

Konjunkturumfrage 2016

Zu dieser Studie

Ist Au-pair heute noch zeitgemäß? Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, Auslandserfahrungen zu sammeln. Freiwilligenarbeit, Work and Travel, Farm- und Ranchstays oder Auslandspraktika haben ein „cooler Image“ als das seit 60 Jahren bestehende Au-pair-Programm. Doch auch die Beliebtheit von Au-pair ist ungebrochen. Das zeigt die Konjunkturumfrage 2016, die Entwicklungen und Trends im Jugendbildungsbereich beleuchtet. Au-pair hat gegenüber anderen Austauschprogrammen viele Vorzüge. Es ist nicht nur die günstigste Form eines Auslandsaufenthaltes. Au-pairs erfahren im unmittelbaren Kontakt mit der Familie die Kultur des Gastlandes besonders intensiv, sie übernehmen Verantwortung und erlernen die Fremdsprache von Grund auf.

Die Konjunkturumfrage „Au-pair in Deutschland und weltweit“ bildet eine der wenigen Quellen für die Beurteilung der deutschen Au-pair-Landschaft und erscheint in diesem Jahr bereits zum zehnten Mal. Die Auswertung der Umfrageergebnisse hat unter anderem ergeben, dass Deutschland für ausländische Au-pairs besonders attraktiv ist. 2015 kamen 12.000 Au-pairs, um hier Familien mit Kindern zu unterstützen und dabei Deutsch zu lernen – eine gute Nachricht.

Mit den Themen und Trends aus der aktuellen Befragung wollen wir einen Beitrag zur öffentlichen und politischen Diskussion leisten. Unser besonderer Dank gilt den 55 Au-pair-Agenturen, die sich in diesem Jahr die Zeit genommen haben, den Katalog von insgesamt 58 Fragen zu beantworten. Auch Michaela Hansen danken wir herzlich für ihren Artikel zum Thema Granny-Au-pair, den Sie in der vollständigen Version der Konjunkturumfrage 2016 als Druckausgabe sowie im PDF finden.

Wir sind gespannt auf Ihr Feedback an info@au-pair-agenturen.de bzw. www.facebook.com/aupairagenturen.de.

Ihr Team von www.au-pair-agenturen.de

Begriffserklärung

Au-pair

Der Begriff „Au-pair“ entstammt dem Französischen und bedeutet „auf Gegenseitigkeit“. Das heißt, dass bei einem Au-pair-Aufenthalt sowohl Au-pair als auch Gastfamilie im gegenseitigen Geben und Nehmen voneinander profitieren.

Ein Au-pair hilft bei der Kinderbetreuung und bei der Hausarbeit, lernt im Gegenzug Land und Leute kennen und vertieft seine Sprachkenntnisse. Die Gastfamilie erhält Einblick in eine andere Kultur sowie Unterstützung in täglichen Haushaltsdingen. Welche Rechte und Pflichten Au-pairs haben, hängt vom jeweiligen Land ab. Die verschiedenen Länder bieten unterschiedliche Au-pair-Programme.

EU-Au-pairs und Nicht-EU-Au-pairs

Innerhalb der Europäischen Union wird häufig zwischen EU- und Nicht-EU-Au-pairs unterschieden. Während Nicht-EU-Au-pairs aus einem Land außerhalb der EU kommen und ein Visum sowie eine Arbeitsgenehmigung für die Einreise beantragen müssen, genießen Au-pairs aus der EU (EU-Au-pairs) volle Freizügigkeit innerhalb der Europäischen Union.

Incoming-Au-pairs

Incoming-Au-pairs sind Au-pairs, die aus dem Ausland kommen, um ihre Au-pair-Zeit in Deutschland zu verbringen.

Outgoing-Au-pairs

Outgoing-Au-pairs sind Au-pairs aus Deutschland, die ihre Au-pair-Zeit außerhalb von Deutschland verbringen.

Echtes Au-pair-Verhältnis

Bei einem echten Au-pair-Verhältnis sind alle rechtlichen Voraussetzungen erfüllt, d. h., es gibt einen Vertrag, in dem das Au-pair-Verhältnis geregelt ist – z. B. Arbeits- und Freizeit, Dauer der Beschäftigung, Bezahlung etc. Diese Bestimmungen unterscheiden sich in einzelnen Ländern. Für Deutschland finden sich die Bestimmungen im Merkblatt „Au-pair bei deutschen Familien“ der Bundesagentur für Arbeit.

Unechtes Au-pair-Verhältnis

Bei einem unechten Au-pair-Verhältnis sind nicht alle rechtlichen Voraussetzungen erfüllt. Es liegt vor, wenn beispielsweise ein ausländischer Gast oder Sprachschüler im Haushalt lebt, der gelegentlich auf die Kinder der Familie aufpasst.

Freie Vermittlung

Bei der freien Vermittlung finden sich Gasteltern und Au-pair über Beziehungen, Bekannte oder andere Wege. Alles wird ohne die Einschaltung einer Au-pair-Agentur eigenständig geregelt.

Full-Service-Agentur

Full-Service-Agenturen unterstützen und betreuen Au-pair und Gastfamilie rundum während der gesamten Au-pair-Zeit. Von der Vorbereitung des Au-pair-Aufenthaltes bis zu dessen Ende können Au-pair und Gastfamilie auf den Service der Agentur zählen.

Matching-Agentur

Matching-Agenturen sind hauptsächlich im Internet aktiv. Auf ihren Portalen können sowohl Au-pairs als auch Gastfamilien ihre Profile einstellen, um eine Gastfamilie respektive ein Au-pair zu finden. Im Vergleich zu Full-Service-Agenturen bieten Matching-Agenturen nur einen eingeschränkten Service: Er endet in der Regel mit der erfolgreichen Zusammenführung von Au-pair und Gastfamilie und damit noch vor Beginn des Au-pair-Aufenthaltes.

Granny-Au-pair

Granny-Au-pairs sind Frauen über 50, die sich wie eine Oma für eine Weile um die Kinder einer Gastfamilie im Ausland kümmern. Dafür erhalten sie im Gegenzug freie Kost und Logis. In Deutschland gibt es keine Granny-Au-pairs, da hier das Höchstalter für Au-pairs auf 27 Jahre festgelegt ist.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kurzform

Deutschland ist für ausländische Au-pairs besonders attraktiv

2015 kamen rund 12.000 Au-pairs nach Deutschland. Damit steigt die Zahl seit 2012 jährlich um rund 1.000 an. Die Au-pairs in Deutschland kommen nicht nur aus Europa, sondern auch aus Nicht-EU-Staaten. 2015 wurden mit 5.386 Visa rund 500 mehr Aufenthaltstitel für Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern vergeben als im Jahr davor.

Au-pair behauptet sich gegenüber anderen Austauschprogrammen

Obwohl neuere Austauschprogramme wie Freiwilligenarbeit, Work and Travel und Auslandspraktika bei jungen Menschen hoch im Kurs stehen, bleiben die Teilnehmerzahlen bei Au-pair stabil. Die verschiedenen Programme sprechen unterschiedliche Bedürfnisse an.

Eintauchen in die reale Lebenswelt einer Familie im Ausland

Au-pair setzt auf bewährte Stärken wie Integration in die Gastfamilie, Sicherheit und geringe Kosten für die Jugendlichen. Au-pairs profitieren in besonderer Weise vom interkulturellen Austausch und von der Langfristigkeit des Aufenthaltes.

Viele Gastfamilien im Süden – auch Normalverdiener

Bei der Verteilung von Au-pairs und Gastfamilien gibt es in Deutschland ein Nord-Süd- Gefälle; die meisten leben in Süddeutschland. Au-pair ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Nicht mehr nur die Besserverdienenden können ein Au-pair aufnehmen.

Gastfamilien und Au-pairs haben hohe Erwartungen

Die hohen Erwartungen und die Möglichkeit, leicht ein neues Au-pair oder eine neue Gastfamilie über das Internet zu finden, führen dazu, dass die Beteiligten in Konfliktfällen schneller aufgeben.

Au-pair entwickelt zeitgemäße Varianten wie Granny- oder Professional Au-pair

Die Au-pair-Idee wird durch neue Zielgruppen und Bereiche erweitert. Auch wenn Granny-Au-pair mit dem klassischen Au-pair-Aufenthalt eines jungen Menschen wenig gemein hat, zeigt sich, wie variantenreich sich das Prinzip der Gegenseitigkeit weiterentwickelt.

Vermittlungsmarkt ist umkämpft – große Agenturen sind im Vorteil

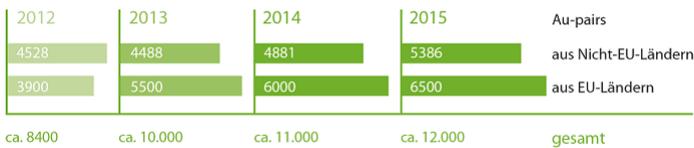
Weil Gastfamilien und Au-pairs bestimmte Voraussetzungen erfüllen und auch noch gut zueinander passen müssen, ist der Markt für die klassische Au-pair-Vermittlung begrenzt. Wenige große Au-pair-Agenturen vermitteln die Mehrzahl der Familien und Au-pairs, wohingegen viele kleine Agenturen rückläufige Zahlen melden.

Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Incoming

Entwicklung der Vermittlungszahlen

Der positive Trend bei ausländischen Au-pairs setzt sich fort. Deutschland wird als Au-pair- Land nicht nur bei Jugendlichen aus der Europäischen Union immer beliebter, sondern auch bei Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern. Im vergangenen Jahr wurden von den deutschen Botschaften und Konsulaten 5.386 Au-pair-Visa vergeben, das sind 505 Visa und über 10 Prozent mehr als 2014. Auf Grund unserer Zahlen und Recherchen gehen wir davon aus, dass 2015 rund 12.000 Au-pairs nach Deutschland kamen. Das sind seit 2012 jedes Jahr etwa 1.000 mehr als im jeweils vorangegangenen Jahr. 2012 gab es lediglich etwa 8.400 Au-pairs in Deutschland.

Au-pairs in Deutschland seit 2012



Quelle: Auswärtiges Amt; eigene Berechnungen

Die große Nachfrage nach Gastfamilien kann nicht überall gedeckt werden. Fast drei Viertel der Umfrageteilnehmer berichten, dass sie über mehr Au-pairs als Gastfamilien verfügen. Gerade in Großstädten haben junge Familien nicht immer ein zusätzliches Zimmer für ein Au-pair, auch wenn sie Unterstützung bei der Kinderbetreuung brauchen könnten. Andererseits suchen Gastfamilien manchmal vergeblich nach einem geeigneten Au-pair, das gut Deutsch spricht und bereit ist, in das Haus der Familie in einer ländlichen Region Nord- oder Süddeutschlands zu ziehen und sich dem Leben dort anzupassen. Wenn soziale Kontakte außerhalb der Gastfamilie, Freizeitangebote und Großstadtabenteuer fehlen, kann sich ein Au-pair auf dem Land schnell allein fühlen.

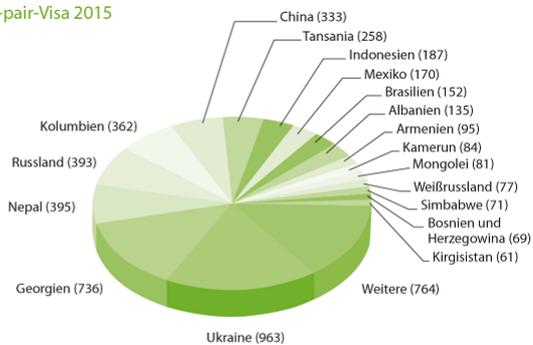
Au-pair ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und nicht mehr nur das Privileg von Hochschulprofessoren in Berlin-Dahlem oder Fabrikantenfamilien in München-Grünwald, die nebenher noch zusätzliches Hauspersonal beschäftigen. Je mehr Familien und Au-pairs am Austausch teilnehmen, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch mal eine Gastfamilie oder ein Au-pair unzufrieden ist. Immer wieder tauchen Fälle ausgebeuteter Au-pairs in den Medien auf. Dass die meisten Au-pair-Aufenthalte bereichernd und harmonisch verlaufen, gerät dabei in der öffentlichen Wahrnehmung manchmal in den Hintergrund.

Herkunftsländer von Incoming-Au-pairs

Woher kommen Au-pairs in Deutschland? Weil Au-pairs aus der Europäischen Union kein Visum benötigen, fehlen zuverlässige Zahlen über deren Reiseströme. Viele europäische Au-pairs kommen ohne Agentur, sie haben ihre Gastfamilie über eine Internet- Plattform, über soziale Netzwerke oder persönliche Kontakte gefunden. Deswegen tauchen in den Zahlen zu den Au-pair-Herkunftsländern keine EU-Au-pairs auf. Einen Anhaltspunkt zu den beliebtesten Herkunftsländern liefern die Angaben der großen Matching-Agentur AuPairWorld: Deren wichtigste EU-Herkunftsländer waren 2015 Spanien, Italien, Frankreich und Großbritannien, in dieser Reihenfolge.

Bewerber aus Drittländern benötigen für ihren Aufenthalt in Deutschland einen Aufenthaltstitel. Eine Statistik zur Vergabe von Visa wird jedes Jahr vom Auswärtigen Amt veröffentlicht und gibt einen guten Überblick über die Herkunft der Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern.

Anzahl der Au-pair-Visa 2015



Quelle: Auswärtiges Amt, Referat 510. Au-pairs aus der EU werden in dieser Statistik nicht erfasst.

2015 wurden die meisten Aufenthaltsgenehmigungen für Au-pairs aus der Ukraine vergeben (963). Auf Platz zwei liegt Georgien (736). Die Plätze drei, vier und fünf belegen Nepal (395), Russland (393) und Kolumbien (362).

Im Vergleich zu 2014 kommen aus einigen Drittländern deutlich mehr Au-pairs. Dazu gehören neben Kolumbien auch Tansania (258), Mexiko (170), Brasilien (152), Albanien (135) und Simbabwe (71). In einigen Ländern ist die Zahl zurückgegangen: In Kamerun (84 statt 145) und Kirgisistan (61 statt 89) stellen die deutschen Botschaften und Konsulate weniger Visa aus.

Ursachen für solche Schwankungen gibt es viele: Oft sind es auch wirtschaftliche und politische Schwierigkeiten oder fehlende Perspektiven für Jugendliche in ihren Heimatländern. Einige suchen dann eine bessere Zukunft in Deutschland oder in anderen Industrieländern. Doch nicht alle Interessenten eignen sich wegen großer kultureller Unterschiede und Vorstellungen als Au-pairs in mitteleuropäischen Gastfamilien. Es gibt auch Au-pairs, die das Visum nur zur Einreise benutzen wollen, um dann ihre weiteren Möglichkeiten im Gastland auszuloten. Deutsche Botschaften und Konsulate prüfen die Kandidaten daher genau und testen auch die Deutschkenntnisse der Bewerber. Häufig ziehen Au-pairs Nachahmer aus ihrem Herkunftsland nach, wenn es sich herumspricht, dass sie in Deutschland eine gute Au-pair-Zeit verlebt haben. Machen jedoch deutsche Agenturen schlechte Erfahrungen mit Au-pairs aus bestimmten Ländern, beenden sie eine Zusammenarbeit mit den dortigen Partneragenturen meist so schnell wie möglich.

Aufenthalt in Deutschland

Das Au-pair-Programm ist nach wie vor weiblich geprägt, auch wenn einzelne Gastfamilien gerne einen jungen Au-pair-Mann aufnehmen. Die meisten Agenturen haben weniger als drei Prozent männliche Bewerber und können selbst diese wenigen Bewerber meist nur schwer vermitteln.

Im Süden Deutschlands gibt es mehr Gastfamilien als im Norden, das hat eine Auswertung beim Au-pair-Versicherer Dr. Walter ergeben. Die meisten über Agenturen vermittelten Au-pairs bleiben für zehn bis zwölf Monate. Den Familien bietet dies eine zuverlässige Betreuungssituation, in der Kinder und Au-pair eine gute Beziehung aufbauen können. Sehr wenige Umfrageteilnehmer berichten auch von Kurzzeit-Au-pair-Aufenthalten (Sommer-Au-pair u. a.).

Arbeitszeit

In diesem Jahr haben wir erstmals konkret nach den Problemen gefragt, mit denen sich Au-pairs an ihre Agenturen wenden. Bei fast der Hälfte aller Umfrageteilnehmer gehörten zu lange Arbeitszeiten zu den Hauptärgernissen der Au-pairs. In Deutschland sind die Arbeitszeiten klar geregelt: Die Mithilfe beträgt bis zu sechs Stunden pro Tag bzw. 30 Stunden in der Woche (einschließlich gelegentlichem Babysitten). Das Au-pair sollte eineinhalb zusammenhängende freie Tage in der Woche haben. Mindestens einmal im Monat muss dieser freie Tag ein Sonntag sein. Die gesetzlichen Feiertage sind grundsätzlich frei.

Bei einem Fünftel der Au-pair-Agenturen beschwerten sich die Au-pairs über unklare Arbeitsanweisungen. Hier empfehlen viele Agenturen ihren Gastfamilien, sich für die Eingewöhnung ihres Au-pairs zwei Wochen frei zu nehmen. Wenn das Au-pair die Gastmutter oder den Gastvater beim alltäglichen Umgang mit den Kindern und den Haushaltsarbeiten begleitet und zusätzliche Erklärungen erhält, kann es viel über deren Erwartungen erfahren. Jede Familie hat ihre eigenen Regeln und Gewohnheiten, deshalb kann man nicht voraussetzen, dass ein Au-pair alles automatisch richtig macht.

Lösungen im Streitfall

Trotz sorgfältiger Auswahl von Gastfamilien und Au-pairs kann es hin und wieder zu Konflikten kommen. Agenturen beobachten bei ihren Gastfamilien, dass sie weniger Durchhaltevermögen zeigen als früher; manchmal fehlt es schlicht an Geduld. Es wird häufiger davon berichtet, dass sowohl Gastfamilien als auch Au-pairs weniger bereit sind, Konflikte auszutragen und nach Lösungen zu suchen. Schnell suchen Au-pairs eine neue Familie oder Gasteltern trennen sich vom Au-pair. Weil sie mit Hilfe von Internet und Social Media leicht Ersatz finden, sind sie eher bereit, ein angespanntes Au-pair-Verhältnis aufzulösen. Dabei ist das in vielen Fällen für beide Seiten nicht optimal. Sollte es einmal tatsächlich Probleme geben, ist es besser, wenn sich Au-pairs und Familien an ihre Vermittlungsagentur wenden. Erfahrene Vermittler können nicht nur über kulturelle Unterschiede und ungewohnte Verhaltensweisen informieren, sondern verschiedene Lösungsvorschläge einbringen oder eine Schlichtung anbieten, um die Trennung von Gastfamilie und Au-pair zu verhindern.

Wechsel-Au-pairs

Gibt es keine zuständige Agentur oder sind die Au-pairs mit ihrer Agentur unzufrieden, suchen sie oft Rat und Hilfe bei anderen Agenturen. Diese Wechsel-Au-pairs sind aber nicht bei allen Agenturen beliebt. Sie verursachen viel Arbeit und erfordern schnelles und achtsames Handeln. Oft entsprechen sie nicht den eigenen Auswahlkriterien und Qualitätsvorgaben und sind daher nur schwer zu vermitteln. Trotzdem geben die meisten Agenturen Hinweise und Ratschläge, wie man eine neue Gastfamilie finden kann. Zur Hilfestellung verpflichtet sind sie jedoch nicht; es liegt im Ermessen der Agentur, ob sie helfen kann und auch will. Alle befragten Agenturen hatten 2015 mit Wechsel-Au-pairs zu tun, die sie nicht selbst vermittelt haben. Ein Drittel der Umfrageteilnehmer hatten sogar mehr als zehn solcher Fälle.

Die Umfrageteilnehmer berichten von folgenden Schwierigkeiten mit diesen Au-pairs:

- Sie haben zu hohe oder falsche Erwartungen an das Au-pair-Programm.
- Sie bringen wenig Flexibilität und Kompromissbereitschaft mit.
- Sie verfügen über schlechte Deutschkenntnisse.
- Sie haben schlechte Bewerbungsunterlagen und es fehlen Dokumente.
- Sie suchen über alle möglichen Kanäle/mehrgleisig nach neuen Gastfamilien.

Freizeit und Sprachkurs

Fast drei Viertel der Full-Service-Agenturen organisieren für ihre Au-pairs Freizeitaktivitäten, um deren Zeit in Deutschland interessanter zu gestalten. Sie veranstalten regelmäßig Au-pair-Treffen und helfen bei der Organisation von Au-pair-Reisen.

Außerdem beraten die Agenturen zu Sprachkursen, an denen jedes Au-pair teilnehmen sollte. Ein Großteil der Deutschkurse ist allerdings derzeit stark nachgefragt oder ausgebucht. Zwei Drittel der Umfrageteilnehmer berichten von überfüllten Kursen oder von wenigen freien Plätzen. Viele Flüchtlinge wollen und sollen ebenfalls Deutsch lernen und Volkshochschulen und andere Anbieter können nicht so schnell auf die gestiegene Nachfrage reagieren. Eine Möglichkeit ist, auf Online-Kurse auszuweichen.

Die wirtschaftliche Situation von Incoming-Agenturen und ihr Kundenstamm

Was kostet eine Au-pair-Vermittlung für eine Gastfamilie? Die Preisspanne für die Dienstleistungen einer Agentur liegt zwischen 40 und 1.200 Euro. Full-Service-Agenturen nehmen sich Zeit, um vorab sowohl die Familie als auch das Au-pair ausführlich zu beraten und sie während des Aufenthaltes zu betreuen. Wer sich bei einer Matching-Agentur anmeldet, erhält weit weniger Service. Vielen Gastfamilien ist die Onlinesuche zu mühsam und zu zeitaufwändig; sie bezahlen gerne dafür, dass eine Agentur die Suche übernimmt, alle Formalitäten abwickelt und als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Diese Serviceleistungen sind aufwändig und Vermittler haben Erfahrung und Routine in diesen Belangen. Steigende Anmeldezahlen der Matching-Agenturen aber zeigen, dass viele Au-pairs und Familien sich diese Arbeit selbst machen, um Geld zu sparen. Ein Au-pair oder eine Gastfamilie zu finden, ist dabei der erste Schritt, die Beschaffung des Visums und die Organisation des Aufenthaltes sind dann weitere notwendige Herausforderungen.

Die meisten Full-Service-Agenturen erheben eine Gebühr von 300 bis 500 Euro. Mehr als vier Prozent verlangen mehr als 700 Euro. Fast jede zehnte Agentur hat 2015 ihre Preise und Gebühren erhöht. Die Hälfte der Agenturen schätzt die eigene wirtschaftliche Situation als mäßig oder gar als unbefriedigend ein. Nur noch 16 Prozent blicken optimistisch in das kommende Jahr, 2014 waren es noch 25 Prozent. Wie schon 2014 scheinen nur wenige große Agenturen von der steigenden Zahl an Au-pairs zu profitieren. Die Vermittlungszahlen der meisten kleineren Incoming-Agenturen haben wie in den Vorjahren stagniert oder waren rückläufig.

Au-pair nicht nur für Besserverdiener

Auch wenn ein Au-pair nicht mehr das Privileg wohlhabender Familien ist und mittlerweile auch Normalverdiener-Kinder in den Genuss der Betreuung durch ein Au-pair kommen: Es sind immer noch 60 Prozent Besserverdienende, die sich einen ausländischen Gast als Au-pair nach Hause holen. Im Vergleich dazu sind es etwa 30 Prozent Normalverdiener und höchstens zehn Prozent Geringverdiener, die ein Au-pair in der Familie haben.

Auch Alleinerziehende haben seltener Unterstützung durch ein Au-pair. Bei den meisten Agenturen liegt der Anteil unter 25 Prozent. Alleinerziehende entsprechen nicht immer ganz der Grundidee von Au-pair: Au-pairs sollen als Familienmitglieder auf Zeit im alltäglichen Umgang mit der Familie Sprache und Kultur kennen lernen. In Ein-Eltern-Familien, wo das Au-pair den ganzen Tag allein zu Hause ist, weil die Gastmutter arbeitet und das Kind in der Ganztagsbetreuung ist, ist diese Idee nur schwer umzusetzen.

Regionale Verteilung von Gastfamilien

Bei der Anzahl der Au-pairs und Gastfamilien gibt es in Deutschland ein Nord-Süd-Gefälle, das die hohe Wirtschaftskraft und niedrige Arbeitslosigkeit der südlichen Bundesländer widerspiegelt. Die meisten Gastfamilien leben in Baden-Württemberg und Bayern. Das hat eine Analyse des Au-pair-Versicherers Dr. Walter ergeben. Dazu wurden die versicherten Au-pair-Verhältnisse nach Postleitzahlen ausgewertet.

Viele Au-pair-Agenturen haben mehr als ein Viertel Stammkunden. War eine Familie mit der Vermittlung und der Betreuung zufrieden, will sie häufig im Anschluss ein Au-pair für ein weiteres Jahr aufnehmen. Bei guter Erfahrung liegt es nahe, sich wieder an die bekannte Agentur zu wenden. Die restlichen drei Viertel sind jeweils neue Gastfamilien, die sich an die Vermittler wenden. Für ihre Arbeit halten zwei Drittel der Agenturen auch Social Media für wichtig bis sehr wichtig. Dennoch bleibt es schwierig, potenzielle Gastfamilien über soziale Netzwerke anzusprechen.

Bei einer Gesamtbetrachtung des Vermittlungsmarktes und aus Gesprächen mit Agenturinhabern zeigt sich, dass sich das Geschäft zunehmend auf wenige Vermittler zentriert: Einige große Agenturen vermitteln die Mehrzahl der Au-pairs. Neben den Matching-Agenturen sind das auch die großen Anbieter von Jugend- und Bildungsprogrammen. Sie bieten neben anderen Programmen auch den Bereich Au-pair an. Sie profitieren von professionellem Auftreten, Kundenansprache über moderne Internetseiten und sind in der Lage, größere Investitionen zu machen. Auch einige Agenturen, die sich besonderen Qualitätsansprüchen wie dem RAL-Gütezeichen Au-pair oder den Qualitätsstandards der Au-pair Society verpflichtet haben, konnten ihre Vermittlungszahlen halten oder steigern.

Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Outgoing

Nach der Schule oder Ausbildung ins Ausland – das wollen viele junge Deutsche als Freiwillige, Auslandspraktikanten oder über Work and Travel. Das Au-pair-Programm ist dabei die klassische Variante, ein Jahr im Ausland zu verbringen und so in einen neuen Lebensabschnitt zu starten (siehe auch Gastbeitrag S. 22 ff. in der vollständigen Printausgabe sowie im PDF).

Auf den ersten Blick erscheinen Work and Travel und Freiwilligenarbeit als die flexibleren Jugendaustauschprogramme. Kinderbetreuung und Hausarbeit in einem westlichen Industrieland erinnern viele eher an die eigene Kindheit in Deutschland als an neue Freiheit und Abenteuer.

Au-pair ist meist für sechs bis zwölf Monate in einer Gastfamilie angelegt. Das ist einigen zu lang. Wieso soll man zunächst ein „Turboabitur“ machen, um dann mit Wartezeit über ein Jahr zu „parken“, bis es mit dem Studium weitergeht? Entsprechend ist die Nachfrage nach Kurzaufenthalten im letzten Jahr gestiegen: Knapp 60 Prozent der Au-pairs blieben nur für vier bis neun Monate im Ausland.

Freiwilligenarbeit dauert oft nur einige Wochen und Work and Travel ist meist völlig flexibel zu gestalten. Wenn im Nachrückverfahren die Zusage für den Studienplatz doch noch eintrifft, fährt man eben früher zurück. Bei Au-pair ist das nicht möglich, ohne enttäuschte Gastkinder und -eltern zurückzulassen. Viele suchen eine langfristige und verlässliche Betreuung für ihre Kinder, da ist es mit einer „Stippvisite“ im Ausland nicht getan.

Es kommt also entscheidend darauf an, was sich beide Seiten von einem Auslandsaufenthalt versprechen. Vielfach ist Work and Travel überlaufen, es gibt nicht genügend Arbeitsangebote, um die Reise zu finanzieren. Viele Eltern von sehr jungen Au-pairs finden es gut, wenn ihre Kinder bei Gasteltern wohnen und nicht völlig auf sich allein gestellt sind. Deshalb legen sie auch großen Wert auf Information, persönliche Beratung und Qualität bei der Vermittlung.

Das ist die Domäne der klassischen Au-pair-Agenturen, die auf eine sorgfältige Auswahl von Gastfamilien besonderen Wert legen. Einige sind Mitglied in der Gütegemeinschaft Au-pair, die das RAL Gütezeichen Au-pair vergibt. Zu den Güte- und Prüfbestimmungen gehört die eingehende Prüfung der Gasteltern im Ausland durch Kooperationspartner vor Ort. Agenturen, die nach den Gütezeichen-Kriterien zertifiziert sind, bieten besorgten Eltern ein hohes Maß an Sicherheit für die ersten eigenen Schritte ihrer Sprösslinge.

Entwicklung der Vermittlungszahlen

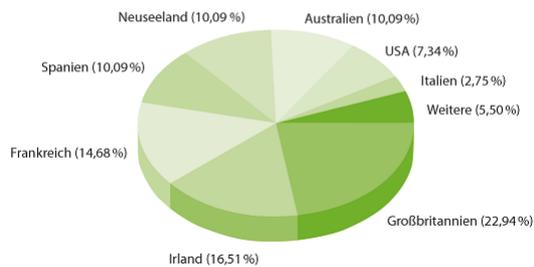
Wie viele Deutsche 2015 als Au-pairs ins Ausland gingen, ist unklar. Feste Daten lassen sich nicht ermitteln. Weder Behörden, Verbände noch Au-pair-Versicherer haben Zahlen für den Bereich Outgoing. In der Konjunkturumfrage hat jedoch die Hälfte der Umfrageteilnehmer angegeben, dass die Anzahl der Vermittlungen gegenüber dem Vorjahr gesunken ist.

Auch die größte Matching-Agentur AuPairWorld meldet für 2015 keinen Anstieg deutscher Au-pairs, die sich auf der Website registrieren. 2014 bewarben sich über 24.000 deutsche Au-pairs bei AuPairWorld. Im vergangenen Jahr „waren mehr als 20.000 junge Frauen und Männer aus Deutschland an einem Au-pair-Aufenthalt im Ausland interessiert“, heißt es bei AuPairWorld.

Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber

Full-Service-Agenturen arbeiten in der Regel mit ausländischen Au-pair-Agenturen zusammen. Diese suchen im Zielland geeignete Gastfamilien, betreuen die Au-pairs während ihres Aufenthaltes und helfen bei Problemen. Wie in den Jahren zuvor konnte jeder Umfrageteilnehmer bis zu fünf Haupt-Zielländer nennen, für die sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber interessierten. 2015 wurden Großbritannien, Irland und Frankreich, gefolgt von Spanien, Neuseeland und Australien am häufigsten genannt. Im Vergleich zum Vorjahr fällt dabei auf, dass Irland an Beliebtheit zugelegt hat. Außerhalb Europas gewinnt vor allem Australien an Bedeutung. Durch den starken Zustrom an Work and Travel-Teilnehmern finden viele Auslandsinteressierte weder Arbeit als Food-Picker noch andere Aushilfsjobs und entscheiden sich lieber für einen Au-pair-Aufenthalt. Zwar gibt es kein offizielles Au-pair-Programm, aber mit einem Working- Holiday-Visum ist ein au-pair-ähnlicher Aufenthalt in einer Familie ebenfalls möglich.

Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber in Prozent



Wie in jedem Jahr nehmen die USA bei dieser Auswertung nur einen hinteren Platz ein, obwohl sie bei der Anzahl der Vermittlungen zu den Top-Ländern gehören. Das rührt daher, dass die Vermittlung in die Vereinigten Staaten stark reglementiert ist und nur über wenige Agenturen erfolgt. Auch wenn diese Agenturen in der Umfrage die USA als wichtigstes Land nennen, bleibt der Stimmanteil über alle Vermittler hinweg gering.

Die wirtschaftliche Situation von Outgoing-Agenturen

Die wirtschaftliche Situation vieler Agenturen ist angespannt. Seit einigen Jahren sinken die Vermittlungszahlen. Dieser Trend hat sich im letzten Jahr noch verstärkt: Bei der Hälfte der Umfrageteilnehmer sind die Vermittlungen erneut zurückgegangen. Zwei Drittel der Befragten beurteilen ihre wirtschaftliche Situation als mäßig oder sogar als unbefriedigend. Jede fünfte Agentur verzeichnet allerdings auch steigende Zahlen; insgesamt ist das Outgoing-Geschäft jedoch für deutsche Agenturen schwierig. Einige Agenturen erweitern ihr Leistungsangebot, indem sie neben Au-pair auch noch andere Programme anbieten. Von den Umfrageteilnehmern bietet die Hälfte auch High School-Aufenthalte, Work and Travel, Praktika oder andere Programme an.

Junge Leute aus der Bundesrepublik sind für die Kinderbetreuung im Ausland beliebt: Anders als im Bereich Incoming verfügen die meisten Agenturen (knapp 60 Prozent) über mehr ausländische Gastfamilien als über deutsche Au-pairs.

Man kann ebenfalls davon ausgehen, dass sich einige Au-pair-Interessenten direkt an Agenturen und Vermittlungsangebote im Zielland wenden. Au-pairs und Gastfamilien sprechen gut Englisch, sind gut vernetzt und nutzen weltweit alle möglichen digitalen Informations- und Kommunikationskanäle.

Gerade kleineren Agenturen fällt es schwer, neue Au-pairs und Gastfamilien zu gewinnen. Sie müssen sich gegen die großen Anbieter behaupten und haben selbst oft nicht die finanziellen und personellen Möglichkeiten, in Online-Werbung und Stände bei Schüleraustauschmessen zu investieren.

Einige professionalisierte Full-Service-Agenturen überzeugen ihre Kunden mit modernen Internet-Auftritten, Social-Media-Aktivitäten, attraktiven Zielländern und einer besonders hohen Beratungs- und Vermittlungsqualität und haben einen entsprechend hohen Marktanteil.

Die Bedeutung weiterer Marktteilnehmer

Der Stellenwert der Au-pair-Verbände

Die Mitgliedschaft in einem Au-pair-Verband ist den meisten Umfrageteilnehmern wichtig. Über 60 Prozent sind Mitglied eines nationalen Verbandes wie Au-pair- Society e. V., In VIA oder vij. Beim internationalen Au-pair-Verband IAPA engagieren sich 16 Prozent der Befragten.

Unabhängig von der Mitgliedschaft in einem nationalen oder internationalen Verband gehört die Hälfte aller Teilnehmer der RAL Gütegemeinschaft Au pair an, um die Qualität ihrer Vermittlungsarbeit von einer unabhängigen Stelle prüfen und zertifizieren zu lassen. Das RAL Gütezeichen Au pair ist ein international anerkanntes Qualitätssiegel.

Die Beantragung eines Visums bei einer deutschen Botschaft im Ausland funktioniert über zertifizierte Agenturen oftmals einfacher. Auf Gastfamilien wie Au-pairs wirkt die Mitgliedschaft bei der Gütegemeinschaft Au pair vertrauensbildend und verschafft ihnen gegenüber Mitbewerbern ohne Gütezeichen einen Wettbewerbsvorteil.

Mit einer Verbands-Mitgliedschaft dokumentieren die Agenturen ein außerordentliches Engagement und Interesse an den Entwicklungen im Au-pair-Programm. In der Konjunkturumfrage wurde nur nach dem wichtigsten Grund für eine Mitgliedschaft gefragt. Mehrfachnennungen waren nicht möglich, auch wenn viele Agenturen gerne mehrere Optionen gewählt hätten.

Die Unterstützung bei Problemfällen hat die Lobbyarbeit als Hauptgrund für eine Verbandsmitgliedschaft abgelöst. Für 28 Prozent – und damit doppelt so viele der Befragten wie 2014 – ist die Unterstützung nun der wichtigste Grund für eine Mitgliedschaft, im Vorjahr war das nur bei 13 Prozent der Fall. Das Vertrauen in die Lobbyarbeit ist dagegen in der Bedeutung von 38 auf 26 Prozent gesunken, sie liegt nun auf Platz zwei. Doch gerade Lobbyarbeit ist wichtig, um Au-pair als anerkanntes Bildungsprogramm in der Öffentlichkeit zu verankern.

Prozentual leicht an Bedeutung gewonnen hat die Verbesserung der Außenwirkung der eigenen Agentur, sie liegt nun mit 23 Prozent auf Platz drei der Erwartungen von Verbandsmitgliedern. Auf Platz vier liegt der Austausch mit Kollegen mit 13 Prozent, das sind vier Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Unverändert in der Bedeutung bleibt die internationale Vernetzung mit rund 10 Prozent.

Mit der Arbeit der Verbände waren die Agenturen insgesamt nur mäßig zufrieden. Die – mitunter hohen – Kosten für eine Verbandsmitgliedschaft deckten sich vielfach nicht mit ihren Erwartungen, lautete der Tenor. Gute Verbandsarbeit lebt vom Engagement der Mitglieder, auch wenn sich nicht immer alle Ansprüche und Erwartungen miteinander vereinbaren lassen. Dennoch ist es nötig, sich auf gemeinsame Ziele zu verständigen, um dafür in der Öffentlichkeit einzutreten.

Beurteilung der Versicherungsanbieter

Reisekrankenversicherungen für Urlaubsreisen sind kein passender Schutz für Au-pair- Aufenthalte, sie sind meist auf acht Wochen begrenzt. Wie der Name schon sagt, sind sie auch meist auf den Krankenversicherungsschutz beschränkt. Für Au-pair-Aufenthalte gibt es spezielle Au-pair-Versicherungen, die alle notwendigen Leistungen umfassen. Weil Au-pairs bei der Betreuung von Kindern und Arbeiten im Haushalt besonderen Situationen ausgesetzt sind, besteht eine gute Versicherung aus einer Auslandskrankenversicherung, einer Privat- und Berufshaftpflichtversicherung sowie einer privaten Unfallversicherung. Einige Versicherer bieten zusätzlich eine Abschiebekostenversicherung an. Sollte ein Au-pair ausgewiesen werden, übernimmt sie die Gebühren für den Transport ins Heimatland.

Au-pair-Agenturen sollten Au-pairs und Gastfamilien darauf hinweisen, dass eine Au-pair- Versicherung sinnvoll und notwendig ist. In Deutschland ist gesetzlich vorgeschrieben, dass die Gastfamilie für die Absicherung ihres Au-pairs sorgen muss. Agenturen mit Gütezeichen lassen sich deshalb im Rahmen der Qualitätssicherung einen Nachweis der Versicherung geben.

Leistungsumfang und Servicequalität der Versicherungen haben für die Agenturen eine hohe Bedeutung. Am meisten schätzen sie Tarife mit Rundumschutz, bei denen die Au-pairs neben einer umfassenden Auslandskrankenversicherung auch durch eine Unfall- und Haftpflichtversicherung geschützt sind. Wichtig ist den Au-pair-Agenturen auch, dass es in der Krankenversicherung keinen Selbstbehalt gibt und dass der Versicherungsschutz auch unabhängig vom Au-pair-Status besteht: Einige Au-pairs beantragen nach ihrem Au-pair-Jahr ein Sprachstudentenvisum und bleiben noch in der Gastfamilie. Dann ist es gut, wenn sie in ihrem bisherigen Tarif weiterversichert werden können.

Neben den Versicherungsleistungen beurteilten die Agenturen auch den Versicherungsanbieter. Für die meisten Befragten hat eine schnelle und unkomplizierte Bearbeitung höchste Priorität. Wichtig ist auch ein einfacher Online-Abschluss, um den Vertrag in wenigen Minuten über einen sicheren Server abzuschließen. Kulantes Verhalten bei Grenzfällen ist ebenfalls ein Plus.

Fast alle befragten Agenturen arbeiten mit dem Au-pair-Versicherer Dr. Walter zusammen, der diese Studie in Auftrag gegeben hat. Dr. Walter hat in den Sechzigerjahren die Au-pair-Versicherung entwickelt und bietet mit den Produkten AU-PAIR24, AU-PAIR-PLUS, PROTRIP und PROTRIP-WORLD vier verschiedene Lösungen für unterschiedliche Bedürfnisse an. Damit ist der Versicherungsmakler einer der großen im Markt. Die Hälfte der befragten Agenturen empfehlen ausschließlich Au-pair-Versicherungen von Dr. Walter, andere bieten auch Produkte weiterer Anbieter an.

Die meisten Umfrageteilnehmer bezeichnen die Zusammenarbeit mit Dr. Walter als gut oder sehr gut. Im Outgoing-Bereich liegt die Zufriedenheitsquote (Note „gut“ oder „sehr gut“) bei 96 Prozent, im Incoming-Bereich sogar bei 98 Prozent.

Die Bewertung unserer Serviceseite www.au-pair-agenturen.de

Die Serviceseite www.au-pair-agenturen.de für Au-pairs und Gastfamilien bietet deutschlandweit das größte Verzeichnis von Au-pair-Vermittlungsstellen. Über 200 Agenturen sind mit einem Eintrag gelistet. Darüber hinaus stellt die Seite zahlreiche Informationen für Au-pairs und Gastfamilien zur Verfügung. Sie ist damit ein idealer Einstieg für alle, die sich erstmals mit dem Thema Au-pair befassen. Es gibt Informationen zu Voraussetzungen, Rechten und Pflichten, Herkunfts- und Zielländern, Verbänden und Organisationen, Büchern zum Thema Au-pair. Über einen Newsletter können sich alle auf dem Laufenden halten, die sich für das Au-pair-Wesen interessieren.

Der kostenlose Adresseintrag auf www.au-pair-agenturen.de ist 89 Prozent der befragten Agenturen wichtig, weil sie darüber neue Kunden gewinnen. Weitere Angebote der Seite, wie die Bewerbungsbögen für Au-pairs oder die Agenturen-Suche, werden von den Agenturen ebenfalls sehr geschätzt.

www.au-pair-agenturen.de ist eine wichtige Informations- und Anlaufstelle, wenn es um das Au-pair-Wesen in Deutschland geht. Das belegen auch die Zugriffszahlen, die seit Jahren kontinuierlich steigen: Mit über 140.134 Besuchen im Jahr 2015 hat die Nutzung der Seite gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent zugenommen. Wie die Analyse zeigt, bleiben die Nutzer im Durchschnitt dreieinhalb Minuten auf der Seite. Am häufigsten (über 64.000 Mal) wurde die Agenturen-Suche aufgerufen.

Die Antworten der Au-pair-Agenturen im Detail

A. Incoming

Zur Agentur

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Vermittlungen 2015 entwickelt?



Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2016?



Wie war das Verhältnis der Anfragen von deutschen Gastfamilien zu denen ausländischer Au-pairs?



Wie gut kooperieren Sie mit den deutschen Konsulaten?



Wie hoch war Ihre Vermittlungsgebühr 2015?



Wie hat sich Ihre Vermittlungsgebühr im Vorjahr entwickelt?



Wie wichtig sind Social Media für Ihre Arbeit?



Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

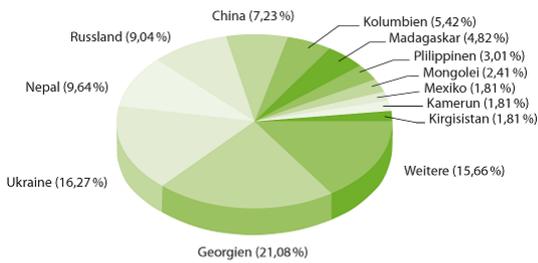


Welche wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Agentur erwarten Sie für 2016?



Zu den Au-pairs und Gastfamilien

Woher kamen die meisten ausländischen Au-pairs, die Sie 2015 vermittelt haben? (Top 5-Länder)



Wie hoch war der Anteil der Au-pairs, die eine EU-Staatsbürgerschaft haben?



Wie lange blieben die Au-pairs in der Regel?



Wie viele Au-pairs, die sich an Sie gewendet haben, obwohl sie nicht von Ihnen vermittelt wurden, bereiteten Ihnen Probleme?



Wie hoch war der Anteil männlicher Au-pair-Bewerber?



Organisieren Sie für Ihre Au-pairs Veranstaltungen (Au-pair-Treffen, Au-pair-Reisen)?



Wie ist Ihre Erfahrung mit Sprachkursen?



Wie hoch ist der Anteil von Besserverdienern unter Ihren Gastfamilien?



Wie viele Geringverdiener gehören zu Ihren Kunden?



Wie hoch ist der Anteil Alleinerziehender unter den Gastfamilien?



Mit welchen Problemen in den Familien wenden sich Au-pairs meistens an Sie?



Aus welchen Regionen kommen die meisten Ihrer Gastfamilien?



Wie hoch ist der Anteil an Stammkunden unter den Gastfamilien?



B. Outgoing

Zur Agentur

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Vermittlungen 2015 entwickelt?



50,0 gesunken

Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2016?

18,8 mehr
31,2 gleich
50,0 weniger

Wie war das Verhältnis der Anfragen deutscher Au-pair-Bewerber zu Stellenangeboten im Ausland?

12,5 mehr Au-pairs
28,1 ausgeglichen
59,4 mehr Stellen

Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

24,2 unbefriedigend
42,4 mäßig
24,2 befriedigend
9,1 gut

Wie wichtig sind Social Media für Ihre Arbeit?

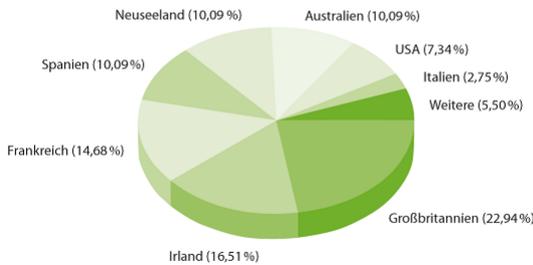
22,6 sehr wichtig
54,8 wichtig
22,6 unwichtig

Welche wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Agentur erwarten Sie für 2016?

29,0 Verbesserung
48,4 Gleichbleiben
22,6 Verschlechterung

Zu den Au-pairs

Für welche Länder interessierten sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber im Jahr 2015? (Top 5-Länder)



Wie lange bleiben die Au-pairs in der Regel?

3,2 1 - 3 Monate
58,1 4 - 9 Monate
38,7 10 - 12 Monate

Wie viel Prozent der durch Sie vermittelten Au-pairs kamen vorzeitig wieder zurück?

67,7 0 - 5 %
29,0 6 - 10 %
3,2 mehr als 10 %

Wie hoch war der Anteil männlicher deutscher Au-pair-Bewerber?

83,9 kleiner als 3 %
9,7 3 - 5 %
3,2 6 - 10 %
3,2 größer als 10 %

Bieten Sie andere Programme an? Wenn ja, welche hauptsächlich?

	50,0	nein
	10,0	High-School
	10,0	Work and Travel
	3,3	Praktika
	10,0	Freiwilligenprogramme
	16,7	andere

Kooperation mit Versicherern, Verbänden etc.

Zusammenarbeit mit Au-pair-Versicherern

Kooperieren Sie mit dem Au-pair-Versicherungsanbieter Dr. Walter?

	49,0	ja, ausschließlich
	45,1	ja, auch
	3,9	nein, andere Anbieter
	2,0	keine Kooperation

Wenn Sie im Bereich Incoming mit Dr. Walter kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?

	73,8	sehr zufrieden
	23,8	zufrieden
	2,4	unentschieden
	0,0	unzufrieden
	0,0	sehr unzufrieden

Wenn Sie im Bereich Incoming mit anderen Versicherern kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?

	24,0	sehr zufrieden
	64,0	zufrieden
	12,0	unentschieden
	0,0	unzufrieden
	0,0	sehr unzufrieden

Wenn Sie im Bereich Outgoing mit Dr. Walter kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?

	61,5	sehr zufrieden
	34,6	zufrieden
	3,8	unentschieden
	0,0	unzufrieden
	0,0	sehr unzufrieden

Wenn Sie im Bereich Outgoing mit anderen Versicherern kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?

	13,3	sehr zufrieden
	60,0	zufrieden
	26,7	unentschieden
	0,0	unzufrieden
	0,0	sehr unzufrieden

Sind Sie Mitglied in der Au-pair Society e. V.?

	43,1	ja
	56,9	nein

Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der Au-pair Society e. V.?

	4,5	sehr zufrieden
	27,3	zufrieden
	22,7	unentschieden
	40,9	unzufrieden
	4,5	sehr unzufrieden

Sind Sie IN VIA-Agentur?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der IN VIA?



Sind Sie vij-Agentur?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit des vij?



Sind Sie Mitglied in der Gütegemeinschaft Au pair e. V.?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der Gütegemeinschaft Au pair e. V.?



Sind Sie Mitglied in der International Au Pair Association (IAPA)?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der International Au Pair Association (IAPA)?



Zu www.au-pair-agenturen.de

Wie wichtig war Ihnen die Listung Ihrer Agentur auf [au-pair-agenturen.de](http://www.au-pair-agenturen.de)?



Wie hilfreich war Ihnen der Service der Zusendung von Gastfamilien-Bewerbungsbögen?

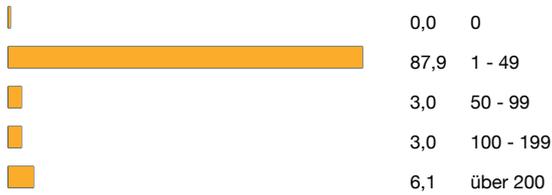


Wie hilfreich war Ihnen der Service der Zusendung von Au-pair-Bewerbungsbögen?



Statistische Angaben

Wie viele Vermittlungen/Matchings von deutschen Au-pairs ins Ausland haben Sie durchgeführt/fanden über Sie im Jahr 2015 statt?



Wie viele Vermittlungen/Matchings von ausländischen Au-pairs nach Deutschland haben Sie durchgeführt/fanden über Sie im Jahr 2015 statt?



Wie hoch war Ihr Jahresumsatz im Jahr 2015?



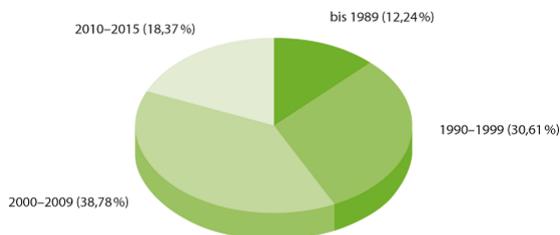
Wie betreiben Sie Ihre Agentur?



Beschäftigen Sie Mitarbeiter?



In welchem Jahr wurde Ihre Agentur gegründet?



Zur Durchführung und Auswertung der Umfrage

Umfang und Inhalt der Umfrage

Deutsche Au-pair-Agenturen wurden gebeten, einen Online-Fragebogen mit 58 Fragen zur Entwicklung des Au-pair-Wesens in Deutschland zu beantworten, und sie sollten ihre Einschätzung zur aktuellen Situation des Vermittlungsmarktes abgeben.

Auswahl der befragten Agenturen

Zum Umfragezeitpunkt (Dezember 2015/Januar 2016) gibt es nach unseren Informationen 198 Au-pair-Agenturen in Deutschland. Darunter sind 191 Full-Service-Agenturen und 7 Matching-Agenturen. Von den 198 Agenturen haben 165 der Zusendung von E-Mails zugestimmt. Diese Agenturen wurden per E-Mail zur Konjunkturmfrage eingeladen.

Befragungszeitraum und Rücklaufquote

Die Online-Befragung startete am 17. Dezember 2015 und endete am 22. Januar 2016. Insgesamt beteiligten sich 55 Au-pair-Agenturen an der Umfrage – das entspricht einer Rücklaufquote von 33 Prozent der Eingeladenen. Bezogen auf die Gesamtzahl der Agenturen am deutschen Markt liegt die Teilnehmer-Quote bei 28 Prozent. Damit ist die Umfrage für den gesamten deutschen Markt repräsentativ.

Zusammensetzung der Umfrageteilnehmer

Von den 55 Umfrageteilnehmern sind 46 privatwirtschaftliche Au-pair-Agenturen. Neun Teilnehmer sind Vertreter kirchlicher bzw. gemeinnütziger Vermittlungsstellen.

Viele der teilnehmenden Agenturen bestehen schon seit vielen Jahren. Nur neun der teilnehmenden Agenturen wurden nach 2009 gegründet.

Viele der Umfrageteilnehmer leiten kleine Au-pair Agenturen mit weniger als 50 Vermittlungen im Jahr und weniger als 20.000 Euro Jahresumsatz. Diese werden meist in Teilzeit und ohne angestellte Mitarbeiter betrieben. Bei diesen Agenturen steht die Gewinnerzielungsabsicht meist nicht an oberster Stelle. Vielmehr geht es um soziales Engagement, die Vermittlung von Werten und die Pflege internationaler Beziehungen im Bereich des Jugendaustausches.

Art der Datenerfassung und Auswertung

Die Rückläufer der Umfrage wurden mit Hilfe der Software au-pair pollTicketing 1.0 elektronisch und automatisch statistisch geordnet. Die Ergebnisse dieser Statistik bilden die Grundlage der Studie.