

Argumentarium zur Beitragserhöhung

Gründe Erhöhung des Mitgliederbeitrages 2021

Wurden an der Präsidentenkonferenz 2019 und in der Powerpoint-Präsentation, die allen Mitgliedern anstelle von verschiedenen Veranstaltungen verschickt wurde, erklärt:

- **CHF 55'000 als Rückstellungen für die Revision** des Berufes in ca. 10 Jahren. Eine Revision kostet ungefähr diesen Betrag und kann von unserem Verband anderweitig nicht aufgebracht werden. Das sehen wir in der jetzigen Situation. Die getätigten Rückstellungen aus Ertragsüberschüssen der letzten Jahre reichen nicht aus, um eine Revision bezahlen zu können, daher der Einmalbeitrag pro Betrieb für die anstehende Revision jetzt. Dies soll in Zukunft nicht mehr passieren müssen. Diese Thematik muss jetzt gelöst und nicht der nachfolgenden Generation aufgebürdet werden.
- **CHF 55'000 für Marketing**
An den Präsidentenkonferenzen im 2018 und 2019 wurde von den Mitgliederverbänden eine Erhöhung der Marketingaufgaben als nationale Aufgabe gesehen. Mit den jetzt vorhandenen finanziellen Mitteln ist ein effektives Marketing nicht machbar. Für diese Aufgaben wird eine Marketingfachperson in einem Teilpensum angestellt. Folgende Hauptziele sind zu erreichen:
 - Bekanntheitsgrad des Berufes erhöhen
 - Imageverbesserung bewirkenDer Fokus liegt auf dem digitalen Marketing / Social Media. Damit sollen Jugendliche und deren Eltern gezielt angesprochen werden. Die Details dazu werden jedes Jahr in einer Jahresplanung bestimmt. Vorgesehen ist auch ein Anlass mit den verantwortlichen Marketingpersonen aus den Mitgliederverbänden (Synergien nutzen, Fokus Bilder Website, Auftritte an Messen usw.)
- **CHF 8'000 für die Erhöhung der Spesen für Kommissionsmitglieder**
Anpassung der Sitzungsgelder (Tagessitzungen) von CHF 120 auf CHF 250. Das entspricht den üblichen Tagessätzen in den berufsverwandten Branchen.
- **CHF 7'000 für Diverses/Unvorhergesehenes**
z.B. zusätzliche Übersetzungen, Unvorhergesehenes

Die Kommunikation zu diesen Punkten wurde an verschiedenen Anlässen und mehrmals durchgeführt:

- Präsidentenkonferenzen
- Zur Verfügung gestellte Powerpoint-Präsentation für kantonale MV's
- Regelmässig im Newsletter aus jeder Vorstandssitzung
- Netzwerktagungen und div. andere OdA-Anlässe
- Telefongesprächen, Videokonferenzen

Die Mittel werden (mit Ausnahme Diverses) **nicht** für den normalen Betrieb des Dachverbandes verwendet, sondern sind Rückstellungen für die oben erwähnten Aufgaben.

Informationen zu den Fragen:

Wie wird die Verwendung dieser Beitragserhöhung aussehen?

- Siehe dazu obenstehende Antworten

Welchen Mehrwert wird diese Erhöhung für die Kantone haben?

- OdA Hauswirtschaft Schweiz ist Trägerin der beiden Grundbildungen. Sie ist für verantwortlich für die Revisionen und Totalrevisionen dieser Berufe. Gemäss Vorgabe vom Bund sind Überprüfungen der aktuellen Bildungsunterlagen alle 5 Jahre nötig. Je nach Resultat ist eine Revision sofort angesagt. Aufgrund von ständigem gesellschaftlichem Wandel muss sich ein Berufsfeld anpassen und Veränderungen vornehmen. Erfahrungsgemäss ist das ca. alle 10 Jahre der Fall. Eine Totalrevision umfasst:
 - Neues Qualifikationsprofil
 - Neue Bildungsverordnung
 - Neue Bildungspläne
 - Neue ÜK-Pläne
 - Angepasste oder neue Lehrmittel
 - Angepasste oder neue Lerndokumentation (digital und/oder als Ordner)
 - Angepasste Ausführungsbestimmungen zum QV
 - Neue Nullserie für das QV
 - Bereitstellung aller Dokumente in 3 Sprachen

Durch diese Massnahmen ist der Beruf immer à jour. Das erkennen viele vielleicht nicht als Mehrwert, weil sie das als «normale Aufgabe» des Trägerverbandes ansehen. Trotzdem macht sich das alles nicht ohne viel Aufwand und ohne Kostenfolge.

- Durch einen grösseren Bekanntheitsgrad und eine Imageverbesserung profitieren die Kantonalverbände, der Wiedererkennungswert wird höher. OdA Hauswirtschaft profitiert insgesamt von einem professionellen Marketing und Auftritt. Die Kantone profitieren von Marketingvorlagen, die übernommen werden sollen.
- Mit der Spesenerhöhung für Kommissionsmitglieder können Lohnausfälle für Kommissionsarbeiten besser aufgefangen werden, es kann ein grösserer Kreis von Arbeitsgruppenmitgliedern angesprochen werden.

Welches sind die Marketing- und Kommunikationsprojekte?

- Folgende Hauptziele sind zu erreichen:
 - Bekanntheitsgrad des Berufes erhöhen
 - Imageverbesserung bewirken
- Die beiden Hauptsegmente sind:
 - Junge Personen, die eine Lehrstelle suchen
 - Deren Eltern, Verwandte, Bekannte
- Ausbau von social media, Aufbau eines gesamtheitlichen schweizerischen Auftritts
- Die Detailprojekte werden den Hauptzielen untergeordnet und die beiden Hauptsegmente bearbeitet.

Welche Kommunikationsmassnahmen werden von ODA HW CH durchgeführt, die den Kantonen direkt zugutekommen?

- Informationen aus erster Hand
- Webseite und deren laufende Aktualisierung
- Newsletter
- Resultate aus Marketing-Analyse
- Entwickelte Marketingprodukte

- Netzwerktagungen, Weiterbildungen, Austausch, Netzwerke
- Mitgliederversammlung
- Präsidentenkonferenz
- Verschiedene Informationen z.B. Situation QV 2020
- Beratungen telefonisch oder per Mail
- Unterlagen bereitstellen und zur Verfügung stellen

Wie werden Sie mit der Situation von Organisationen umgehen, denen es nicht möglich ist ihren Beitrag ganz oder teilweise zu zahlen?

- Argumentarium erstellen, damit Mitglieder den Sinn einer Mitgliedschaft einsehen
- Argumentarium erstellen zur Neugewinnung von Mitgliedern
- Gespräch mit unseren Mitgliedern suchen, Unterstützung anbieten, Lösungen suchen

Was wird mit dem Beitrag geschehen, wenn der Zusammenschluss konkret wird?

- Es wird zu keinem Zusammenschluss der Verbände kommen. Beide Verbände werden in ihren Strukturen weiterarbeiten, zusammen werden sie die Trägerschaft für die neuen Berufe bilden.
- Der Mitgliederbeitrag wird im gewohnten Rahmen eingezogen und gemäss Budget, das von der MV abgenommen werden muss, eingesetzt. Die Aufgaben für den Beruf in der Geschäftsstelle werden dieselben bleiben.

Haben Sie die Vorschläge berücksichtigt, die im Rahmen der Präsidentenkonferenz vom 29.11.2019 gemacht wurden?

- Ja, alle Vorschläge wurden einzeln angeschaut und auf ihre Machbarkeit geprüft. Was sofort möglich war, ist bereits umgesetzt, anderes für dieses und nächstes Jahr geplant (siehe dazu Anhang 1)

Haben sie die Risiken von Rückritten und die Auswirkungen auf die OdA und ihre anderen Mitglieder bedacht?

- Ja, es ist uns bewusst, dass das Risiko von Austritten besteht. Wir sind aber der Meinung, dass ein starker Beruf auch ein professionelles Auftreten braucht. Um mit der Zeit gehen zu können, sind wir auf finanzielle Mittel angewiesen, um die anstehenden Arbeiten erledigen zu können. (siehe oben). Zusätzlich ist uns bewusst, wenn wir u.a. in der Berufsentwicklung und im Marketing nicht vorwärts machen, wir auch Austritte riskieren.

Was riskiert ein Kantonalverband mit dem Austritt aus der OdA HW CH?

- Die beiden Ausbildungen sind eidgenössische Abschlüsse und Titel. Der Kantonalverband macht sich unglaubwürdig, wenn er sich beim Träger der Ausbildungen nicht mehr engagiert.
- Die OdA HW CH ist Trägerin des Berufes. Die offiziellen Unterlagen wie BIVO, Bildungsplan werden weiterhin zugänglich sein, nicht aber Zusatzdokumente sowie viele Informationen.
- Keinen Zugang mehr zu Beratungen oder Unterstützung von der Geschäftsstelle.
- Kein Mitspracherecht und keine Mitbestimmung mehr
- Keine Lobbyarbeit auf nationaler Ebene, keine nationale Unterstützung
- Höhere Kosten für Lerndokumentation und Ausbildungsordner
- Keine Unterstützung in Marketingfragen und -massnahmen

- Kein Anspruch auf Zusatzdokumente wie Nullserie, Gerichteliste, Anforderungsprofile diverser Stellen
- Keine Mitarbeit und Mitsprache in Kommissionen und Arbeitsgruppen
- Sehr grosser Imageverlust für die eigene (kantonale oder regionale) OdA, sie wird zu einem Profiteur von Leistungen, an denen sie nicht mitbezahlt hat. Damit der Beruf Hauswirtschaft weiter bestehen bleibt, müssen alle dafür notwendigen gesetzlichen Unterlagen durch eine nationale OdA erstellt werden. Das verursacht Kosten, an denen sich ein ausgetretener Kantonalverband nicht mehr beteiligt. Das verursacht Unmut bei den anderen.
- Der Beruf als Ganzes leidet, wenn kein einheitliches Auftreten nach aussen erfolgt.