Beratungs- und Unterstützungsangebote können das flankieren. Eine konkrete Unterstützungsmaßnahme der Häuser für

[9] Vgl. dazu: http://www.perspektive-wiedereinstieg.de/.

Existenzgründerinnen und -gründer ist die kostengünstige Vermietung von Räumlichkeiten im Mehrgenerationenhaus. Zudem können sie deren Angebote bewerben und weiter vermitteln.

4. Mehrgenerationenhäuser als lokale Akteure zur Förderung Haushaltsnaher Dienstleistungen – Zielperspektiven und Gewinn für die Häuser

Für Mehrgenerationenhäuser ergeben sich somit vielfältige Perspektiven und Chancen, sich als lokale Akteure zur Förderung Haushaltsnaher Dienstleistungen zu profilieren. Diese lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Mehrgenerationenhäuser tragen durch entsprechende Angebote dazu bei, die Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Pflegeaufgaben zu verbessern. So können insbesondere Mütter bei ihrem Wiedereinstieg in den Beruf nach der Familienphase entlastet werden. Ältere Menschen werden in der selbständigen Gestaltung ihres Alltags unterstützt. Darüber hinaus kann die Beschäftigungsfähigkeit angebotserbringender Personen erhöht werden. Die Schaffung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten ist ebenso wünschenswert, wie die Unterstützung und Begleitung von Existenzgründungen im Bereich Haushaltsnaher Dienstleistungen.

Eine besondere Stärke von Mehrgenerationenhäusern ist, dass sie unterschiedlichen Zielgruppen und Generationen einen niedrigschwelligen Zugang zu einer Vielzahl an Angeboten ermöglichen. Das Thema Haushaltsnahe Dienstleistungen kann auf diese Weise in die Breite kommuniziert werden. Zugleich können Angebote im Bereich Haushaltsnahe Dienstleistungen das Profil der Mehrgenerationenhäuser schärfen. Mehrgenerationenhäuser entwickeln sich weiter zu Drehscheiben für Haushaltsnahe Dienstleistungen vor Ort. Sie sind zentrale Ansprechpartner für das Thema und gewinnen ein Alleinstellungsmerkmal.

Angebote im Bereich Haushaltsnahe Dienstleistungen tragen dazu bei, Mehrgenerationenhäuser auch für neue Zielgruppen attraktiver machen. Haushaltsnahe Dienstleistungen können Türöffner sein, bislang nicht erreichte Personengruppen auch für Angebote in anderen Handlungsschwerpunkten zu gewinnen oder zur Mitarbeit im Mehrgenerationenhaus zu motivieren. Darüber hinaus können Aktivitäten im Bereich Haushaltsnahe Dienstleistungen den Zugang zu neuen Akteuren und Kooperationspartnern eröffnen oder vorhandene Kooperationsbeziehungen intensivieren.

Durch vielfältige und attraktive Angebote sprechen Mehrgenerationenhäuser breite Bevölkerungskreise an. Die soziale Ausgestaltung der Preisstruktur eröffnet vor allen einkommensschwachen Haushalten den Zugang zu alltagserleichternden Dienstleistungen. Durch eine entsprechende Preisstaffelung kann ggfs. auch ein Beitrag zur Sicherung der eigenen finanziellen Nachhaltigkeit geleistet werden. Insgesamt kann dies ein Weg für Mehrgenerationenhäuser sein, die eigene Position im lokalen Umfeld zu stärken.

Perspektivisch tragen Mehrgenerationenhäuser durch ihre Aktivitäten dazu bei, die öffentliche Wahrnehmung und die Nutzung Haushaltsnaher Dienstleistungen zu verbessern sowie die Markttransparenz zu erhöhen. Durch entsprechende Qualifizierungsangebote kann die Attraktivität des Berufsfelds gesteigert werden. Auf diese Weise können Mehrgenerationenhäuser eine wichtige Rolle bei der Etablierung eines lokalen Markts für Haushaltsnahe Dienstleistungen einnehmen.

5. Weiterführende Literatur und Programme

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Dossier: Familien unterstützende Dienstleistungen – Förderung haushaltsnaher Infrastruktur, Berlin 2008.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Machbarkeitsstudie „Haushaltsnahe Dienstleistungen für Wiedereinsteigerinnen“, Berlin 2011.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Haushaltsnahe Dienstleistungen: Bedarfe und Motive beim beruflichen Wiedereinstieg, Berlin 2011.

Emminghaus, Christoph / Staats, Melanie / Gess, Christopher (Hg.): Lokale Infrastruktur für alle Generationen. Ergebnisse aus dem Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser, Bielefeld 2012 (Kapitel 8: Haushaltsnahe Dienstleistungen).

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hg.): Haushaltsnahe Dienstleistungen in Hessen. Modul 1: Empirische Ermittlung des Bedarfs an haushaltsnahen Dienstleistungen, Hessen Agentur Report 721, Wiesbaden 2008.

Programm Perspektive Wiedereinstieg: http://www.perspektive-wiedereinstieg.de/