

IFOK.



Institut der deutschen
Wirtschaft Köln



Institut der deutschen
Wirtschaft Köln *Consult GmbH*

Abschlussbericht

Berichtszeitraum: Januar 2014 – Dezember 2014

Professionalisierung haushaltsnaher Dienstleistungen durch Entwicklung und Etablierung von Qualitätsstandards

Auszug - Machbarkeitsanalyse

IFOK GmbH in Zusammenarbeit mit dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln und dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH

Berlin/Köln, 31. Dezember 2014

Inhaltsverzeichnis

1. Die Machbarkeitsanalyse	2
Hintergrund und Ziele der Studie	3
Wie Qualitätsstandards den HDL-Markt aktivieren können.....	5
Strukturelle Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung.....	6
Inhaltliche Ausgestaltung einheitlicher Qualitätsstandards	9
Konzeptionelle Überlegungen	10
Handlungsempfehlungen für die Politik.....	13

Professionalisierung haushaltsnaher Dienstleistungen durch Entwicklung und Etablierung von Qualitätsstandards

Die Machbarkeitsanalyse

Inhalt

Hintergrund und Ziele der Studie

Wie Qualitätsstandards den HDL-Markt aktivieren können

Strukturelle Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung

Inhaltliche Ausgestaltung einheitlicher Qualitätsstandards

Konzeptionelle Überlegungen

Handlungsempfehlungen für die Politik

Hintergrund und Ziele der Studie

Der Markt für haushaltsnahe Dienstleistungen (HDL) ist mit rund einer Million Beschäftigten zu einem wichtigen Wirtschaftszweig in Deutschland herangewachsen und gilt trotz seiner Heterogenität und Fragmentierung als Wachstumsmarkt. Das Nachfragepotenzial unter den Privathaushalten wird auf insgesamt rund 40 Prozent geschätzt, bisher jedoch nicht ausgeschöpft. Nur rund 12 Prozent aller Haushalte nehmen legale haushaltsnahe Dienstleistungen in Anspruch. Ein Großteil bezieht haushaltsnahe Dienstleistungen illegal. Je nach Studie wird der Anteil des so genannten „Schwarzmarkts“ auf 68 Prozent oder 88 Prozent geschätzt. Vor diesem Hintergrund hat das BMWi die Dynamisierungswirkung von Qualitätsstandards auf den HDL-Markt untersuchen lassen. Die Studie von IFOK, IW Köln und IW Köln Consult ist dabei drei Fragekomplexen nachgegangen:

1. Welche positiven **Effekte** können durch Qualitätskriterien für haushaltsnahe Dienstleistungen mit Blick auf die Markttransparenz, das Vertrauen und die Nachfrage der Kunden sowie die Chancen von Unternehmen, sich am Markt zu behaupten, erreicht werden?
2. Was sind die zentralen **Merkmale** von Qualitätsstandards?
3. Wie kann die **Verankerung** der Qualitätsstandards erfolgen?

Dabei wurden ausschließlich sachbezogene Dienstleistungen (zum Beispiel Reinigen, Bring- und Holdienste etc.) in den Blick genommen. Personenbezogene Dienstleistungen wie Kinderbetreuung oder pflegeunterstützende Dienste wurden nicht berücksichtigt da sich die Anforderungen an die Erbringung personenbezogener Dienstleistungen deutlich von denen der sachbezogenen unterscheiden. Während für den Kunden bei sachbezogenen Dienstleistungen in der Regel das Resultat (z.B. saubere Wohnung) im Vordergrund steht, ist bei personenbezogenen Dienstleistungen der Verlauf der Dienstleistungserbringung zentral, also wie die Betreuungspersonen mit den ihr anvertrauten Kindern oder Pflegebedürftigen umgeht und welche Erziehungskonzepte sie anwendet.

Das Untersuchungsdesign der Studie gliedert sich entsprechend der drei Leitfragen in **drei Untersuchungskomplexe**:

1. **Die Effekte:** Im ersten Untersuchungskomplex wurden die Effekte von Qualitätskriterien hinsichtlich Markttransparenz, Kundenvertrauen und Nachfrage sowie Marktetablierung untersucht.
2. **Die Merkmale:** Der zweite Untersuchungskomplex widmete sich den Qualitätskriterien und der Frage, welche Kriterien aus Anbietersicht machbar, aus Kundensicht wünschenswert und aus Expertensicht effektiv sind.
3. **Die Verankerung:** Die Frage der Implementierung und Etablierung von Qualitätskriterien wurde im dritten Untersuchungskomplex untersucht.
4. Ergänzend dazu wurde eine **Medienanalyse (Untersuchungskomplex 4)** zur öffentlichen Medienwahrnehmung von Online-Vermittlungsplattformen durchgeführt.

Auf Basis der Analyseergebnisse wurde die nachfolgend beschriebene Machbarkeitsanalyse durchgeführt. Sie zeigt dem BMWi sowie Unternehmensvertreterinnen und -vertreter konkrete Ansatzpunkte zur Entwicklung und Etablierung von Qualitätsstandards auf.

Exkurs: haushaltsnahe Dienstleistungen – ein heterogener Markt

Der Markt für haushaltsnahe Dienstleistungen ist heterogen und geprägt von einer Vielzahl verschiedener Geschäftsmodelle. Es gibt klassische Agenturen und selbstständige Einzelunternehmerinnen und -unternehmer und – seit Beginn des Jahres 2014 – zunehmend mehr online-basierte Geschäftsmodelle:

Tabelle 1: Übersicht der Anbieter haushaltsnaher Dienstleistungen

Klassische Anbieter	Online-Anbieter
Dienstleistungsagenturen	Vermittlungsplattformen
Vermittlungsagenturen	E-Marketplaces
Selbstständige Einzelunternehmerinnen und Einzelunternehmer	---

Die Geschäftsmodelle unterscheiden sich insbesondere hinsichtlich der Beschäftigungsformen. Während Vermittlungsagenturen und E-Marketplaces selbstständige Einzelunternehmerinnen und -unternehmer vermitteln und nur geringfügig Einfluss auf die Vertragsgestaltung zwischen Dienstleistungserbringerin bzw. -erbringer und Kundinnen und Kunden nehmen können, verfügen Dienstleistungsagenturen über fest angestelltes Personal und regeln die vertraglichen Fragen direkt mit den Kundinnen und Kunden. Vermittlungsplattformen (online) sind zwischen diesen beiden Modellen angesiedelt: Sie beauftragen selbstständige Einzelunternehmerinnen und -unternehmer, schließen die Verträge aber direkt mit den Kundinnen und Kunden ab. Daneben sind selbstständige Dienstleisterinnen und Dienstleistern – ohne Vermittlung – am Markt aktiv.

Abbildung 1: Skizzierung der Geschäftsmodelle



Die Vielfalt und Unterschiedlichkeit der Geschäftsmodelle muss bei der Entwicklung und Umsetzung von Qualitätsstandards berücksichtigt werden.

Wie Qualitätsstandards den HDL-Markt aktivieren können

Wenn die Analyse der drei Untersuchungskomplexe eines gezeigt hat, so dass sich einheitliche Qualitätsstandards positiv auf die Entwicklung des Wirtschaftszweig der haushaltsnahen Dienstleistungen auswirken, da sie ...

- die Transparenz und Sicherheit für die Kunden erhöhen.
- zu mehr Qualität und damit zu zufriedenen Kunden führen.
- das Image der Branche und die Wertschätzung für die Dienstleistung verbessern.
- gute Arbeitsbedingungen und damit die Arbeitgeberattraktivität für Beschäftigte fördern.¹

Dabei müssen – wie die vorangegangene Analyse zeigt – verschiedene Aspekte berücksichtigt werden. So darf die Einführung von einheitlichen Qualitätsstandards nicht zu deutlichen Mehrkosten auf Kunden- und Unternehmensseite führen. Die marktgängigen Preisspannen für haushaltsnahe Dienstleistungen sind sehr eng, höhere Preise mithin kaum durchsetzbar. Zudem müssen Qualitätsstandards so gestaltet werden, dass sie für die Kunden einfach und nachvollziehbar, und für Anbieter gut umsetz- und nachweisbar sind.

Nachfolgend werden die zentralen Aspekte zur Etablierung von Qualitätsstandards im Hinblick auf Struktur, Inhalte und Umsetzung dargestellt.

¹ Quelle: Interviews im Rahmen des Untersuchungskomplexes 1 – Die Effekte

Strukturelle Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung

Für die erfolgreiche Verankerung von Qualitätsstandards für haushaltsnahe Dienstleistungen gilt es, – das zeigen die Ergebnisse des Untersuchungskomplexes 3 – Die Verankerung –, verschiedene strukturelle Voraussetzungen zu erfüllen.

Kaum Spielraum bei den Kosten

Der mit der Implementierung einheitlicher Qualitätsstandards verbundene Aufwand sollte für die Anbieter so gering wie möglich sein. Andernfalls müssen die Kosten auf die Kunden umgelegt werden. Da es sich jedoch um einen sehr preissensiblen Markt mit engen die Preisspannen handelt, sind höhere Preise schwer durchsetzbar. Zwar zeigt die Untersuchung, dass ein Teil der privaten Kunden durchaus bereit ist, einen Aufpreis für einheitliche Qualitätsstandards zu zahlen, insbesondere wenn diese verbindlich garantiert werden. Ebenso viele aber äußerten keine Bereitschaft. Es muss also davon ausgegangen werden, dass der Verlust an Kunden durch Preiserhöhungen die positive Entwicklung des Marktes gefährden würde.

Noch aus einer anderen Perspektive betrachtet, ist der Kostenaspekt zentral: Der HDL-Markt setzt sich aus einer Vielzahl von Klein- und Kleinstunternehmen sowie Selbstständigen zusammen; sie können sich keinen zusätzlichen Aufwand für die Implementierung neuer bzw. erweiterter Qualitätsstandards leisten. Bei der Entwicklung der Standards sollte daher darauf geachtet werden, dass sich vor allem auch kleine Anbieter den Prozess leisten können.

Je höher die Verbindlichkeit desto größer die Effekte

Die Verankerung einheitlicher Qualitätsstandards kann auf unterschiedliche Art und Weise erfolgen, mit jeweils verschiedener Wirkung. In der Studie wurden drei grundlegende Varianten unterschieden:

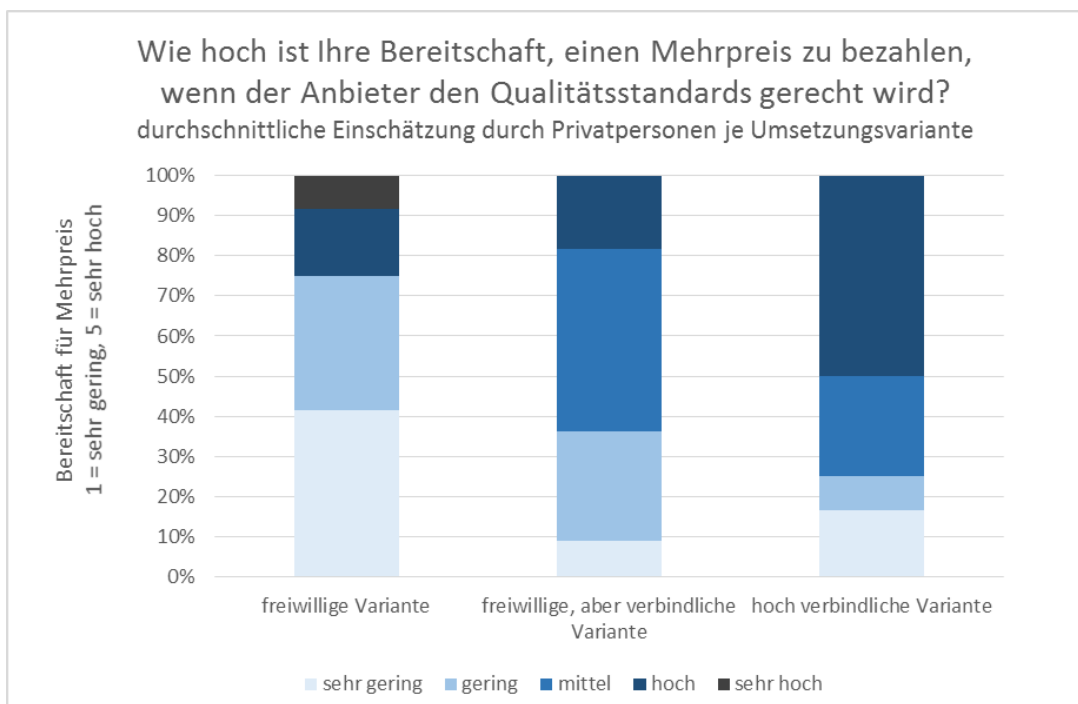
1. **freiwillig**,² z.B. in Form einer standardisierten Selbstverpflichtung und Selbstkontrolle
2. **freiwillig, aber verbindlich**, z.B. in Form einer DIN-Norm, DIN-Spezifikation, o.ä.; eine Zertifizierung ist nicht vorgeschrieben
3. **hochverbindlich**, z.B. in Form eines geprüften Qualitäts- oder Gütesiegels und damit verbundener Zertifizierung

Alle drei Varianten haben Vor- und Nachteile für Anbieter und Kunden. Während die freiwillige Variante Anbietern größtmöglichen Gestaltungsspielraum lässt, hat die hochverbindliche Variante die größte Wirkung im Hinblick auf das Image des Wirtschaftszweiges und die Wertschätzung der Dienstleistung.

² Erläuterung zum Begriff der Freiwilligkeit: Der Begriff steht hier für den Aspekt, dass die Unternehmen sich in einem nicht-institutionalisiertem und begleitetem Verfahren selbstständig der Einhaltung von Qualitätskriterien verschreiben. Selbstverständlich ist auch die Teilnahme an institutionalisierten Verfahren, wie einer Zertifizierung oder einem Gütesiegel freiwillig. Diese werden jedoch aufgrund festgeschriebener und geprüfter Prozesse als freiwillig, aber verbindlich kategorisiert.

Wie im Rahmen der qualitativen Interviews deutlich wurde, befürworten vor allem engagierte Unternehmen und Verbände eher eine höher verbindliche Variante, da sie sich so stärker von der breiten Masse abheben können. Die Meinung der interviewten Privatkunden hingegen (tatsächliche wie potenzielle) ist zweigeteilt. Während die eine Hälfte mit der freiwilligen Variante zufrieden ist, bevorzugt die andere die hoch verbindliche Variante. Insgesamt steigt jedoch die Zahlungsbereitschaft mit zunehmender Verbindlichkeit.

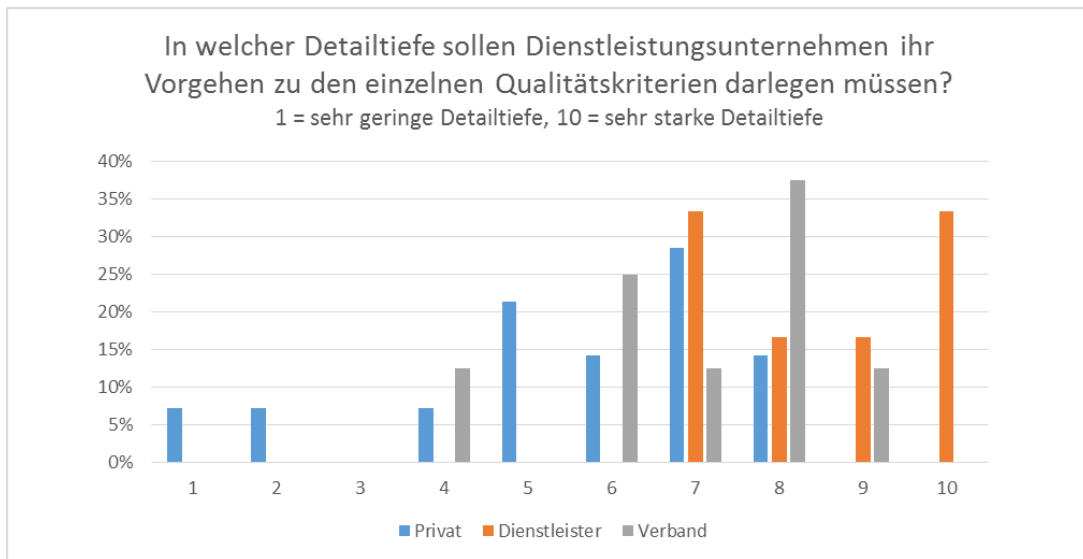
Abbildung 2: Bereitschaft der Privatpersonen für einen Mehraufwand je nach Umsetzungsvariante in Prozent (n=12)



Zu detailliert ist zu komplex

Wie detailliert darf die Qualität erfasst werden? In dieser Frage zeigte sich bei den befragten Kunden die Tendenz, dass ein mittlerer Grad an Detailinformationen zu den einzelnen Kriterien ausreichend ist. Unternehmen und Verbände hingegen präferieren einen höheren Detaillierungsgrad, da die Einhaltung so besser gewährleistet werden könne. Andererseits sehen sie durchaus, dass der Aufwand für Anbieter mit wachsendem Detaillierungsgrad steigt (zum Beispiel für die Dokumentation) und damit letztlich auch der Preis der Dienstleistung.

Abbildung 3: Präferierte Detailtiefe für die Darlegung der Qualitätskriterien nach Akteursgruppen
(n = 14 Privatpersonen, 6 Dienstleister, 8 Verbände)



Fazit: Das richtige Maß liegt in der Mitte

Die Antworten von Anbietern, Verbänden und Privatkunden zeigt, dass die mittlere Variante in beiden Fällen die geeignete ist: mittlere Verbindlichkeit und mittlere Detailtiefe.

Die freiwillige Selbstverpflichtung reicht nicht aus, um einheitliche Qualitätsstandards für den gesamten Wirtschaftszeit zu etablieren. Angesichts des hohen Wettbewerbs- und Preisdrucks ist das Risiko hoch, dass das Qualitätsversprechen nicht eingehalten wird und die Initiative als „leere Image-Kampagne“ verhallt. Dieses besteht bei der hochverbindlichen Variante (Zertifizierung) zwar nicht, jedoch besteht die Gefahr der Exklusion. Der mit der Einführung und Sicherung der Qualitätsstandards verbundene Aufwand (Implementierung, Dokumentation, Nachweispflicht etc.) ist sowohl finanziell als auch organisatorisch für einen großen Teil der Anbieter zu hoch. Sie könnten sich eine Zertifizierung nicht leisten und würden damit gegenüber den finanzstärkeren, größeren Anbietern einen erheblichen Wettbewerbsnachteil erfahren.

Die mittelverbindliche Variante mit einer mittleren Detailtiefe gewährleistet einen überschaubaren Aufwand für die Anbieter und damit eine geringe Preiserhöhung für die Kunden. Zwar kann sie keine Standards setzen und eine gewisse, aber keine absolute Sicherheit schafft, ist aber für alle Anbieter zugänglich und umsetzbar, wirkt somit also inklusiv.

Inhaltliche Ausgestaltung einheitlicher Qualitätsstandards

Vertrauen, Sorgfalt und Zuverlässigkeit sind wichtiger als Qualifikationen

Über die Zahlungsbereitschaft der Kunden entscheidet nicht allein der Preis der Dienstleistung. Die Umfragen haben gezeigt, dass eine Reihe von Kriterien ausschlaggebend ist für die Inanspruchnahme von haushaltsnahen Dienstleistungen. Als zentrale Kriterien haben sich folgende fünf herauskristallisiert:

- Vertrauenswürdigkeit
- Zuverlässigkeit
- Sorgfalt
- Kompetenzen
- Beratung und Service

Die Kriterien der Vertrauenswürdigkeit, Zuverlässigkeit und Sorgfalt sind für die Kundinnen und Kunden dabei von besonderer Wichtigkeit, wobei es je nach Lebensphase Unterschiede gibt.

Vertrauenswürdigkeit wird besonders dann hochgewertet, wenn es sich um Dienstleistungen innerhalb der Wohnung handelt. Zuverlässigkeit dagegen wird wichtiger, wenn es sich um Arbeiten außerhalb der „eigenen vier Wände“ handelt. Personen, die die Unterstützung im Haushalt aus beruflichen Gründen in Anspruch nehmen, fordern etwas mehr Zuverlässigkeit als solche, die sie aus familiären Gründen in Anspruch nehmen. Hier hat der Preis einen etwas höheren Stellenwert. Auch mit Blick auf das Alter sind Unterschiede erkennbar: Während die Sorgfalt für jüngere Kunden (18-44) etwas wichtiger ist als für Ältere (ab 65), ist für letztere der Preis geringfügig entscheidender. Einigkeit hingegen besteht mit Blick auf die Qualifikationen und Kompetenzen der Dienstleistungserbringer. Sie sind aus Kundensicht eher zweitrangig. Wer sorgfältig arbeitet – so ließe sich die Kundenmeinung zusammenfassen – braucht keine Zeugnisse bzw. Kompetenznachweise.

Qualität beurteilen

Woran erkennen Kunden, dass die sechs Kriterien erfüllt wurden? Hierzu haben insbesondere die Literatur- und die Fragen im Zusammenhang mit der Conjoint-Analyse wertvolle Hinweise geliefert, die als Basis für die Entwicklung von Qualitätsindikatoren für die sechs Qualitätsbereiche dienen können:

Tabelle 2: Qualitätsindikatoren

Vertrauenswürdigkeit	Zuverlässigkeit	Sorgfalt	Kompetenzen	Beratung und Service
Diskretion	Pünktlichkeit	Gründlichkeit	Fachwissen	gute Arbeitsbedingungen (u.a. Schulungen und Leitfäden)
Verantwortlichkeit	Ausfallmanagement	Umsicht	Einfühlungsvermögen	Faire Löhne
Transparenz			Kommunikation	Kundenbefragungen
			nachhaltiges, umwelt- und gesundheitsschonendes Verhalten	Qualitätskontrollen
				Neutrale, kundenorientierte Beratung
				Beschwerdemanagement
				Ausfallmanagement
				Prozessstandards
				Vertragsgestaltung

Die Indikatoren können je nach Umsetzungsvariante und Detailtiefe einzeln nachgewiesen und skaliert werden.

Konzeptionelle Überlegungen

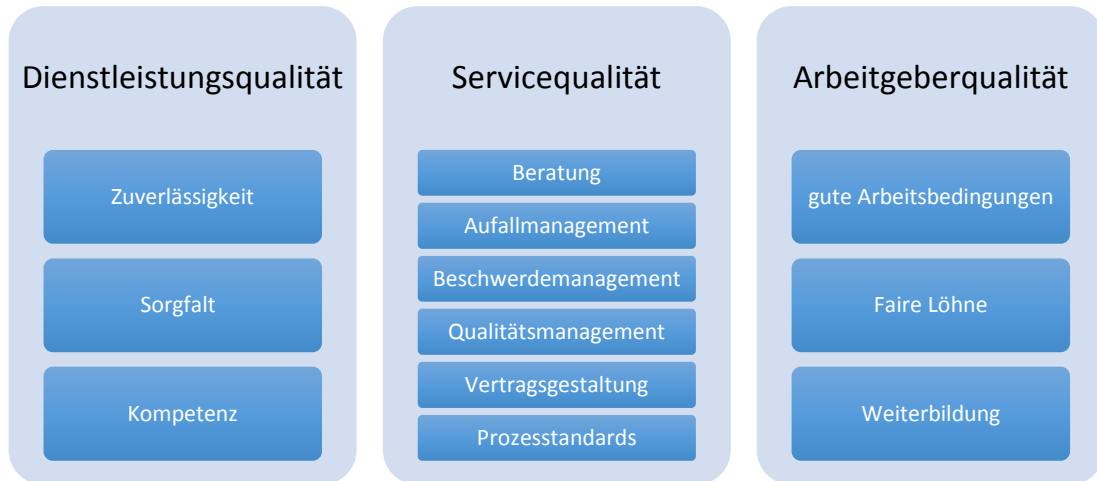
Nachdem bisher beschrieben wurde, welche Rahmenbedingungen für die Etablierung einheitlicher Qualitätsstandards berücksichtigt werden müssen und wie ein Kanon der Qualitätskriterien aussehen könnte, geht es nun um die Frage von Konzeption und Design. Hierbei gilt es verschiedene Fragen zu beantworten.

Systematik: Wie sollen die Kriterien dargestellt werden?

Nicht alle Anbieter können alle Qualitätskriterien gleichermaßen erfüllen. So kann etwa eine selbstständige Dienstleisterin bzw. ein selbstständiger Dienstleister arbeitgeberbezogenen Kriterien (wie faire Löhne und gute Arbeitsbedingungen) nicht sinnvoll nachweisen und ein E-Marketplace oder eine Vermittlungsagentur die Dienstleistungsqualität von ihnen vermittelten Erbringerinnen bzw. der Erbringer nur bedingt beeinflussen. Es ist daher sinnvoll, die Indikatoren zu Qualitätsbereichen

zu bündeln, die sie entsprechend ihres Geschäftsmodells sinnvoll anwenden können. Hier empfiehlt sich eine Unterscheidung in Dienstleistungs-, Service- und Arbeitgeberqualität:

Abbildung 4: Übersicht der Qualitätsbereiche



Diese Systematik bietet den Vorteil, dass sich die Anbieter ihrem Geschäftsmodell (Vermittlungsplattform bzw. -agentur, E-Marketplace, selbstständige Einzelunternehmerin bzw. Einzelunternehmer etc.) entsprechend in einer oder mehreren der Bereiche bewerten lassen können und für Kundinnen und Kunden gut nachvollziehbar ist.

Geltungsbereich: Für welche Anbieter sollen die Qualitätsstandards gelten?

Um die Standardisierung in der Fläche voranzutreiben und die Herausbildung eines möglichst konsistenten Teilmarkts zu fördern, empfiehlt es sich, die Qualitätsstandards auf alle Anbieter anzuwenden (integrative Variante). Auch im Hinblick auf die Kunden scheint dies das bessere Vorgehen zu sein, da sie an einer Bewertung aller Anbieter interessiert sind. Die Umsetzung dieser Variante kann auf dreierlei Weise erfolgen:

- a. **Business-Modell-Variante:** Es können eigene Standards für jedes Geschäftsmodell entwickelt werden.

Pro	Contra
Passgenaue Standards für jedes Geschäftsmodell	Weniger Transparenz und Nachvollziehbarkeit für Kunden
	Geringerer Standardisierungseffekt

- b. **Kategorien-Variante:** Die drei Qualitätskategorien werden geschäftsmodellspezifisch angewendet und bewertet (Beispiel: Für selbstständige Dienstleisterinnen und Dienstleister gelten die Arbeitgeberkriterien nicht. Sie erhalten daher ein Dienstleistungs- und Servicesiegel.)

Pro	Contra
Geschäftsmodell-spezifische Anwendung → integrative Wirkung	Erhöhter kommunikativer Aufwand, um die drei Siegel verständlich zu machen
Transparenz und Nachvollziehbarkeit für die Kunden ist gewährleistet	
Hohe Standardisierungswirkung	

- c. **Einheitsvariante:** Die Kriterien gelten für alle gleichermaßen und werden entsprechend des Erfüllungsgrades bewertet.

Pro	Contra
Hohe Nachvollziehbarkeit für die Kunden	Nachteile für Geschäftsmodelle, die bestimmte Kriterien nicht erfüllen können. → exklusive Wirkung

Die Pro- und Contra-Argumente sprechen für die **Kategorien-Variante (b)**, wonach die verschiedenen Anbieter je nach Geschäftsmodell bewertet werden können. Sie gibt den Kunden die Möglichkeit einer differenzierten Einschätzung und ermöglicht allen Anbietern gleichermaßen eine Teilnahme. Auch die Kritikpunkte an Online-Plattformen (Beschäftigungsverhältnisse, Löhne, Qualitätssicherung etc.) könnten auf diese Weise transparent und neutral aufgegriffen werden.

Bewertung: Wie sollen die Anbieter bewertet werden?

Die Bewertung der Anbieter erfolgt auf Basis von Nachweisindikatoren und kann unterschiedlich umgesetzt werden:

- a. **Ausschlussprinzip:** Nur wenn alle Kriterien innerhalb einer Kategorie erfüllt sind, erhält der Anbieter das entsprechende Qualitätssiegel.

Pro	Contra
Einfach und nachvollziehbar für die Kunden	Geringe Differenzierung

- b. **Skalierungsprinzip:** In diesem Fall gibt es zwei oder drei Qualitätsstufen, die erreicht werden können (zwei Qualitätsstufen = Basic/Premium, drei Qualitätsstufen = Bronze/Silber/Gold). Die Skalierung könnte

- a) über die Auswahl der Kriterien erfolgen (z.B.: für die erste Stufe müssen die Kriterien 1-5 erfüllt werden, für die zweite Stufe zusätzlich die Kriterien 6-10), oder
- b) über den Erfüllungsgrad der Kriterien (z.B.: für die erste Stufe müssen die Kriterien nur bis zu einem festgelegten Grad erfüllt werden, für die zweite Stufe müssen sie vollständig erfüllt werden).

Pro	Contra
-----	--------

Stärkere Differenzierung

Höhere Komplexität und damit weniger
einfach nachvollziehbar für Kunden

Fazit: Das integrative Qualitätssiegel schafft mehr Markttransparenz und Einheitlichkeit

Die konzeptionellen Überlegungen zeigen: Das Qualitätssiegel in drei Kategorien (Dienstleistungs-, Service- und Arbeitgeberqualität) nach dem Skalierungsprinzip ist im Hinblick auf Integrations- und Standardisierungseffekte sowie Kundenfreundlichkeit (Nachvollziehbarkeit) und Markttransparenz die beste Variante. Ob das sich zwei- oder das dreistufige Modell besser eignet, sollte idealerweise mit den Anbietern gemeinsam reflektiert werden.

Handlungsempfehlungen für die Politik

Der **Markt für haushaltsnahe Dienstleistungen** unterliegt zurzeit einer starken **Dynamik**. Innerhalb kurzer Zeit sind neue, vor allem online-basierte Anbieter in den Markt eingetreten, was die **Konkurrenzsituation** erheblich verschärft hat. Die bisher primär regional agierenden Klein- und Kleinstunternehmen konkurrieren nun mit international bzw. europaweit aufgestellten und zum Teil sehr finanzstarken Online-Anbietern, die teilweise schneller und flexibler auf Kundenbedürfnisse reagieren und auch zu günstigeren Preisen anbieten können. Entsprechend kritisch werden sie von Wettbewerbern, aber auch von den Medien „beäugt“: Insbesondere der erhöhte Preisdruck, Qualitäts- und Servicemängel sowie schlechte Arbeitsbedingungen stehen im Mittelpunkt der Auseinandersetzung (siehe Kapitel 5 „Die Medienanalyse“), wobei auch Preisgestaltung, Dienstleistungs-, Service- und Arbeitgeberqualität auch für die herkömmlichen Anbieter eine Herausforderung darstellen. Die angespannte Marktsituation wird nochmals erschwert, dadurch dass die Anbieter für haushaltsnahe Dienstleistungen bisher als Wirtschaftszweig einheitlich organisiert sind. Weder gibt es eine übergreifende Interessenvertretung noch eine formale Branchenkenntnis, so dass die Herausbildung eines gemeinsamen „Branchen“-Verständnisses und -handelns erschwert wird. Dies könnte durch einheitliche Qualitätsstandards positiv beeinflusst werden, denn - wie die Studie gezeigt hat – sie können mehr **Transparenz und Einheitlichkeit** im Markt schaffen und die **Professionalisierung** auf Anbieterseite vorantreiben.

Welche **Kriterien** sich hierfür aus Anbieter- und Kundensicht eignen, wie diese sinnvoll ausgestaltet werden können und welche **Form der Umsetzung** von Qualitätsstandards vor dem Hintergrund der bestehenden Rahmenbedingungen am besten geeignet scheinen, wurde in den vorangegangenen Kapiteln 2 bis 4 beschrieben. Um sie erfolgreich zu etablieren und langfristig zu verankern, sind weitere flankierende Maßnahmen sinnvoll:

Stärkung eines gemeinsamen Wirtschaftszweigs

Eine Spaltung des Wirtschaftszweigs in digitale und herkömmliche Anbieter sollte dringend vermieden werden, da sich die Konkurrenzsituation dadurch weiter verschärfen würde. Ein gemeinsames Selbstverständnis böte dagegen die Chance, die oben genannten Herausforderungen im Interesse aller Anbieter anzugehen. Eine stärkere Vernetzung aller Akteure ist ein erster Schritt, um den Wirtschaftszweig zu stärken. Dies könnte beispielsweise im Rahmen einer gemeinsamen Fachtagung initiiert und mit weiteren Fachveranstaltungen verstetigt werden.

Rechtliche Klarheit schaffen

Um die gewachsene Akzeptanz für haushaltsnahe Dienstleistungen auf Kundenseite nicht nachhaltig zu gefährden, müssen – neben Mängeln auf Anbieterseite, wie z.B. häufige Absagen von Terminen – die rechtlichen Unklarheiten behoben werden. Dies betrifft insbesondere die Frage der steuerlichen Absetzbarkeit sowie die Scheinselbstständigkeit, die juristische Probleme für die Kunden mit sich bringen kann. Hier ist die Politik gefragt, Rechtssicherheit für die Kunden zu schaffen.

Qualitätsstandards „von oben“ einführen

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Markt- und Anbietersituation empfiehlt es sich, die Qualitätsstandards von übergeordneter, neutraler Stelle einzuführen, dabei aber die Anbieter aktiv einzubinden und das Vorgehen mit ihnen gemeinsam zu reflektieren. Eine gemeinsame Fachtagung könnte den Auftakt eines solchen Prozesses darstellen. Vorab und prozessbegleitend können die Anbieter durch kommunikative Maßnahmen für das Thema Qualität sensibilisiert werden. Hierfür können Erkenntnisse der Studie genutzt werden, die Anbietern haushaltsnaher Dienstleistungen vielfältige wertvolle Hinweise zur Verbesserung ihres Angebots wie auch ihres Ansehens liefern.