

## **Wäschepflege in stationären Altenpflegeeinrichtungen. Eine Studie im Auftrag des Bayerischen Kompetenzzentrums Hauswirtschaft (KoHW)**

**Angelika Sennlaub**

### **Kurzfassung**

Die vorliegende Umfrage bietet neues Wissen zur Wäschepflege in Altenpflegeheimen: Demnach wäscht die überwiegende Mehrheit der Häuser weder intern noch extern, sondern nutzt eine Teils-Teils-Versorgung. Welche Wäschegruppen selbst gepflegt werden, ist unterschiedlich, ebenso wie die Einschätzung der Argumente. Die Daten deuten darauf hin, dass Betriebe mit starker Kostenorientierung eher zu einem größeren Anteil Fremdwäscherei, Betriebe mit dem Fokus auf Bewohner:innenorientierung eher zu einem größeren Anteil Eigenwäscherei tendieren.

**Schlagerworte:** Wäsche, Wäscheversorgung, Altenpflegeheim

## **Laundry care in residential care homes for the elderly. A study commissioned by the Bavarian Competence Centre for Home Economics (KoHW)**

### **Abstract**

This survey provides new insights into laundry management in nursing homes: according to the findings, the vast majority of homes do not handle laundry either in-house or through an external provider but instead have a mixed supply. Which types of laundry are washed in-house varies greatly, as do the assessments of the arguments. The data suggests that a strong focus on costs tends to outsource a larger proportion of their laundry, whilst those prioritizing resident-centered service tend to handle a larger proportion of their laundry in-house.

**Keywords:** Laundry, laundry services, nursing home

# Wäschepflege in stationären Altenpflegeeinrichtungen. Eine Studie im Auftrag des Bayerischen Kompetenzzentrums Hauswirtschaft (KoHW)

## Angelika Sennlaub

Wie wird die Wäsche in Altenpflegeheimen versorgt? Welche Gründe gibt es dafür und gibt es Kriterien, die die Verantwortlichen bei der eigenen Entscheidung unterstützen?

Die vorliegende Untersuchung geht diesen Fragen nach. Im Auftrag und mit Unterstützung des Bayerischen Kompetenzzentrums Hauswirtschaft (KoHW) wird dafür eine Umfrage unter den überwiegend bayerischen Altenpflegeheimen durchgeführt.

## Bisheriges Wissen

Zum Jahresende 2023 gibt es in Deutschland knapp 11.250 Pflegeheime (Stat. BA 2024, Tab. 22421-01). Etwa die Hälfte der Häuser bietet bis zu 50 Plätze an, 37 % zwischen 51 bis 100 Plätze, die restlichen 13 % sind größer (ebd., Tab. 22412-13).

In der Wäscheversorgung sind die eigene Wäscherei, die Fremdvergabe und Mischformen möglich. Welche Verfahren gewählt werden und welche Beweggründe es für die jeweiligen Lösungen gibt, ist eine stark vernachlässigte Frage.

Im deutschsprachigen Raum sind einzig zwei Studien auffindbar:

- die Befragung von „Klasse Wäsche“ (KW passim); hierfür werden 250 Alten- und Pflegeheime befragt (Laufzeit 12.2012 bis 01.2013);
- die Auswertung der Pflegemarkt.com (2022), für die vorliegende Indikatoren-gestützte Qualitätsprüfungen (QPR) ausgewertet worden sind; hier sind Angaben von 3061 vollstationären Pflegeheimen in Deutschland eingeflossen.

Nach der Klasse Wäsche-Studie waschen 56 % der befragten Häuser teils-teils, 19 % haben eine eigene Wäscherei, 25 % nutzt die Komplettvergabe (KW o.J.b).

Die QPR-Auswertung kommt zu einem vergleichbaren Ergebnis bezüglich der haus-eigenen Wäscherei (19 %). Deutliche Unterschiede bestehen zu teils-teils und der Vergabe: „Sowohl – als auch“ wird nach der QPR-Auswertung in 16 % der Häuser umgesetzt, 65 % nutzen die Vergabe (Pflegemarkt.com 2022).

Möglich ist, dass zu den unterschiedlichen Antworten unscharfe Formulierungen geführt haben (QPR: „Anbieten einer Wäscheversorgung (insbesondere Kleidung) durch externe Dienstleister – wahr, falsch oder sowohl als auch“ / KW: „Wäscheversorgung komplett im Haus / teils-teils / komplett außer Haus“).

Die Klasse Wäsche-Studie bietet weitere Informationen: „Grundsätzlich gilt die Tendenz: Je kleiner das Unternehmen, desto eher wird vollständig im Haus gewaschen“, heißt es im Studienbericht (KW o.J.b). Diese Aussage ist anhand der mitgelieferten Daten (Abb. 1) nicht nachvollziehbar.

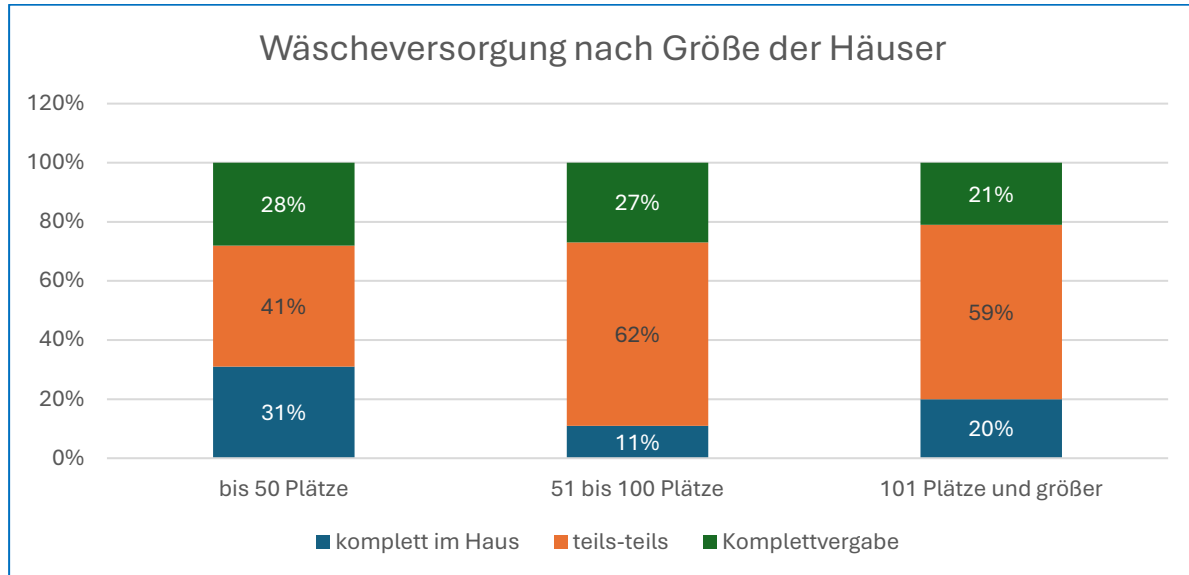


Abb. 1: Wäscheversorgung nach Größe der Häuser nach der Klasse Wäsche-Studie (modifiziert nach KW o.J.c)

Zusätzlich gibt es eine Reihe von Veröffentlichungen zur Wäschepflege und -versorgung. Insgesamt wird konstatiert: Im Fall von Fremdvergabe werde die Wäscherei zunehmend in die Häuser zurückgeholt (Maier-Ruppert 2021, Höß 2023). Es gibt außerdem einen Hinweis darauf, dass bei einer Teil-Teils-Versorgung nicht zwangsläufig auch die Wäsche der Bewohner:innen im Haus gewaschen wird: „Im Extremfall werden nur mehr die Reinigungstextilien im Haus gewaschen“ (Maier-Ruppert 2021: 50).

Für die hauseigene Wäscheversorgung werden diverse Argumente genannt (KW o.J.b; Maier-Ruppert & Steinel 2019, Maier-Ruppert 2021, Pfannes & Schukraft 2019, Steinel 2019, Höß 2023, Feist 2019). Diese decken sich im Wesentlichen: Kontrolle über die Hygienesicherheit und über die Wasch- und Wäschequalität, kurze Umlaufzeiten, die Qualität der Wäsche und Bewohner:innenorientierung werden vermehrt genannt. Seit langem wird auch die Beteiligung der Bewohner:innen diskutiert (z. B. Feulner et al. 2012): Sie bietet besonders für Menschen mit Demenz die Chance zur Aktivierung durch gewohnte Alltagstätigkeiten. Viele Aufgaben der Wäschepflege in den Wohnbereichen können von den Betroffenen gut bewältigt werden, deshalb können damit für sie positive Erfahrungen (Stichwort Selbstwirksamkeit) und eine Erhöhung der Lebensqualität einhergehen. Weitere Argumente sind aus dem Ergebnisteil ersichtlich.

Für die Vergabe werden einzig Kostengründe angeführt, die zugleich als nicht eindeutig belegt beschrieben werden (KW o.J.b, Maier-Ruppert & Steinel 2019, Maier-Ruppert 2021). Eine Vollkostenrechnung gibt es in keiner der Veröffentlichungen.

## Methodik I: Qualitatives Interview

Für die eigene Untersuchung wird ein zweistufiges Verfahren gewählt. Zunächst wird ein qualitatives, leitfadengestütztes Interview geführt (04.07.2025, 13.00 bis 14.13 Uhr, online), um die in der Literatur genannten Kriterien tiefer zu beleuchten und zusätzliche Argumente aufzuspüren. Interviewt werden Thomas Kornblum, Mitglied des Vorstandes der LAG HW Niedersachsen und Head of Purchasing, Catering and Service, WH Care Holding GmbH, und Doreen Reimann, Schulungsleitung Hauswirtschaft, ebenfalls WH Care Holding GmbH. Das Interview wird analog zur inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018) ausgewertet.

## Ergebnisse qualitatives Interview

Zusätzliche Erkenntnisse sind:

- Gewichtung der Argumente: Zentral seien die kürzere Umlaufzeit und bessere Kontrolle über die Hygienesicherheit bei der eigenen Wäscherei. Umweltfragen spielten für eine Strategie keine Rolle, auch wenn im Alltag darauf geachtet werde: „Wir reden ja über Pflegesätze, über Kostenstellen“ (K, 37:10).
- Infragestellen des Kostenvorteils bei Vergabe: Herr Kornblum berichtet, er habe vor etwa 15 Jahren eine Vollkostenrechnung gemacht, damals sei für ihn die eigene Wäscherei günstiger gewesen als die Vergabe. Es hänge immer von den Bedingungen vor Ort ab.
- Geringere Anschaffungskosten für hauseigene Wäsche bei eigener Wäscherei: Wegen der kürzeren Umlaufzeit werde weniger Wäsche benötigt.
- Absicherung durch Fremdwäscherei / Back-Up-Lösung für Engpässe: In besonderen Situationen (z.B. Norovirus) könne unkompliziert mehr Schmutzwäsche an die Fremdwäscherei abgegeben werden.
- Konkretisierung von Teils-Teils-Versorgung: In den Häusern gebe es sehr unterschiedliche Lösungen.
- Größe der Einrichtung: Für kleine Einrichtungen würde sich eine eigene Wäscherei nicht lohnen. „Also, ich sag mal so – bei einem 40-Betten-Haus würde ich es auch nicht selber machen.“ (R, 28:07)
- Bauliche Konzeption: Oft würden Häuser im Bestand übernommen. Wenn dort keine Räume für eine Wäscherei vorhanden seien, würden oft nur die Reinigungstextilien im Haus gewaschen.

## Methodik II: Online-Fragebogen

Auf Basis der vorliegenden Literatur und der Ergebnisse des qualitativen Interviews wird ein Fragebogen entworfen. Darin wird erstens erhoben, welche Wäschestücke selbst gewaschen oder vergeben werden. Dafür sind 21 Wäschegruppen zum Ankreuzen aufgeführt. Als Wäschegruppen werden Textilien gleicher Art bezeichnet, z. B. Unterwäsche, Bettwäsche, Dienstkleidung. Diese sind in drei übergeordneten Wäschekategorien zusammengefasst: Wäsche der Bewohner:innen, funktionale Wäsche, einrichtungstypische Textilien.

Um zweitens zu erfassen, welche Werte mit Blick auf die Wäscheversorgung wichtig sind, werden 18 Aussagen zur Wäscheversorgung formuliert, für die die Befragten auf einer sechsstufigen Skala angeben, ob sie diese für (sehr) wichtig oder (sehr) unwichtig einschätzen. Damit kann bei der Auswertung eine Gewichtung vorgenommen werden. Die Argumente und Wäschegruppen sind im Ergebnisteil aufgeführt.

Ein Pre-Test mit vier Hauswirtschaftsleitungen ergibt keine Änderungen. Der Fragebogen wird am 29.10.2025 über LimeSurvey des Freistaates Bayern online gestellt. Den Link verschickt das KoHW an seinen Verteiler mit 1064 Adressen von Altenpflegeheimen, verbunden mit der Bitte, diesen an diejenigen zu geben, die mit der Wäsche im Haus befasst sind und ihn auch an andere Häuser weiterzuleiten. Am 27.11.2025 erfolgt eine Erinnerung, am 22.12.2025 endet die Umfrage.

## Ergebnisse

### *Die teilnehmenden Häuser*

Insgesamt werden 236 Fragebögen ausgefüllt, davon 74 unvollständig. Somit liegen 162 Fragebögen vollständig ausgefüllt vor, die ausgewertet worden sind.

Ein Drittel der Häuser (33 %, Abb. 2) gehört zu einem kleinen Träger, der ein bis drei Häuser betreibt. Jeweils 22 % gehören zu Trägern mit 4 bis 10 oder 11 bis 30 Häusern, 2 % zu einem großen Träger mit mehr als 100 Häusern. Bei 11 % ist die Größe des Trägers nicht bekannt.

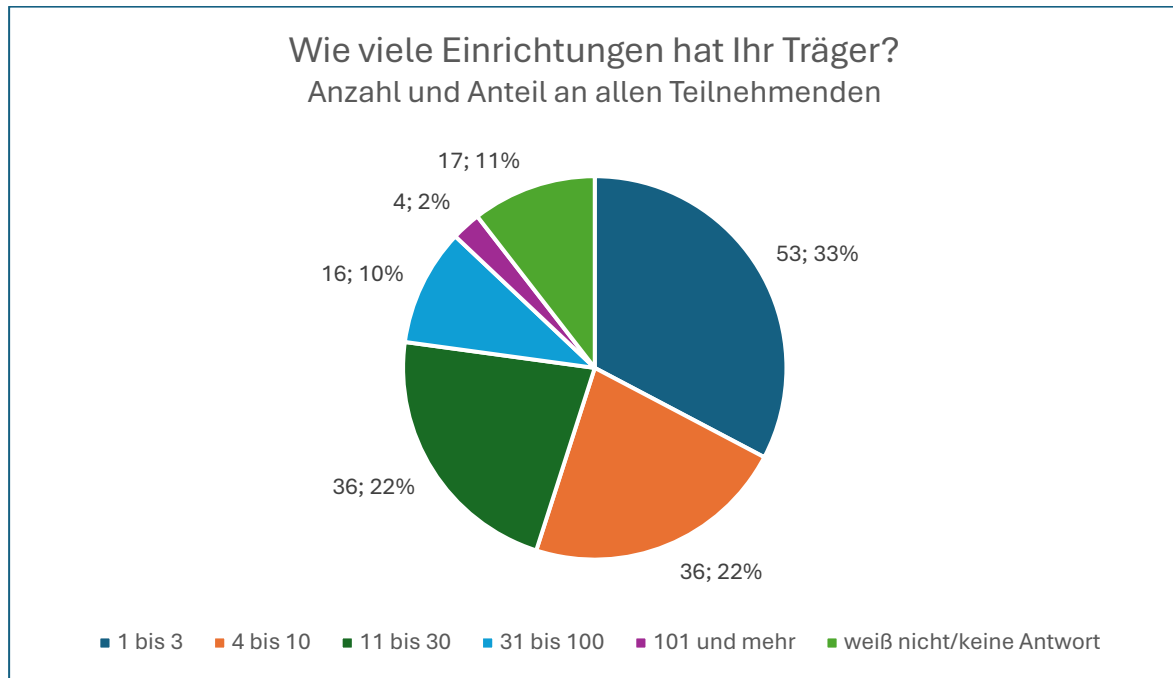


Abb. 2: Teilnehmende Häuser nach Größe des Trägers (N = 162)

10 % der Häuser bieten bis 50 Plätze, 47 % 51 bis 100 Plätze, 43 % sind größer (Abb. 3).

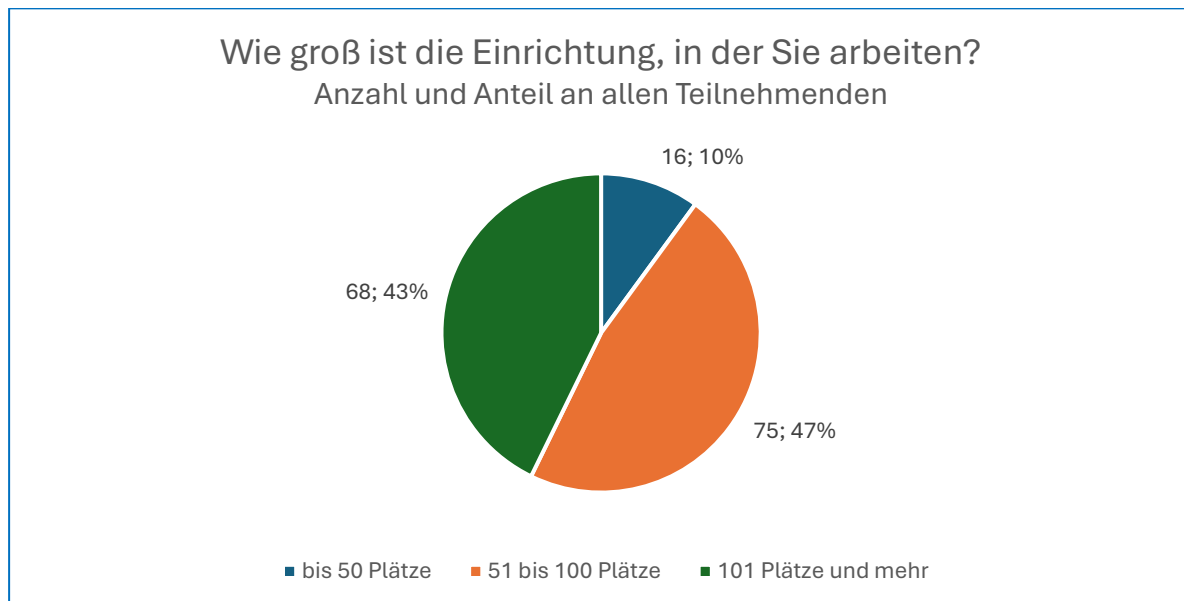


Abb. 3: Teilnehmende Häuser nach Größe (N=159; in 3 Fragebögen mehrere Größen angekreuzt)

### **Welche Wäsche wird bei Ihnen im Haus gewaschen?**

#### **Im Haus gewaschene Wäschegruppen**

Unter den 162 Häusern vergeben vier Häuser (3 %) die Wäsche komplett, 10 Häuser (6 %) versorgen die gesamte Wäsche selbst (Abb. 4). Die restlichen 148 Häuser (91 %) haben eine Teils-Teils-Versorgung.

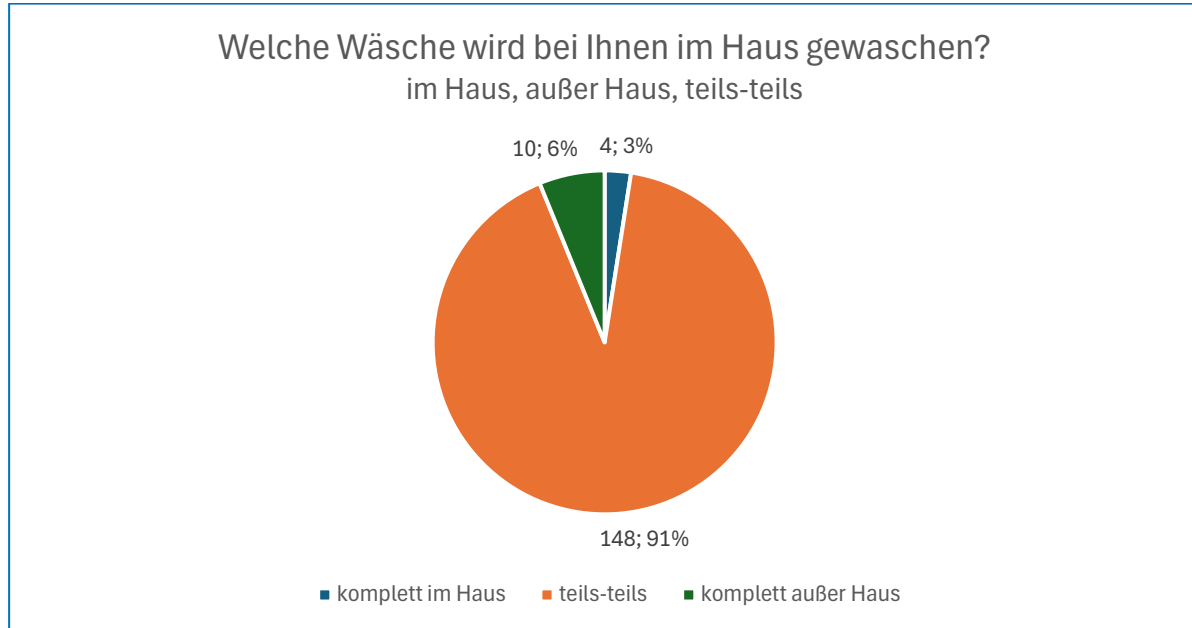


Abb. 4: Wäscheversorgung in den teilnehmenden Häusern (N = 162)

Beim genaueren Hinsehen gibt es in den Häusern mit Teils-Teils-Versorgung sehr unterschiedliche Strategien: Keine Wäschegruppe wird überall vergeben, keine wird überall selbst gewaschen (Abb. 5).

Reinigungstextilien werden am häufigsten im Haus gewaschen, 81 % der Teilnehmenden geben dies an. Mit über 65 % werden auch Küchenwäsche und Raumtextilien für die allgemeinen Räume oft selbst gewaschen. Mit 30 % und weniger werden Bettwäsche und Stücke mit besonderen Erfordernissen relativ selten selbst gewaschen. Am seltensten werden Matratzen selbst gereinigt – aber immerhin 16 der 162 Häuser (10 %) geben an, dies zu tun.

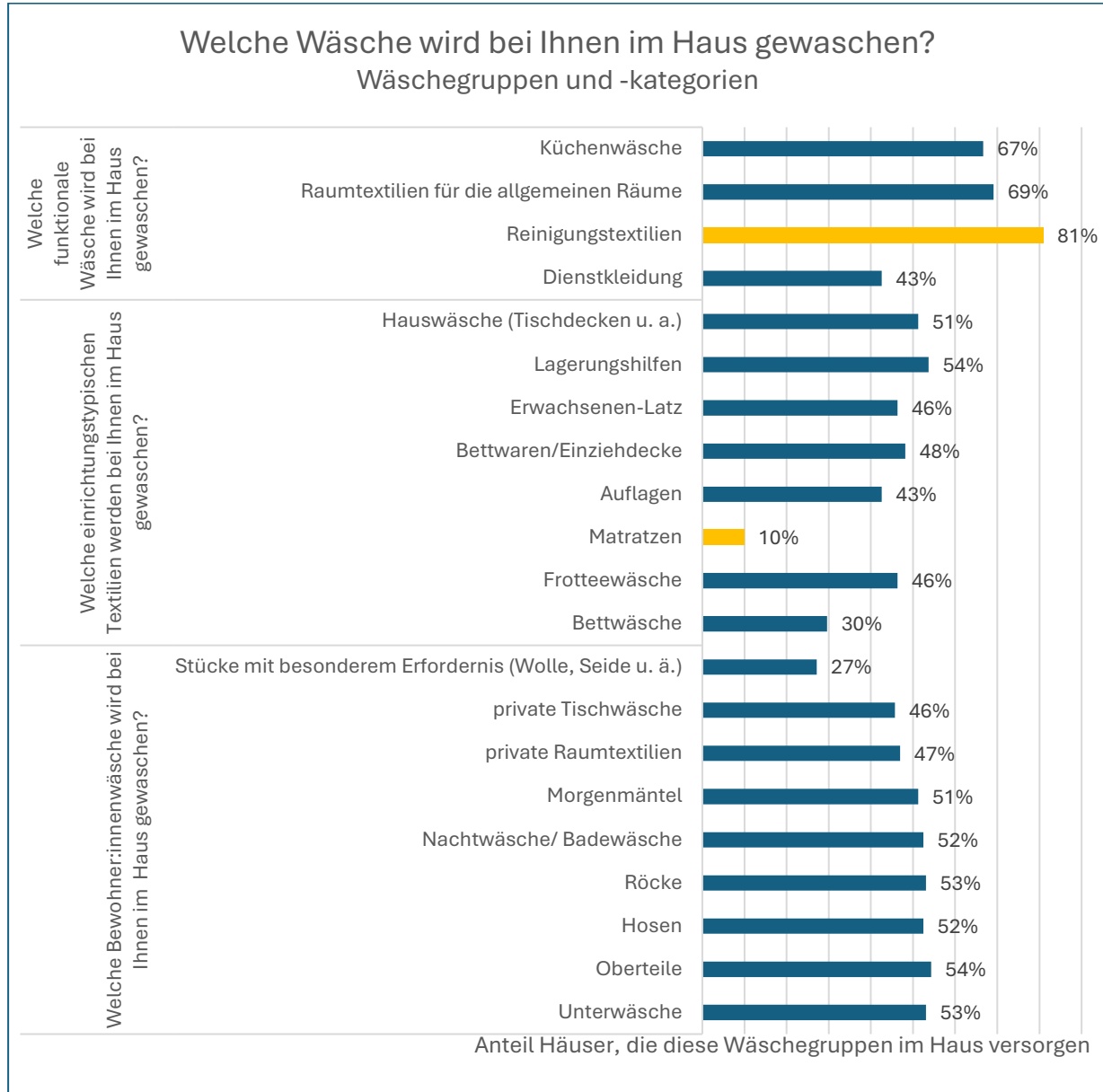


Abb. 5: Wäschegruppen, die im Haus gewaschen werden (N = 162)

**Häuser, die viel oder wenig Wäsche selbst pflegen**

Die folgende Abbildung (Abb. 6) stellt dar, wie viele Wäschegruppen in wie vielen Häusern selbst gewaschen werden (v.l.n.r.): 10 Häuser waschen keine Wäschegruppe selbst, 15 Häuser eine Wäschegruppe usw..

Zusammengenommen waschen 41 Häuser eine bis drei Wäschegruppen, 42 Häuser 17 bis 19 Wäschegruppen im Haus. Damit pflegt mehr als die Hälfte der befragten Häuser eher viel oder eher wenig Wäsche selbst.

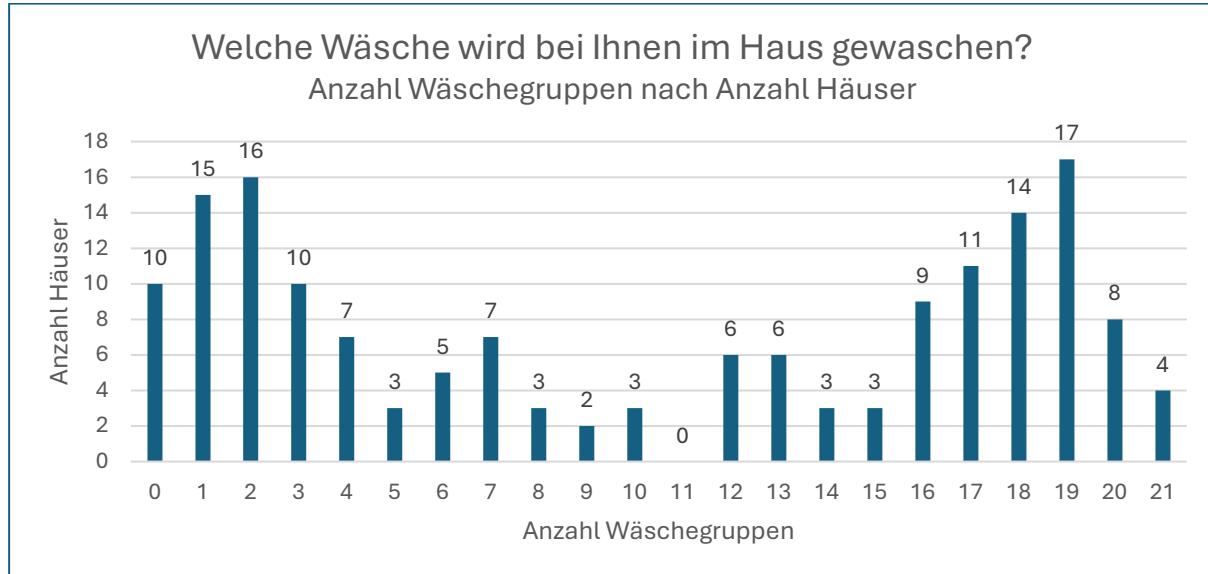


Abb. 6: Wäschegruppen, die im Haus gewaschen werden, nach Anzahl der teilnehmenden Häuser (N = 162)

In den 41 Häusern, die mit einer bis drei Wäschegruppen verhältnismäßig wenig selbst im Haus waschen, bleiben am häufigsten die funktionalen Stücke im Haus, insbesondere die Reinigungstextilien (28 Häuser; 68 %). Die Wäsche der Bewohner:innen wird fast komplett vergeben. Auf der anderen Seite behalten diejenigen, die mit mindestens 18 Wäschegruppen relativ viel selbst waschen, besonders die Wäsche der Bewohner:innen im Haus.

### ***Im Haus gewaschene Wäschegruppen nach Größe des Hauses***

In allen Hausgrößen gibt es viele verschiedene Varianten der Wäscheversorgung. Um etwaige Muster zu erkennen, werden die Anteile an selbst gepflegter Wäsche verglichen.

Dieser Vergleich wird nach Kategorie und Hausgröße berechnet: Die Anzahl der Kreuze je Wäschegruppe wird je Kategorie addiert, durch die Anzahl der Häuser und die Anzahl der Gruppen in dieser Kategorie geteilt. Diese Rechnung wird für jede der drei Hausgrößen separat durchgeführt. Beispiel: Bei den Häusern mit 51 bis 100 Plätzen sind insgesamt 306-mal Wäschegruppen der Kategorie Bewohner:innenwäsche angekreuzt. Diese Kategorie enthält 9 Gruppen, 75 Häuser haben diese Größe. Das entspricht einem Anteil von 45,3 % an der Kategorie Bewohner:innenwäsche, der selbst gewaschen wird ( $306/9/75 \cdot 100$ ).

In dieser Berechnung werden Muster erkennbar: Die kleinen Häuser (bis 50 Plätze) pflegen in jeder Wäschekategorie die wenigsten Wäschegruppen selbst, die großen Häuser (101 Plätze und mehr) die meisten (Abb. 7).

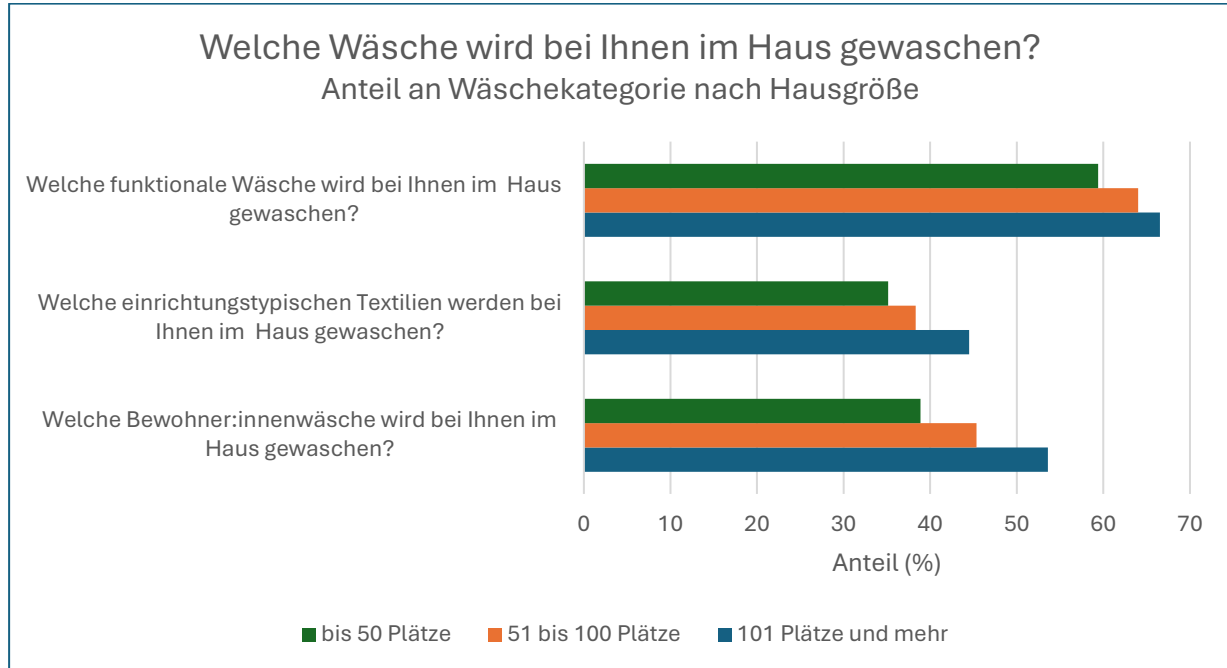


Abb. 7: Selbst gewaschene Wäsche in Kategorien nach Größe des Hauses

Die Standardabweichung  $\sigma$  steht für die Vielfalt, welche Wäschegruppen selbst gepflegt werden: Die größte Streuung – mit Werten zwischen 42 und 46 % – zeigt sich in allen drei Hausgrößen bei der Wäsche der Bewohner:innen. Die geringste Streuung weisen die kleinen Häuser bis 50 Plätze bei den einrichtungstypischen Textilien auf, aber auch hier steht die Standardabweichung mit 26,3 % für deutliche Unterschiede von Haus zu Haus.

### ***Im Haus gewaschene Wäschegruppen nach Größe des Trägers***

Auch mit Blick auf die Träger zeigt sich eine große Vielfalt: In allen Größenkategorien gibt es die komplette Wäschevergabe. Die Pflege der kompletten Wäsche im Haus gibt es sowohl bei den kleinen Trägern als auch bei den großen.

Im folgenden Vergleich werden die vier Träger mit 101 und mehr Häusern aufgrund der geringen Anzahl nicht berücksichtigt; zudem fallen alle diejenigen heraus, die keine Angabe zur Trägergröße gemacht haben.

Ebenso wie beim Vergleich der Hausgrößen (s.o., Abb. 7) werden hier die Träger nach Größe verglichen. Und auch hier zeigt sich ein Muster (Abb. 8): Je kleiner der Träger, desto häufiger wird Wäsche selbst gewaschen, je größer der Träger, desto seltener.

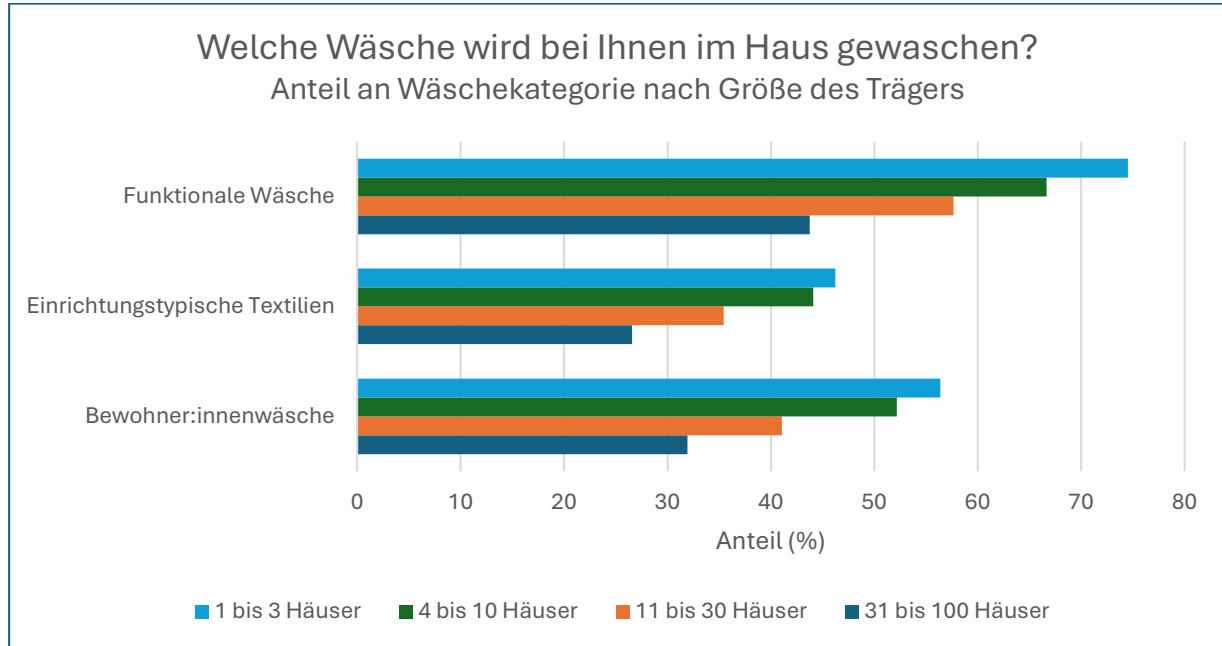


Abb. 8: Selbst gewaschene Wäsche in Kategorien nach Größe des Trägers (N= 138, 17 Fragebögen mit unklarer Trägergröße; 4 Häuser der größten Träger)

Die Standardabweichung verdeutlicht auch hier die große Streuung an hausspezifischen Lösungen; auch hier ist die Streuung bei der Wäsche der Bewohner:innen am höchsten (zwischen 41 % und 47 %).

### Gewichtung der hausspezifischen Werte für die Wäscheversorgung

Im zweiten großen Fragenblock werden 18 Aussagen aufgeführt, die die hausspezifischen Werte bezüglich der Wäsche aufgreifen. Diese sind aus der Literatur und dem Interview abgeleitet. Die Argumente sollen gewichtet werden, dabei entspricht 1 sehr unwichtig und 6 sehr wichtig. Möglich ist auch, „keine Angabe“ anzukreuzen.

### Durchschnitt der vergebenen Gewichtung

Um darzustellen, als wie wichtig eine Aussage insgesamt eingeschätzt wird, wird der Durchschnitt der gegebenen Gewichtung berechnet (Abb. 9).

Dafür werden je Wäschegruppe alle Wertungen von 1 bis 6 addiert und durch die Anzahl derjenigen geteilt, die bei dieser Aussage eine Gewichtung abgegeben haben. Beispiel: Die Aussage „In unserem Haus ist es wichtig, dass ... die Wäsche kostengünstig ist“ wird 156-mal gewichtet (6 Teilnehmende kreuzen „keine Angabe“ an). Die Summe aller Gewichtungen ergibt 712. Daraus errechnet sich der Durchschnitt von 4,6 (712/156).

Im Ergebnis zeigt sich: Durchschnittlich die höchste Priorität haben

- die Zufriedenheit der Bewohner:innen und des Personals und
- eine gute Wäschequalität.

Die Beteiligung der Bewohner:innen ist mit 2,9 Punkten das einzige Argument kleiner als 3,7.

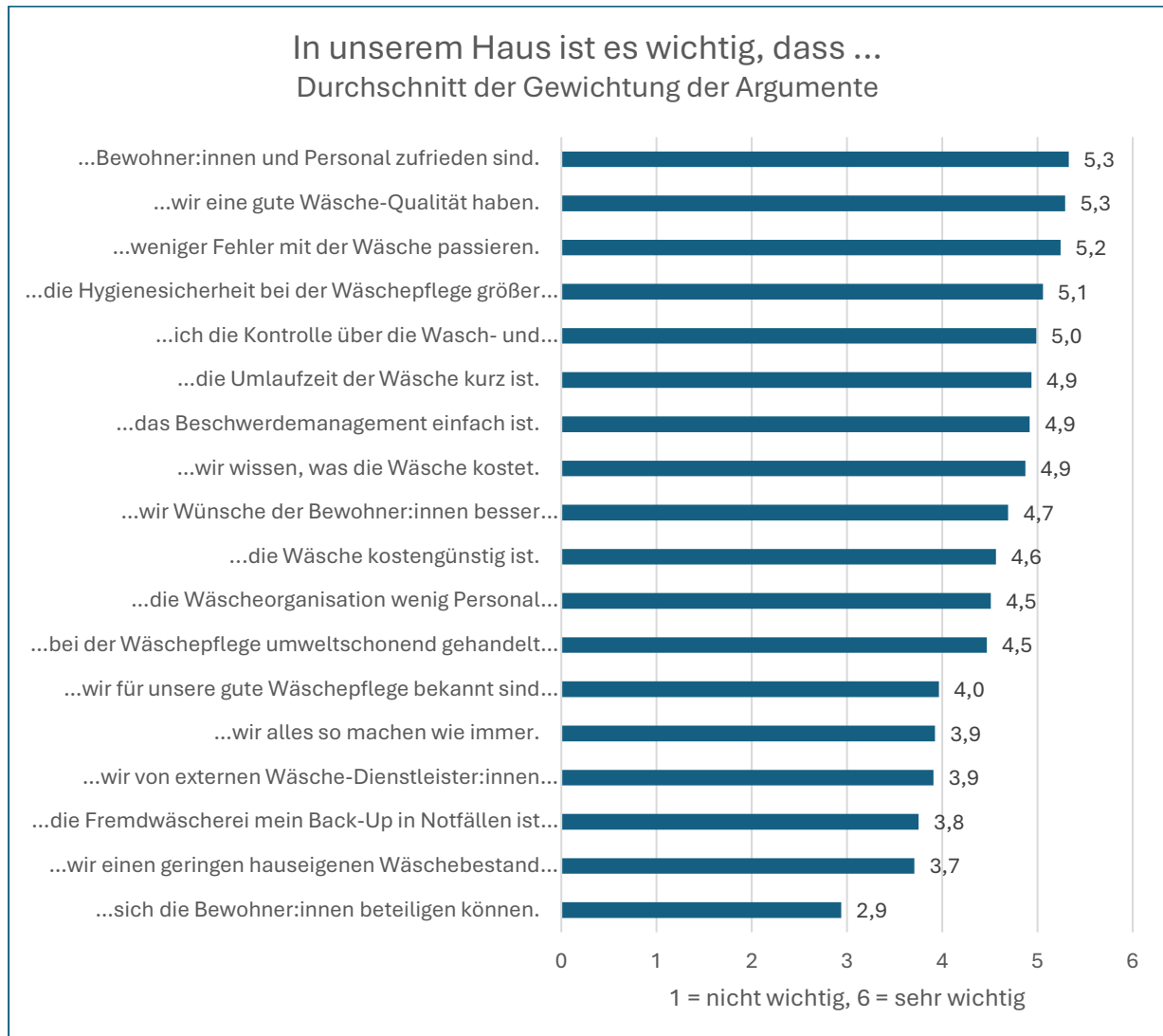


Abb. 9: Gewichtung der Argumente für die Art der Wäscheversorgung (N wegen „keine Angabe“ zwischen 160 und 125, s. u.)

### ***Gewichtung derjenigen, die viel oder wenig Wäsche selbst pflegen***

Unterscheidet sich die Gewichtung der Argumente zwischen denen, die 19–21 Wäschegruppen selbst pflegen, und denen mit nur 0–2 Gruppen? Werden also unterschiedliche Argumente als wichtig eingeschätzt?

Im Folgenden (Tab. 1) ist die Rangfolge der durchschnittlichen Gewichtung der Argumente dargestellt. Rang 1 steht für die höchste, Rang 21 für die niedrigste Gewichtung des Argumentes.

Der Blick auf die ersten drei Ränge zeigt Unterschiede und eine Gemeinsamkeit: Diejenigen, die viel im Haus waschen, schätzen die Zufriedenheit der Menschen im Haus, die Berücksichtigung von Wünschen der Bewohner:innen und die Fehlerver-

meidung als besonders wichtig ein. Auf den ersten drei Rängen bei denjenigen, die viel Wäsche vergeben, liegen die Fehlervermeidung, Hygienesicherheit und das Wissen um die Kosten der Wäsche.

Große Ähnlichkeiten bei den Argumenten mit einer Differenz von nur einem Punkt zeigen sich bei den Argumenten

- der Fehlervermeidung – dies ist für beide sehr wichtig (Rang 2 bzw. 1)
- einer guten Wäsche-Qualität (Rang 4 bzw. 5)
- eines einfachen Beschwerdemanagements (Rang 7 bzw. 6) und
- der Beteiligung an der Wäschepflege – dies ist für beide sehr unwichtig (Rang 17 bzw. 18).

Große Unterschiede (Differenz von 10 und mehr Punkten) zeigen sich hinsichtlich Bewohner:innenwünschen und Kosten:

- Das Bestreben, Wünsche der Bewohner:innen berücksichtigen zu können, wird von denjenigen, die viele Wäschegruppen selbst pflegen, mit Rang 2 als deutlich wichtiger bewertet als von denjenigen, die viel vergeben (Rang 14).
- Die Kosten der Wäsche zu kennen ist hingegen für diejenigen, die wenige Wäschegruppen selbst pflegen, mit Rang 3 weit wichtiger als für diejenigen, die viel selbst waschen (Rang 14).

Mit 5 Punkten Unterschied werden auch die Argumente

- Kosten der Wäsche,
- Kosten zu sparen durch einen geringen eigenen Wäschebestand,
- Fremdwäscherei im Havariekonzept,
- Unabhängigkeit von externen Dienstleister:innen und
- Hygienesicherheit

merklich unterschiedlich gewichtet.

Tab. 1: Rangfolge der durchschnittlichen Gewichtung der Argumente von Häusern mit vielen oder wenigen im Haus gewaschenen Wäschegruppen im Vergleich

In unserem Haus ist es wichtig, dass ...	Rangfolge der Argumente Ø		Differenz
	19 bis 21 Wäschegruppen im Haus	0 bis 2 Wäschegruppen im Haus	
...die Bewohner:innen sowie das Personal mit der Wäsche zufrieden sind.	1	4	3
...wir Wünsche der Bewohner:innen bzgl. der Wäsche besser berücksichtigen können.	2	14	12
...weniger Fehler mit der Wäsche passieren.	2	1	1
...wir eine gute Wäsche-Qualität haben.	4	5	1
...ich die Kontrolle über die Wasch- und Wäschequalität behalte.	5	8	3
...die Umlaufzeit der Wäsche kurz ist.	6	9	3
...das Beschwerdemanagement der Wäschepflege einfach ist.	7	6	1
...die Hygienesicherheit bei der Wäschepflege größer ist.	7	2	5
...wir bei der Wäsche-Organisation alles so machen wie immer.	9	16	7
...bei der Wäschepflege umweltschonend gehandelt wird.	9	12	3
...wir von externen Wäsche-Dienstleister:innen unabhängig sind.	11	17	6
...die Wäscheorganisation wenig Personal beansprucht.	12	7	5
...wir für unsere gute Wäschepflege bekannt sind (Marketingaspekt).	13	15	2
...wir wissen, was die Wäsche kostet.	14	3	11
...die Wäsche kostengünstig ist.	15	10	5
...die Fremdwäscherei mein Back-Up in Notfällen ist (Havariekonzept).	16	11	5
...sich die Bewohner:innen an der Wäschepflege beteiligen können.	17	18	1
...wir einen geringen hauseigenen Wäschebestand haben, um Anschaffungskosten zu sparen.	18	13	5

Rang 1 = höchste, Rang 21 = niedrigste durchschnittliche Gewichtung

### ***Vergleich einer Wäschegruppe mit ausgewählten Argumenten***

Ist die Gewichtung eines Arguments mit der Strategie Eigen- oder Fremdwäscherei verknüpft? Beispielhaft werden die Verfahren externe oder interne Pflege der Unterwäsche der Bewohner:innen drei ausgewählten Argumenten gegenübergestellt:

- die Zufriedenheit der Bewohner:innen sowie des Personals mit der Wäsche – Dieses ist das am häufigsten angekreuzte Argument.
- die Berücksichtigung der Wünsche der Bewohner:innen bzgl. der Wäsche – Dieses Argument steht für Bewohner:innenorientierung im Haus.
- die Kosten der Wäsche – Dieses Argument wird in der Literatur dafür genannt, die Wäsche außer Haus zu geben.

Zur besseren Übersicht sind jeweils zwei Gewichtungsklassen als wichtig (5-6), mittelwichtig (3-4) und unwichtig (1-2) zusammengefasst.

Beim Ziel der Zufriedenheit von Bewohner:innen und Personal zeigt sich eine Tendenz zur hauseigenen Wäscherei (Abb. 10): Für fast 92 % derjenigen, die die Wäsche selbst pflegen, ist dieses Argument wichtig – unter denjenigen, die die Wäsche vergeben, sind dies knapp 81 %.

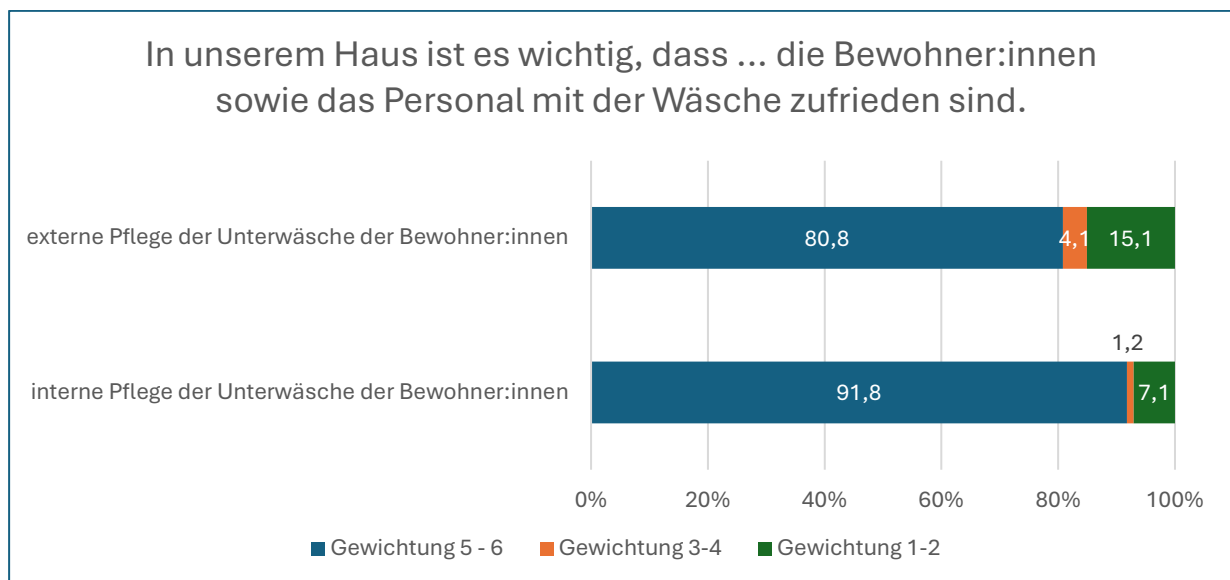


Abb. 10: Gewichtung des Arguments „Zufriedenheit mit der Wäsche“ im Verfahrensvergleich für die bewohner:inneneigene Unterwäsche (N = 158; 3 keine Angabe bei Argument, 1 unsicher bei Waschstrategie)

Die Berücksichtigung von Wünschen der Bewohner:innen wird bei denjenigen, die die bewohner:inneneigene Unterwäsche selbst pflegen, höher gewichtet (Abb. 11): 80 % schätzen das als wichtig ein. Von denjenigen, die die Wäsche vergeben, schätzt nur gut die Hälfte dies als wichtig ein; gut 22 % kreuzen an, dies sei in ihrem Haus nicht wichtig.

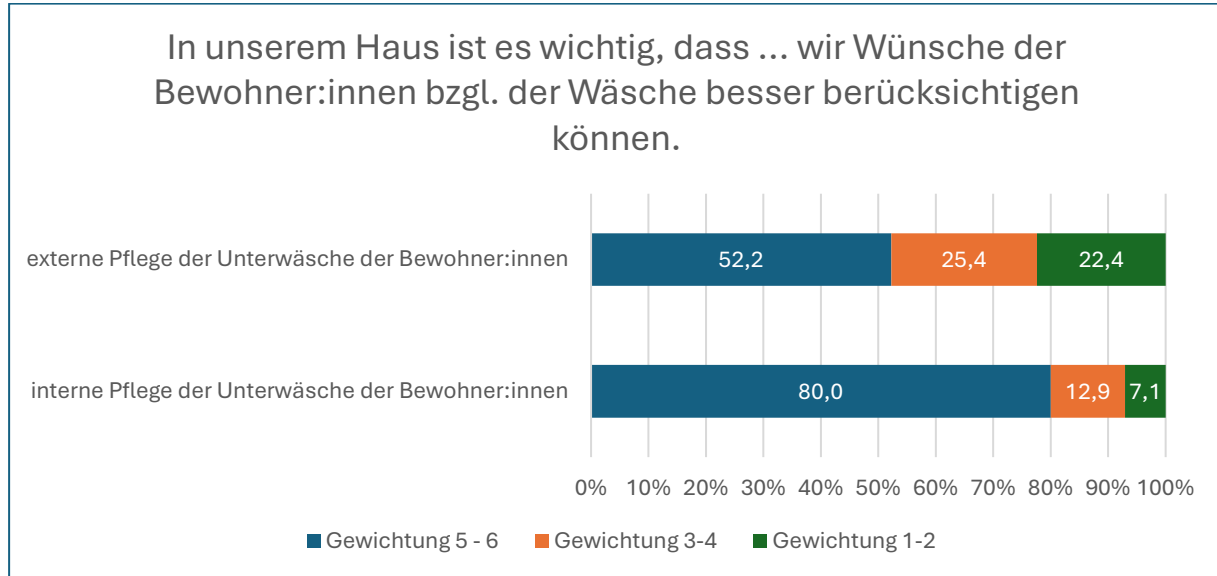


Abb. 11: Gewichtung des Arguments „Berücksichtigung von Wünschen der Bewohner:innen“ im Verfahrensvergleich für die bewohner:inneneigene Unterwäsche (N = 152; 9 keine Angabe bei Argument, 1 unsicher bei Waschstrategie)

Beim Kostenaspekt zeigt sich ein anderes Muster (Abb. 12): Für gut 63 % derjenigen, die die Wäsche nicht selbst waschen, ist dieser Aspekt wichtig, während diese Einschätzung nur 57 % derjenigen, die selbst waschen, teilen. Im Vergleich mit den anderen geprüften Argumenten sticht der relativ hohe Anteil derjenigen, die diesen Aspekt als mittelwichtig einschätzen, hervor.

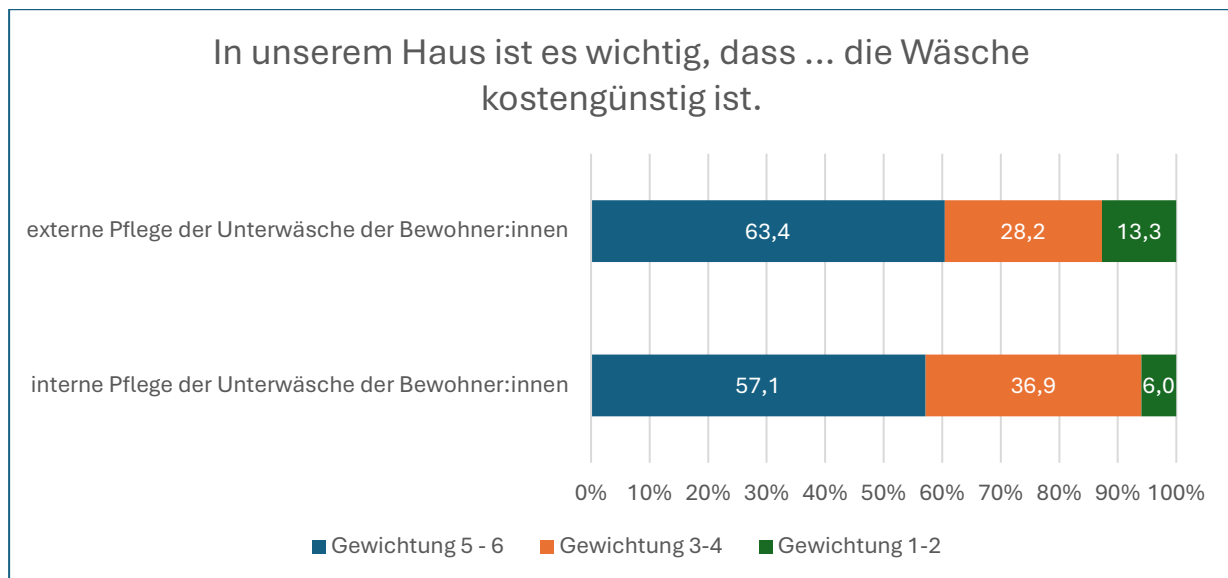


Abb. 12: Gewichtung des Arguments „Kosten der Wäsche“ im Verfahrensvergleich für die bewohner:inneneigene Unterwäsche (N = 155; 6 keine Angabe bei Argument, 1 unsicher bei Waschstrategie)

### „Keine Angabe“ zur Gewichtung der Argumente

Zur Frage, welche Wichtigkeit eine Aussage im eigenen Haus hat, kreuzt nahezu die Hälfte aller Teilnehmenden (74; 46 %) bei mindestens einer der Aussagen „keine Angabe“ an.

- Mehrheitlich wird eine Einstufung bei den Argumenten Umlaufzeit, Beschwerdemanagement, Hygienesicherheit, Zufriedenheit und Wäschequalität vorgenommen; hier kommt die Wahl „keine Angabe“ besonders selten vor (Abb. 13).
- Am seltensten werden die Argumente Fremdwäscherei als ein Back-Up für Notfälle, Marketingaspekt und Unabhängigkeit von Fremddienstleister:innen eingestuft, wobei das Back-Up für Notfälle mit 14 Nennungen Unterschied zum nächsten Argument deutlich hervorsteht.

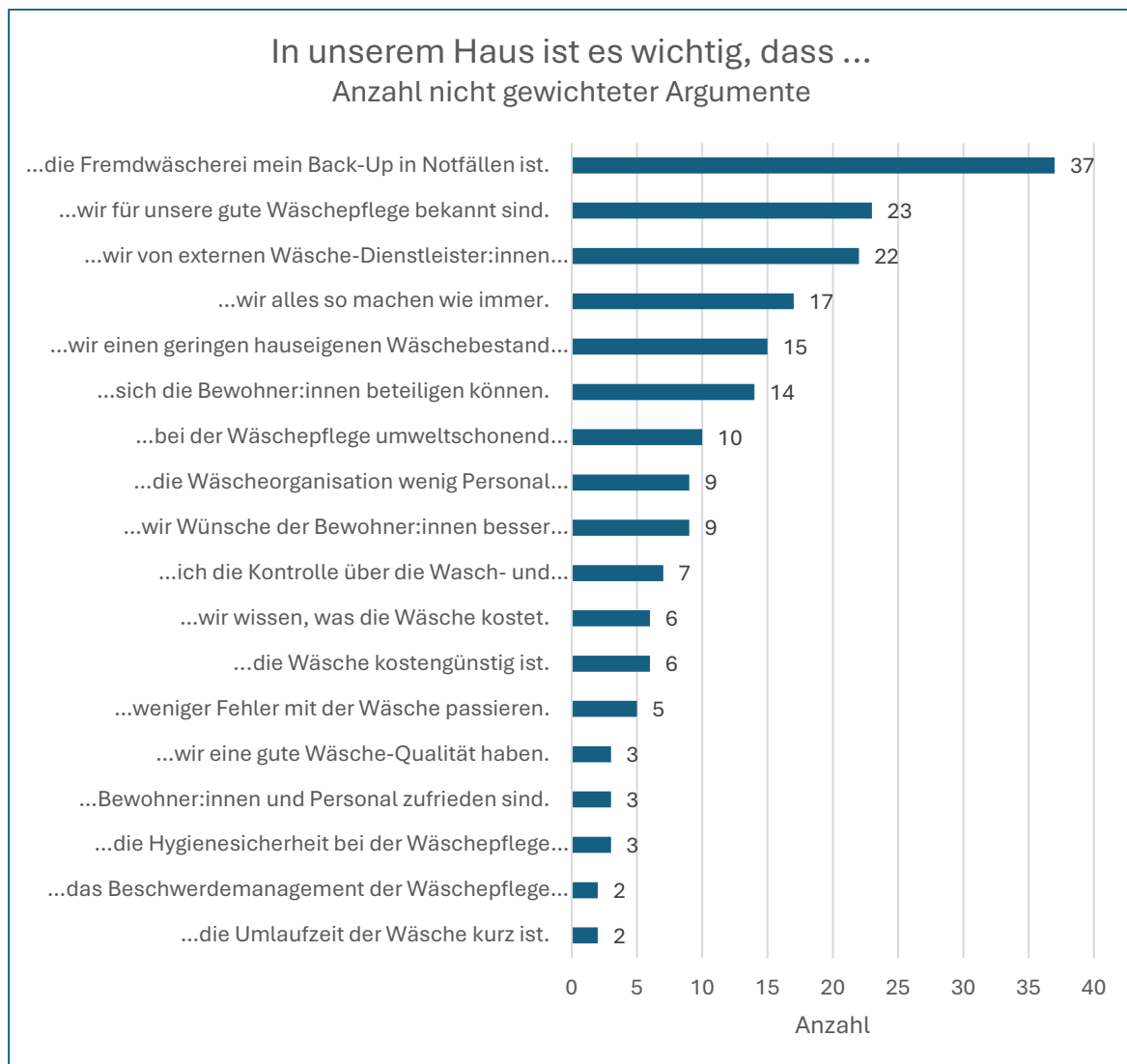


Abb. 13: „keine Angabe“ zur Gewichtung der Argumente (N = 162)

Ein Zusammenhang zur Größe des Hauses oder des Trägers kann nicht festgestellt werden.

## Folgerungen und Methodenkritik

### ***Große Unsicherheit sowohl bei der Strategie als auch bei Wirkungen***

Dass insgesamt im Feld der stationären Wäscheversorgung große Unsicherheit herrscht, zeigt sich erstens an den vielen nicht gegebenen Gewichtungen der Argumente („keine Angabe“). Aufgrund des Pre-Tests wird davon ausgegangen, dass die Argumente verständlich formuliert sind. Angenommen wird stattdessen, dass „keine Angabe“ für „dieses Argument ist mir neu“ steht: Die allgemein bekannten Argumente werden deutlich weniger mit „keine Angabe“ gewertet als eher selten diskutierte.

Besonders auffällig ist das beim Argument der Fremdwäscherei als Back-Up. Dieses wurde aufgrund des qualitativen Interviews mit gelistet, taucht aber in der Literatur nicht auf. Unabhängig davon, ob eine Fremdwäscherei als Back-Up-Lösung sinnvoll ist oder nicht: Mit 37 Mal „keine Angabe“ haben gut 22 % der Häuser das Argument nicht einschätzen können oder wollen. Im Gegensatz dazu haben bis auf 2 bzw. 3 Häuser alle zu den gängigen Argumenten wie Umlaufzeit, Beschwerdemanagement oder Hygienesicherheit eine Einschätzung und gewichten dies (Abb. 13). Dies weist darauf hin, dass die Bekanntheit eines Arguments wichtig dafür ist, ob das Argument eingeschätzt werden kann.

Möglich ist, dass die entscheidenden Personen des Trägers anders geantwortet hätten als die ausführenden Personen in den Häusern, die den Fragebogen beantwortet haben. Dem müssten weitere Studien nachgehen.

Auf eine große Unsicherheit weist zweitens die enorme Streuung der Werte sowohl bei den Strategien als auch bei den Argumenten hin. Es scheint also entweder kaum allgemeingültige Kriterien zu geben, die eine klare Strategie begründen würden, oder gültige Kriterien sind nicht bekannt. Dass Letzteres stimmen könnte, darauf weisen die hohen Werte „keine Angabe“ bei den Argumenten hin.

Die größte Streuung der Varianten zeigt sich bei der Wäsche der Bewohner:innen. Demnach scheint es hier die größten Unsicherheiten zu geben, welche Vor- und Nachteile die hauseigene bzw. die Fremdversorgung beinhaltet.

### ***Weit überwiegend Teils-Teils-Versorgung***

Die Daten unterscheiden sich deutlich von den Daten von Klasse Wäsche und pflegemarkt.com: Mit mehr als 90 % überwiegt unter den teilnehmenden Häusern dieser Umfrage klar die Teils-Teils-Versorgung, während in den beiden bisherigen Studien der Teils-Teils-Anteil deutlich kleiner ist (Klasse Wäsche: 56 %, pflegemarkt.com: 16 %, s.o.).

Auch wenn die eigene Stichprobe mit 162 Häusern hier kleiner ist als die der beiden früheren Studien (Klasse Wäsche 250 Häuser, pflegemarkt.com gut 3000 Häuser), wird dem Ergebnis dieser Studie aufgrund der Detailtreue mehr Glaubwürdigkeit eingeräumt. Dafür spricht auch, dass in der QPR-Auswertung nach dem „Anbieten einer Wäscheversorgung (insbesondere Kleidung)“ gefragt wird, während es gerade bei der Wäsche der Bewohner:innen die größte Vielfalt der Verfahren zu geben scheint und am häufigsten Reinigungstextilien selbst gewaschen werden; letzteres stimmt wiederum mit den Aussagen von Inge Maier-Ruppert und Thomas Kornblum überein. Es wird deshalb davon ausgegangen, dass die weit überwiegende Mehrheit der Häuser eine Teils-Teils-Versorgung umsetzt; die komplette Vergabe wird ebenso wie die komplette hauseigene Wäscherei selten sein.

### ***Größere Häuser und kleinere Träger scheinen eher selbst zu waschen***

Die Aussage der Klasse Wäsche-Studie, nach der kleinere Häuser bis 50 Plätze am ehesten die Wäsche selbst komplett im Haus versorgen, stellt sich in der vorliegenden Erhebung gerade andersherum dar: Je größer das Haus, desto mehr Wäschegruppen werden selbst gewaschen. Dieses Ergebnis stützt die Einschätzung von Doreen Reimann, nach der es sich für kleinere Häuser nicht lohne, die Wäsche selbst zu waschen.

Zugleich zeigt sich: Je kleiner der Träger, desto häufiger wird Wäsche selbst versorgt, je größer der Träger, desto seltener. Möglicherweise gibt es konzeptionelle Gründe, die aus organisatorischen Gründen in der vorliegenden Umfrage nicht berücksichtigt werden konnten (s. Methodenkritik). Möglich sind aber auch Gründe der trägerinternen Organisation, die hier nicht mit erhoben worden sind.

### ***Zufriedenheit und Wäschequalität sehr wichtig, Umweltfragen und Beteiligung nachrangig***

Im Gesamt-Durchschnitt stehen die Zufriedenheit der Bewohner:innen und des Personals und die gute Wäschequalität an vorderster Stelle. Diese Aussagen stützen die Argumente aus der Literatur.

Ein deutlicher Unterschied zum bisherigen Wissen besteht in der Gewichtung der Umlaufzeit auf dem 6. Platz, die in der Literatur und auch im Interview aber als sehr wichtig herausgestellt wird. Auch das Argument, die Wäsche kostengünstig zu versorgen, liegt eher im hinteren Bereich (Platz 10 von 18).

Dass Umweltfragen eher nachrangig beachtet werden, stützt die Aussage von Thomas Kornblum, wonach dies aus fehlenden Finanzierungsanreizen resultiert. Auffallend ist das Argument der Beteiligung der Bewohner:innen, die eine große Chance bietet (s.o.), die aber mit großem Abstand als am unwichtigsten von allen Argumenten gewichtet wird.

### ***Bewohner:innenorientierung vs. Kostenaspekt?***

Die Gewichtung der Argumente steht für Werte, die diejenigen leiten, die im Haus für die Wäsche verantwortlich sind. Demnach scheinen diejenigen, die stark an den Bewohner:innen orientiert arbeiten möchten, die hauseigene Wäscheversorgung für besser geeignet zu halten. Darauf weist erstens hin, dass diejenigen, die viel im Haus selbst waschen, die Wäsche der Bewohner:innen meist im Haus behalten, während diejenigen, die Wäsche vermehrt vergeben, diese meist mit vergeben.

Zweitens steht die Gewichtung der Argumente dafür: Das Ziel, orientiert an den Bewohner:innen zu handeln (Argumente: Bewohner:innenwünsche berücksichtigen, Zufriedenheit der Bewohner:innen und des Personals), ist für diejenigen, die viele Wäschegruppen im Haus selbst waschen, deutlich wichtiger als für diejenigen, die viel vergeben (Tab. 1). Dieses Bild wird drittens durch die drei Verfahrensvergleiche am Beispiel der Unterwäsche verstärkt (Abb. 10-12).

Auf der anderen Seite ist der Kostenaspekt (Argumente: Kosten der Wäsche kennen, kostengünstige Wäsche, geringere Kosten durch weniger hauseigene Wäsche) für diejenigen, die wenig im Haus selbst waschen, wichtiger als für diejenigen, die viel selbst waschen. Allerdings ist der Unterschied nicht so deutlich wie bei der Bewohner:innenorientierung (insgesamt 10. bzw. 15. Platz der Reihung, Tab. 1). Sehr deutlich ist der Unterschied einzig bei der Frage des Wissens um die Kosten der Wäsche – für diejenigen, die wenige Wäschegruppen selbst pflegen, ist dieser Aspekt auf Platz 3 der Gewichtung; bei denjenigen, die viele Gruppen selbst pflegen, auf Platz 14. Ähnlich zeigt es sich im Verfahrensvergleich am Beispiel der Unterwäsche der Bewohner:innen: Die Kostengünstigkeit der Wäsche wird von denjenigen, die die Unterwäsche nicht selbst pflegen, häufiger als wichtig eingeschätzt als von denen, die sie selbst pflegen (Abb. 12).

Insgesamt stützt dieses Ergebnis die Einschätzung aus der Literatur, dass mit der Vergabe vor allem Kostengründe verbunden werden, während alle anderen Argumente bei der hauseigenen Wäscherei stärker eingeschätzt werden.

Ob die Vergabe tatsächlich kostengünstiger ist, scheint jedoch nicht belegt, wie im Interview deutlich geworden ist. Da die hausspezifischen und örtlichen Bedingungen ausschlaggebend für eine realistische Einschätzung der Kosten sind, ist eine allgemeingültige Aussage nicht möglich – jedes Haus bzw. jeder Träger muss also eine eigene Vollkostenanalyse durchführen, um die finanziellen Auswirkungen der verschiedenen Wäscheversorgungsstrategien zu erfassen.

Ebenso ist mit den vorliegenden Daten nicht belegt, ob die Bewohner:innenorientierung mit der eigenen Wäscherei tatsächlich besser erfüllt werden kann. Dies wird in der Literatur so vertreten, ist aber bislang wohl eher erfahrungsgesättigt als evidenzbasiert. Dem müssten weitere Studien nachgehen.

## Methodenkritik

Der wesentliche methodische Knackpunkt liegt darin, dass „nur“ 162 Fragebögen einbezogen worden sind. Damit ergeben sich mit Blick auf Spezifizierungen wie Hausgröße oder der Gruppe derjenigen, die viel/wenig Wäsche im eigenen Haus versorgen, kleine Stichprobengrößen. Auf dieser Basis Durchschnittswerte zu bilden, zumal die Streuung der Werte enorm ist, ist gewagt. Es bietet dennoch eine komprimierte Vergleichsmöglichkeit, die auf Muster schließen lässt.

Vor allem kleinere Häuser sind in der vorliegenden Untersuchung unterrepräsentiert: Während in Deutschland etwa die Hälfte der Häuser bis zu 50 Plätze anbietet, liegt der Anteil dieser Hausgröße hier mit nur 16 Häusern bei 10 %.

Um die hausspezifischen Strategien der Wäscheversorgung zu erfassen, wurden gezielt diejenigen angesprochen, die in den Häusern vor Ort verantwortlich sind. Sie sind aber meist nicht diejenigen, die die Strategie entscheiden. Die entscheidenden Personen der Träger hätten die Argumente womöglich anders gewichtet. Weitere Studien wären deshalb sinnvoll, um die Gewichtung der Argumente als Trägerstrategie zu prüfen.

Die Wäschestrategie eines Hauses oder Trägers wird viertens auch von der konzeptionellen Ausrichtung und der trägerinternen Organisation abhängen. Diese Aspekte konnten aufgrund der Komplexität des Themas in der Umfrage nicht berücksichtigt werden. Es wäre deshalb sinnvoll, dies ergänzend in einer Folgestudie zu erheben, um ein rundes Bild zu gewinnen.

## Fazit und Empfehlungen

Wie wird die Wäsche in Altenpflegeheimen versorgt? Welche Gründe gibt es dafür und gibt es Kriterien, die die Verantwortlichen bei der eigenen Entscheidung unterstützen?

Die vorliegende Studie zeigt: Kriterien oder gar ein Leitfaden, um die Verantwortlichen bei Entscheidungen zu unterstützen, können nicht eindeutig abgeleitet werden. Dennoch trägt die vorliegende Studie einen neuen Baustein zum Wissen über die Wäscheversorgung bei. Dies ist umso wichtiger, da bislang sehr wenig Wissen zu Wäschestrategien und Argumenten vorliegt:

- Entgegen der Ergebnisse der beiden bisherigen Studien setzt die weit überwiegende Mehrheit der Häuser eine Teils-Teils-Versorgung um. Das heißt: In fast jedem Haus hat das hauswirtschaftliche Personal mit der Pflege von Wäsche zu tun. Deshalb ist das Wissen um die eigene Werthaltung und ein bewusster Umgang mit Waschstrategien wichtig.

- Sowohl hinsichtlich der Strategie der Wäscheversorgung als auch zu den Auswirkungen unterschiedlicher Strategien scheint in den Häusern eine große Unsicherheit zu herrschen. Dafür sprechen die sehr unterschiedlichen Strategien und Einschätzungen der Argumente und auch die vielen fehlenden Gewichtungen der Argumente. Dafür spricht zudem der Widerspruch zwischen Literatur und Praxis: Besonders die Beteiligung der Bewohner:innen, die in der Literatur als wichtig diskutiert wird und vor allem im Umgang mit Menschen mit Demenz große Chancen bietet, wird in der Praxis mit großem Abstand als am unwichtigsten von allen Argumenten eingeschätzt. Empfohlen wird, die gelisteten Argumente in Aus-, Fort- und Weiterbildung zu diskutieren, um die Komplexität der Wäscheversorgung bewusst zu machen, eigene Werthaltungen zu klären und damit Entscheidungen zu erleichtern.
- Die wichtigsten Argumente der Teilnehmenden dieser Umfrage sind die Zufriedenheit der Bewohner:innen und des Personals, die gute Wäschequalität und das Vermeiden von Fehlern. Dies sind Argumente, die sich unmittelbar vor Ort auswirken. Die Umlaufzeit, die in der Literatur und auch im Interview als sehr wichtig herausgestellt wird und für den Wäschebestand ausschlaggebend ist, wird als weniger wichtig eingeschätzt. Möglicherweise werden also die Ziele von den Ausführenden im Haus und auf den Wohnbereichen anders gewichtet als von den Entscheidenden auf der Führungsebene des Trägers. In dem Fall wären bessere Kommunikationsstrategien zwischen entscheidenden und ausführenden Stellen sinnvoll.
- Die Wäsche kostengünstig zu versorgen, liegt im mittleren Bereich der Gewichtung der Argumente. Dies stützt die These, dass es Unterschiede zwischen der Entscheidungs- und Ausführungsebene gibt. Es wird dennoch von denjenigen, die einen großen Teil der Wäsche vergeben, als wichtiger eingeschätzt als von denen, die einen Großteil selbst versorgen. Finanzielle Vor- und Nachteile werden haus- und ortsspezifisch sein, so dass jeweils Vollkostenrechnungen nötig sind, um tatsächliche Kostenwirkungen verschiedener Strategien zu belegen.
- Diejenigen, die den Fokus auf Bewohner:innenorientierung legen, scheinen die hauseigene Wäscheversorgung für besser geeignet zu halten. Diese Aussage findet sich auch in der Literatur, ist aber bisher nicht wissenschaftlich belegt. Die Wirkung der Strategien für eine an den Bewohner:innen orientierte Versorgung müsste in Folgestudien geprüft werden.

## Quellen

- Deutscher Caritasverband, Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft, Diakonie Deutschland (Hrsg.) (2019): Wäschepflege in sozialen Einrichtungen. Leitlinie für das Wäschemanagement. 2. Vollständig überarbeitete Auflage durch C Feist, I Maier-Ruppert und U Schukraft. Freiburg: Lambertus.
- Feist C (2019): Hauseigenes dezentrales Waschen in Wohngruppen. Deutscher Caritasverband et al.: 115-117.
- Feulner M, Pfannes U, Schukraft U, Sobotka M (2012): Den Alltag leben! Hauswirtschaftliche Betreuung. Ein innovativer Weg für soziale Einrichtungen und Dienste. Herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft e. V.  
[https://www.dghev.de/fileadmin/user\\_upload/dgh\\_Den\\_Alltag\\_leben\\_2012.pdf](https://www.dghev.de/fileadmin/user_upload/dgh_Den_Alltag_leben_2012.pdf) (Abruf 10.04.2026)
- Höb A (2023): Warum sich die eigene Zentralwäscherei rechnet. Bericht über Manuela Fleißner, Betriebsleiterin der Service GmbH der PUR VITAL Altenhilfe GmbH. rhw-management 7-8/2023: 20-23
- Kuckartz U (2018): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung, 4. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Juventa
- KW Klasse Wäsche (o.J.a): Daten und Fakten. <http://www.klassewaesche.com/daten-und-fakten/> (Abruf 16.03.2017)
- KW Klasse Wäsche (o.J.b): Erste umfassende Marktstudie über hauseigene Wäschereien in Deutschlands Senioren-Pflegeheimen: Vielfältige Motive für eine hauseigene Wäscherei! Kurzbericht über die genannte Studie. per Mail am 17.03.2017 von der Pressestelle des Hauses, ricki.strick@prima.co.at
- KW Klasse Wäsche (o.J.c): Grafik: Auch bei Altenheimen gilt: Je kleiner, desto eher wird zur Gänze im Haus gewaschen. per Mail am 17.03.2017 von der Pressestelle des Hauses, ricki.strick@prima.co.at
- Maier-Ruppert I, Steinel M (2019): Zentrale hauseigene Wäscherei in der Einrichtung. Deutscher Caritasverband et al.: 103-115
- Maier-Ruppert I (2021): Bewohnerwünsche und Kosten in Einklang bringen. Altenheim 4/2021: 48-51
- Pfannes U, Schukraft U (2019): Waschen mit NutzerInnen – hauswirtschaftliche Betreuung in der Wäscheversorgung. Deutscher Caritasverband et al.: 118-124
- Pflegemarkt.com (2022): 65 Prozent aller Pflegeheime ohne eigene Wäscherei. Meldung vom 13.06.2022. <https://www.pflegemarkt.com/fachartikel/anzahl-pflegeheime-ohne-mit-waescherei-waeschesevice/> (Abruf 21.01.2026)
- Stat. BA Statistisches Bundesamt (2024): Statistischer Bericht - Pflegestatistik - Pflege im Rahmen der Pflegeversicherung – 2023. Vom 18. Dezember 2024.  
<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Pflege/Publikationen/Downloads-Pflege/statistischer-bericht-pflege-deutschland-ergebnisse-5224001239005.html> (Abruf 30.07.2025)

Statistik Bayern Bayerisches Landesamt für Statistik (2025): 29231-001: Einrichtungen für ältere Menschen: Einrichtungen, verfügbare Plätze, Bewohner/innen, Gemeinden, Stichtage (letzten 6). <https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis//online?operation=table&code=29231-001&by-pass=true&levelindex=0&levelid=1767857961091#abreadcrumb> (Abruf 08.01.2026)

Steinel M (2019): Die Wäsche. Deutscher Caritasverband et al.: 30-43

## Autorin

Prof. i. R. Dr. Angelika Sennlaub, alltag von morgen, Frankfurt am Main

Kontakt: [mail@alltag-von-morgen.de](mailto:mail@alltag-von-morgen.de)



© A. Sennlaub

## Interessenkonflikt

Laut Angabe der Autorin besteht kein Interessenkonflikt.

## Zitation

Sennlaub A (2026): Wäschepflege in stationären Altenpflegeeinrichtungen. Eine Studie im Auftrag des Bayerischen Kompetenzzentrums Hauswirtschaft (KoHW). Hauswirtschaft und Wissenschaft 74 (ISSN online 2626-0913) doi: 10.23782/HUW\_05\_2026