

Konjunkturumfrage 2011

Zu dieser Studie

Wie viele Au-pairs sind eigentlich in Deutschland beschäftigt? Wie hoch ist die Zahl deutscher Jugendlicher, die sich für einen Au-pair-Aufenthalt im Ausland bewerben? Aus welchen Ländern kommen die meisten Au-pairs und wohin gehen junge Menschen aus Deutschland am liebsten? Wie hoch ist der Anteil männlicher Au-pairs?

Da Au-pair-Beschäftigungen nicht der Sozialversicherungspflicht unterliegen und EU-Angehörige keine Aufenthaltserlaubnis für ihren Au-pair-Aufenthalt in Deutschland benötigen, sind Anzahl und Umfang von Statistiken das Au-pair-Wesen betreffend nicht ausreichend. Zwar empfiehlt die Bundesagentur für Arbeit angehenden Au-pairs und Gastfamilien, für die Vermittlung einer Stelle bzw. Arbeitskraft die Hilfe einer Au-pair-Agentur in Anspruch zu nehmen, doch in Zeiten des Internets werden viele auf eigene Faust aktiv. Das erschwert einen Überblick über Au-pair-Beschäftigungen zusätzlich.

Die Tatsache, dass von Regierungsseite mehrere Ministerien in das Au-pair-Wesen involviert sind – das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, das Bundesministerium des Innern und das Auswärtige Amt – macht eine Optimierung der Rahmenbedingungen für Au-pairs und Gastfamilien nicht leichter. Damit Entwicklungen und Trends in dem Austauschprogramm transparenter und konkreter werden, nutzen wir die Möglichkeit, über diese Website jährlich eine Konjunkturumfrage unter den in Deutschland zuständigen Agenturen durchzuführen.

Unser herzliches Dankeschön gilt den Umfrageteilnehmer/-innen, durch deren Hilfe wir diese Ergebnisse präsentieren können.

Vermittlungszahlen

Ausländische Au-pairs in Deutschland (Incoming)

Ausländische Au-pairs interessieren sich im Vergleich zu den Vorjahren wieder mehr für eine Au-pair-Beschäftigung in Deutschland: Knapp 40 Prozent der befragten Agenturen melden eine größere Nachfrage ausländischer Au-pairs nach einem Aufenthalt in Deutschland als noch im Jahr zuvor.

In den Vermittlungszahlen schlägt sich das gestiegene Interesse ausländischer Au-pairs allerdings nicht direkt nieder. Ob interessierte Jugendliche aus dem Ausland kein Visum und darum keine Au-pair-Stelle bekommen haben, lässt sich nicht beurteilen. Trotz gestiegener Nachfrage geben 36 Prozent der Agenturen an, dass sie 2010 weder mehr noch weniger ausländische Au-pairs als im Vorjahr nach Deutschland vermittelt haben.

Die Nachfrage deutscher Gasteltern nach einem Au-pair ist bei einem Großteil der befragten Agenturen deutlich gestiegen (43 Prozent).

Für fast 54 Prozent der Umfrageteilnehmer ergibt sich das Bild, dass sie über mehr Au-pairs als Gastfamilien verfügen. Au-pair-Agenturen würden sich freuen, wenn das Verhältnis von Au-pairs und Gastfamilien ausgeglichen wäre, was auf nur 23 Prozent der Agenturen zutrifft.

Anders als noch vor fünf Jahren hat Deutschland als Gastgeberland für ausländische Au-pairs an Attraktivität deutlich gewonnen. Wir gehen davon aus, dass 2010 knapp 8.600 junge Menschen aus dem Ausland in Deutschland einer Au-pair-Beschäftigung nachgingen

Au-pairs in Deutschland 2001–2010

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Verteilung Au-pairs EU/ Nicht-EU (1)	10 : 90	10 : 90	10 : 90	20 : 80	20 : 80	20 : 80	20 : 80	20 : 80	20 : 80	20 : 80
Gemeldete Au-pairs Nicht-EU (2)	9.174	9.494	9.400	8.258	6.954	6.259	5.951	5.219	5.309	5.240
Anzahl Au-pairs EU	1.019	1.055	1.044	2.066	1.739	1.565	1.488	1.305	1.327	1.310
Anzahl Au-pairs	10.193	10.549	10.444	10.324	8.693	7.824	7.439	6.524	6.636	6.550
Au-pairs ohne Anmelde-status (3)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Summe Au-pairs in Deutschland	12.193	12.549	12.444	12.324	10.693	9.824	9.439	8.524	8.636	8.550

1) Verteilung geschätzt

2) Zahlen des Auswärtigen Amtes über die erteilten Visa an Au-pairs aus Drittländern

3) Zahl geschätzt

Deutsche Au-pairs im Ausland (Outgoing)

Im Bereich Outgoing ist die Zahl der Anfragen deutscher Au-pairs in 2010 gewachsen. Gut 34 Prozent der befragten Agenturen melden einen Anstieg an Vermittlungen.

Im Hinblick auf die Nachfrage deutscher Au-pairs nach einem Aufenthalt im Ausland gibt der Großteil der Agenturen ein Plus von rund 44 Prozent an. Das Au-pair-Programm erfährt in Deutschland eine immer größere Beliebtheit, auch weil es die preisgünstigste Art des Kulturaustauschs ist. Dass Auslandserfahrung heutzutage in keinem Lebenslauf fehlen sollte, ist bekannt, und wem für einen High-School-Aufenthalt oder ein Auslandsstudium die finanziellen Mittel fehlen, findet mit einer Au-pair-Beschäftigung eine kostenneutrale Möglichkeit, Sprache und Kultur eines fremden Landes kennen zu lernen. So befindet sich das Interesse junger Deutscher an einem Au-pair-Aufenthalt weiter im Aufwärtstrend.

Bei der Hälfte der befragten Agenturen ergibt sich das Bild, dass ihnen trotz Finanzkrisen in einigen europäischen Ländern und den USA immer noch mehr ausländische Gastfamilien als deutsche Au-pair-Bewerber zur Verfügung standen. Es gibt also für deutsche Au-pairs genug Stellen im Ausland.

Zur Vermittlung deutscher Au-pairs ins Ausland gibt es keine verlässlichen Zahlen. Wir gehen von über 21.000 Deutschen aus, die 2010 einen Au-pair-Aufenthalt im Ausland absolviert haben.

Wirtschaftliche Situation der Agenturen

Im Bereich Incoming zeigt sich für die Agenturen eine tendenziell schwierigere Wirtschaftssituation als noch 2009, 35 Prozent der Agenturen sprechen von einer schlechteren Bilanz.

Den Schritt, aufgrund der gedämpften Konjunkturerwartungen die Vermittlungsgebühr anzuheben, sind nur wenige Agenturen gegangen (14 Prozent). Mehr als 80 Prozent der Umfrageteilnehmer haben an der Höhe ihrer Vermittlungsgebühr für Gastfamilien nichts geändert.

Wenig anders sieht es im Bereich Outgoing aus: Dort bekunden mehr als 32 Prozent eine schlechtere wirtschaftliche Situation ihres Unternehmens. Die Konsequenz, über eine Anhebung der Vermittlungsgebühr für deutsche Au-pair-Bewerber die schwachen Umsatzzahlen auszugleichen, sind auch im Outgoing-Bereich nur sehr wenige Agenturen gegangen. 91 Prozent melden eine unveränderte Höhe ihrer Vermittlungsgebühr.

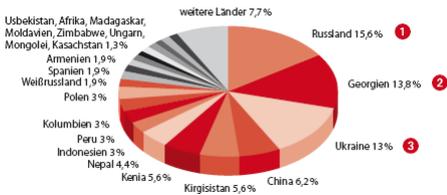
Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- **Gestiegenes Interesse ausländischer Jugendlicher an Au-pair-Beschäftigung in Deutschland.**
- **Deutsche Jugendliche entscheiden sich vermehrt für Au-pair-Tätigkeit im Ausland.**
- **Größeres Interesse an Au-pair-Beschäftigungen verbessert wirtschaftliche Situation der Agenturen nicht.**

Au-pair-Aufenthalt in Deutschland

Die häufigsten Herkunftsländer

Auch in diesem Jahr konnten die Agenturen drei Hauptherkunftsländer von Au-pair-Bewerbern ermitteln. Es ergibt sich folgendes Bild:



Ausgewertet wurde die Anzahl der Nennungen, wobei jede Agentur drei Stimmen hatte. Es handelt sich bei diesen Angaben nicht um Vermittlungszahlen. Da unterschiedlich große Agenturen an der Umfrage teilnahmen, lässt sich von der Zahl der Nennungen nicht auf die Zahl der Vermittlungen schließen und eine Darstellung der Vermittlungszahlen würde wohl anders aussehen. Russland, die Ukraine und Georgien werden wie 2010 als häufigste Herkunftsländer genannt.

Auffallend ist, dass sich die Zahl der Nennungen junger Menschen aus Kenia in diesem Jahr mehr als halbiert hat. Während 2010 noch knapp 14 Prozent der Agenturen Kenia zu den Top-3-Ländern zählten, geben in dieser Umfrage weniger als 6 Prozent das afrikanische Land als Hauptherkunftsländer von Au-pairs an. Der Grund hierfür dürfte in der restriktiven Visumsvergabe der Deutschen Botschaft in Nairobi liegen. Dem Au-pair-Society e.V. liegen sehr viele Ablehnungsbescheide von kenianischen Antragstellern vor, die als Au-pair nach Deutschland kommen wollten.

Neu ist, dass mehr als 6 Prozent der Agenturen China als Heimat ausländischer Au-pairs verzeichnen.

Häufig genannt wurde erstmals auch Spanien. Einer der Gründe, dass sich neuerdings wieder spanische Au-pairs für eine Tätigkeit in Deutschland interessieren, dürfte die hohe Arbeitslosenquote in dem südeuropäischen Land sein. Deutsche Familien sind über Au-pairs aus Spanien besonders glücklich, weil sich Spanisch als Fremdsprache an deutschen Schulen einer wachsenden Beliebtheit erfreut.

Wie schon in der Konjunkturumfrage 2010 gibt es auch in diesem Jahr einige Agenturen, die europäische Länder – neben Spanien die Schweiz, Italien und Frankreich – als Hauptherkunftsländer ihrer Au-pairs nennen. Mit diesen „Klassikern“ hatte sich das Au-pair-Wesen in Deutschland Ende der fünfziger Jahre entwickelt. Mit der Auflösung des Ostblocks waren dann lange fast ausschließlich junge Menschen aus Polen, Ungarn, den baltischen Ländern und den Unionsrepubliken der Sowjetunion als Au-pairs nach Deutschland gekommen.

Aus dem Arbeitsalltag von Incoming-Agenturen

Um den Au-pairs ihren Aufenthalt in Deutschland zu erleichtern und zu bereichern, organisieren viele Agenturen Au-pair-Treffen (80 Prozent) und Au-pair-Reisen. Damit die Jugendlichen aus dem Ausland neben ihrem Gastfamilienwohntort andere europäische Metropolen in Gemeinschaft und auf preiswerte Art kennen lernen können, arrangieren viele Agenturen solche Fahrten entweder selbst oder bieten sie über Reiseanbieter an.

Die Betreuer von Vermittlungsagenturen helfen auch im Ernstfall, wenn zwischen Au-pair und Gasteltern unlösbare Konflikte aufgetreten sind. Wenn nötig organisieren sie einen Familienwechsel.

Besonders Au-pair-Aufenthalte, die privat geplant und ohne die Vermittlung und Betreuung durch eine Agentur durchgeführt werden, verlaufen manchmal problematisch. Die Au-pairs sind ungenügend auf das Leben in Deutschland vorbereitet. Falsche Erwartungen und Missverständnisse können Konflikte zwischen Familie und Gast verursachen. Wenn in einer solchen Situation niemand zwischen beiden Parteien vermittelt und hilft, kulturelle Unterschiede und ungewohnte Verhaltensweisen zu erklären, kommt es meist zur Trennung von Au-pair und Gastfamilie. Leidtragende sind dann vor allem die Au-pairs, die oft mittellos sind und kurzfristig nach einer neuen Unterkunft suchen müssen.

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl der Umvermittlungen zurückgegangen. Mehr als die Hälfte der Agenturen haben keine oder nur sehr wenige Umvermittlungen gehabt.

Die Zusammenarbeit mit Partneragenturen in anderen Ländern ist die Arbeitsgrundlage für deutsche Au-pair-Agenturen. Jede Agentur kooperiert mit ausländischen Partneragenturen und jede dritte Agentur hält sogar eine Geschäftsbeziehung zu über zehn Kollegen im Ausland.

Erstmals wurde bei den Agenturen erfragt, wie hoch der Anteil männlicher Au-pair-Bewerber war. Traditionellerweise interessieren sich junge Frauen für eine Au-pair-Tätigkeit. Ein Viertel der Au-pair-Vermittler hat auch Anfragen von jungen Männern aus dem Ausland.

Bewerbungen junger Männer sind das Eine, die Vermittlungsmöglichkeiten das Andere. Offenbar scheuen sich viele deutsche Gastfamilien, einen jungen Mann als Kinderbetreuer und Haushaltshilfe einzustellen. Traut man ihnen diese traditionellen „Frauentätigkeiten“ nicht zu? Wie stark die geschlechtliche Arbeitsteilung auch in westlichen Kulturen noch verankert ist, zeigt die Tatsache, dass nur für jeden zweiten männlichen Interessenten eine deutsche Gastfamilie gefunden werden konnte.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

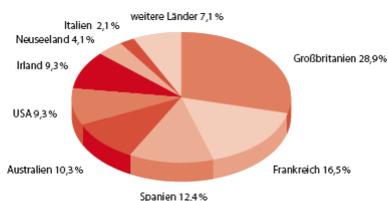
- **Die meisten Au-pairs kamen aus Russland, der Ukraine und Georgien.**
- **Junge Menschen aus Spanien, der Schweiz, Italien und Frankreich interessieren sich nach langer Zeit wieder vermehrt für eine Au-pair-Tätigkeit in Deutschland.**

- **Au-pairs, die von Agenturen betreut werden, müssen seltener unvermittelt werden.**
- **Es gibt einen nennenswerten Anteil männlicher Au-pair-Bewerber aus dem Ausland**

Deutsche Au-pairs im Ausland

Die beliebtesten Zielländer

Die Nennung der Top-3-Länder im Outgoing-Bereich brachte folgendes Ergebnis:



Auch im Jahre 2010 interessierten sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber für einen Aufenthalt in Europa. Beliebtestes Zielland war nach wie vor Großbritannien (knapp 29 Prozent). Aber auch Frankreich, Spanien und Irland wurden gerne gewählt. Dass der Anteil von Au-pair-Bewerbern für Großbritannien und Spanien in der letzten Umfrage höher lag, dürfte an der schwierigen wirtschaftlichen Situation der Länder liegen: Wenn potentielle Gastfamilien ihre Jobs verlieren und zum Sparen gezwungen sind, können sie keine deutschen Jugendlichen mehr aufnehmen.

Anders, als es sich in der Konjunkturumfrage darstellt, dürften die USA trotz Finanzkrise nach wie vor zu den Top-Ländern im Bereich Outgoing gehören. Da die Au-pair-Vermittlung dorthin stark reglementiert ist, teilen sich nur wenige Agenturen das „USA-Geschäft“. Wenn gerade diese spezialisierten Vermittler nicht an der Umfrage teilgenommen haben, beziehungsweise einige wenige Agenturen vielen hundert Au-pairs eine Beschäftigung in den Vereinigten Staaten verschaffen, ergibt sich ein verzerrtes Bild.

Neben dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten zählten Australien und Neuseeland zu den außereuropäischen Favoriten deutscher Au-pairs.

Aus dem Arbeitsalltag von Outgoing-Agenturen

Die meisten der befragten Agenturen konzentrieren sich auf ihr Kerngeschäft der Au-pair-Vermittlung. Nur wenige bieten auch High School-Aufenthalte, Work-and-Travel-Programme und Praktika an.

Vorbereitungstreffen und Au-pair-Reisen werden in der Regel von Partneragenturen im Ausland durchgeführt. Entsprechend wichtig sind die Kooperationen mit den Kollegen am Ort. Jede Agentur arbeitet mit ausländischen Au-pair-Vermittlungen zusammen und jede dritte Agentur verfügt über ein Netzwerk von über zehn Partneragenturen.

In der Regel scheint die Beziehung zwischen Au-pair und Gastfamilie ohne Komplikationen zu verlaufen, denn die meisten Agenturen (72 Prozent) melden nur einen geringen Prozentsatz frühzeitig zurückkehrender Au-pairs.

Deutsche junge Männer interessieren sich nur sehr selten für eine Au-pair-Tätigkeit: 95 Prozent der Agenturen verzeichnen nur 0 bis 10 Prozent männlicher Au-pair-Bewerber.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- **Innerhalb Europas war Großbritannien das meist gewählte Zielland.**
- **Die USA, Australien und Neuseeland waren begehrte Ziele für deutsche Au-pairs.**
- **Deutsche junge Männer interessieren sich in der Regel kaum für das Au-pair-Programm.**

Die Bedeutung von Au-pair-Verbänden für Agenturen

Im Vergleich zum Vorjahr hat die Bedeutung der Mitgliedschaft in Au-pair-Verbänden abgenommen. Weniger als jede zweite Agentur ist Mitglied in einem der Verbände. Die bekanntesten Verbände sind auf nationaler Ebene der Au-pair Society e. V. und die Gütegemeinschaft Au-pair e. V.

Von den Umfrageteilnehmern – Mitgliedsagenturen und Nicht-Mitgliedsagenturen – war die Mehrheit zufrieden mit der Arbeit des Au-pair Society e. V., während bezüglich der Arbeit der Gütegemeinschaft Au-pair e. V. die meisten unentschieden oder unzufrieden waren.

10 Prozent der Agenturen sind Mitglied im internationalen Au-pair-Verband IAPA, dessen Arbeit von den meisten Umfrageteilnehmern nicht wahrgenommen wird.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- **Die Arbeit des Au-pair Society e. V. stellt über 60 Prozent der Agenturen zufrieden.**
- **An Verbandsarbeit auf internationaler Ebene besteht wenig Interesse.**

Die Bedeutung von Au-pair-Versicherungen für Agenturen

Die meisten Au-pairs sind über spezielle Au-pair-Tarife versichert. Diese Versicherungen beinhalten mehr als einfache Reisekrankenversicherungen, sie leisten beispielsweise auch bei Schwangerschaft und Geburt. Die meisten Tarife bieten einen zuverlässigen Kranken-, Unfall- und Haftpflichtschutz, mit dem das Au-pair im Ausland sowie bei seiner Hin- und Rückreise gut versorgt ist.

Die Aufgabe von Au-pair-Agenturen besteht u. a. darin, auf die Notwendigkeit des Versicherungsschutzes hinzuweisen. In Deutschland sind die Gastfamilien verpflichtet, eine Au-pair-Versicherung für ihren Gast abzuschließen.

Fast alle Agenturen arbeiten mit einem Anbieter von Au-pair-Versicherungen zusammen beziehungsweise empfehlen ein bestimmtes Produkt. Der überwiegende Teil der Umfrageteilnehmer kooperiert mit der Dr. Walter GmbH (92 Prozent).

Die Agenturen bezeichnen die Zusammenarbeit mit ihrem Au-pair-Versicherer als gut. Im Incoming-Bereich liegt die Zufriedenheitsquote (Note eins oder zwei) bei 91 Prozent. Im Outgoing-Bereich bewerten rund 84 Prozent der Agenturen die Versicherungslösungen für deutsche Au-pairs als „gut“ bis „sehr gut“. Leistungsumfang und Qualität der Versicherungsprodukte haben für die Vermittler eine hohe Bedeutung. Am meisten schätzen sie bei einer Au-pair-Versicherung, dass der Versicherungsschutz unabhängig vom Au-pair-Status besteht. Damit bleibt ein junger Mensch aus dem Ausland vorerst versichert, wenn sein Au-pair-Verhältnis plötzlich beendet oder gekündigt wird.

Weiterhin halten es die Vermittler für wichtig, dass es keinen Selbstbehalt in der Krankenversicherung gibt und dass eine Berufshaftpflichtversicherung für die Au-pair-Tätigkeit besteht.

Neben guten Versicherungsleistungen legen die Agenturen Wert auf die Unterstützung durch den Versicherer. Hier werden kulanteres Verhalten in Grenzfällen, schnelle und unkomplizierte Bearbeitung und der einfache Online-Abschluss als besonders bedeutend angesehen.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- Die meisten Agenturen arbeiten mit der Dr. Walter GmbH zusammen.
- Aus Gründen der Fürsorgepflicht achten die Vermittler besonders auf Leistungsumfang und Qualität der Versicherungsprodukte sowie auf kompetente Unterstützung durch den Versicherer.

Die Bedeutung von Serviceseiten für Au-pairs

Es gibt eine Reihe von Online-Plattformen für Gasteltern und Au-pairs. Einige Serviceseiten sind Agenturverzeichnisse und Informationsseiten, die über Au-pair und Au-pair-Vermittlung informieren. Manche Portale bieten Bewerbungsformulare für Gasteltern und Au-pairs, die an ausgewählte Agenturen verschickt werden.

Im Internet gibt es auch Webseiten, die wie Partnervermittlungen die Möglichkeit des gegenseitigen Findens bieten. Die Seitenbetreiber verzichten auf die Einschaltung seriöser Au-pair-Agenturen.

Die bekannteste und älteste Online-Plattform für Au-pairs, Gasteltern und Agenturen ist www.au-pair-agenturen.de. Sie wurde in diesem Jahr einem umfangreichen Relaunch unterzogen und wird seitdem von dem Au-pair-Fachverlag Calypso Verlag betrieben.

Über 90 Prozent der Agenturen stufen die Bedeutung ihres Eintrages auf der Plattform als sehr wichtig ein. Wichtig ist ihnen auch der Newsletter von www.au-pair-agenturen.de.

Die Serviceseite bietet Au-pairs und Gasteltern u. a. die Möglichkeit, ihre Bewerbung an mehrere Agenturen zu senden. Rund 80 Prozent der befragten Agenturen bewerten den Service der Zusendung von Gasteltern- sowie Au-pair-Bewerbungsbögen als „gut“ bis „sehr gut“. Weiterhin wurde nach einem Urteil über das Design, die Navigation und die Informationen von www.au-pair-agenturen.de gefragt: Der überwiegende Teil der Agenturen verteilte auch hier die Noten eins und zwei.

Wichtige Ergebnisse im Überblick:

- www.au-pair-agenturen.de ist beliebtes Online-Portal, mit dem so gut wie alle Agenturen kooperieren.

Zur Durchführung und Auswertung der Umfrage

Umfang und Inhalt der Umfrage

Alle deutschen Au-pair-Agenturen wurden per E-Mail gebeten, 50 Fragen zur wirtschaftlichen Situation ihrer Agentur und zur Entwicklung der Au-pair-Aufenthalte allgemein zu beantworten. Die Teilnehmer wurden aufgefordert, ihre Erfahrungen aus dem Jahr 2010 mitzuteilen und ihre Einschätzungen für 2011 zu äußern.

Auswahl der befragten Agenturen

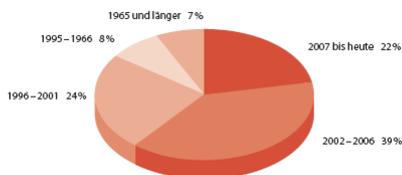
Zum Umfragezeitpunkt (Juni/Juli 2011) gab es etwa 300 aktive Agenturen mit Sitz in Deutschland. Die Auskunft beruht auf einer internen Zählung der Dr. Walter GmbH unter Berücksichtigung der Angaben von Gütegemeinschaft Au-pair e. V., Au-pair Society e. V., vij und IN VIA. Die Auswahl der teilnehmenden Au-pair-Agenturen erfolgte über die Online-Datenbank www.au-pair-agenturen.de, in der 256 Agenturen gelistet sind. Knapp 50 aktive Agenturen wollten oder konnten sich (noch) nicht in die Datenbank eintragen. Von 256 eingetragenen Agenturen sind 228 per E-Mail zur Konjunkturumfrage eingeladen worden.

Zusammensetzung der Teilnehmergruppe

Die Gruppe der Umfrageteilnehmer besteht zu 87 Prozent aus selbstständigen privaten Vermittlern. 13 Prozent der Teilnehmer sind Vertreter kirchlicher bzw. gemeinnütziger Vermittlungsstellen.

40 Prozent der Umfrageteilnehmer betreiben ihre Agentur in Vollzeit, 60 Prozent in Teilzeit. 31 Prozent beschäftigen Mitarbeiter, der Rest führt die Au-pair-Vermittlung allein durch.

Die Agenturen bestehen unterschiedlich lang. Für ihr Gründungsjahr ergibt sich folgendes Bild:



Die meisten Agenturen wurden zwischen 2002 und 2006 gegründet. Das Interesse junger Menschen aus Osteuropa an einem Au-pair-Aufenthalt in Deutschland war in den ersten Jahren des dritten Jahrtausends besonders groß. 2002 kam es zu einer nachhaltigen Entwicklung, als der Deutsche Bundestag entschieden hat, die bis dahin notwendige Lizenz für Au-pair-Agenturen abzuschaffen, was die Gründung vieler neuer Vermittlungsstellen nach sich zog. Allerdings wirkte sich die Liberalisierung der Arbeitsmärkte mit der ersten EU-Osterweiterung 2004 negativ auf die Au-pair-Zahlen in Deutschland aus, denn in vielen europäischen Nachbarländern ließ sich beispielsweise mit Jobs in der Gastronomie mehr Geld verdienen. Dass in dieser Zeit dennoch neue Agenturen gegründet wurden, spiegelt den anhaltenden Bedarf deutscher Gastfamilien wider, dem nur mit der professionellen Hilfe von Au-pair-Agenturen beizukommen war.

Befragungszeitraum und Rücklaufquote

Die Befragung begann am 22. Juni 2011 und endete am 22. Juli 2011. Von den 228 eingeladenen Agenturen beteiligten sich 64 an der Umfrage – das entspricht einer Rücklaufquote von rund 29 Prozent. Bezogen auf die geschätzte Gesamtzahl von 300 Agenturen am deutschen Markt liegt die Teilnehmer-Quote insgesamt bei gut 21 Prozent. Damit ist die Umfrage nach den Grundlagen der Statistik für den gesamten deutschen Markt repräsentativ.

Art der Datenerfassung und Auswertung

Die Rückläufer der Umfrage wurden mit Hilfe eines speziellen Computerprogramms (au-pair pollTicketing 1.0) elektronisch und automatisch statistisch geordnet. Die Ergebnisse dieser Statistik bilden die Grundlage der Studie, wobei die Einzelergebnisse der quantitativen Erhebung aufeinander bezogen und anschließend ausgewertet wurden.

Gesamtübersicht der Umfrage

Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung

Die Anzahl Ihrer Vermittlungen ist im Vorjahr im Bereich Incoming



Die Anzahl Ihrer Anfragen von deutschen Gasteltern ist im Vorjahr ...



Die Anzahl Ihrer Anfragen von ausländischen Au-pairs ist im Vorjahr ...



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



Die Höhe Ihrer Vermittlungsgebühr ist im Bereich Incoming im Vorjahr ...



Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur war 2010 im Vergleich zu 2009 ...



Die Anzahl Ihrer Vermittlungen ist im Vorjahr im Bereich Outgoing ...



Die Anzahl Ihrer Anfragen von deutschen Au-pairs ist im Vorjahr ...



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



Die Höhe Ihrer Vermittlungsgebühr ist im Bereich Outgoing im Vorjahr ...



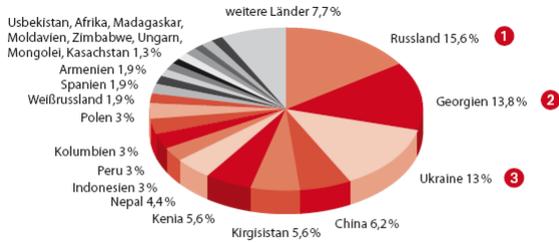
Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur war 2010 im Vergleich zu 2009 ...

	47,4	gleich
	21,1	besser
	31,6	schlechter

Mit wie vielen ausländischen Partneragenturen arbeiten Sie zusammen?

	0,0	0
	63,0	1-10
	37,0	mehr als 10

Die meisten der von Ihnen vermittelten ausländischen Au-pairs kommen aus? (Bitte geben Sie die Top-3-Länder an.)



Die Anzahl der Umvermittlungen betrug im Vorjahr ...

	57,1	0-5%
	28,6	5-10%
	14,3	10-25%
	0,0	über 25%

Die Anzahl männlicher Au-pair-Bewerber aus dem Ausland betrug im Vorjahr ...

	75,4	0-5%
	14,0	5-10%
	5,3	10-25%
	5,3	über 25%

Wie gut konnten Sie männliche Au-pair-Bewerber vermitteln?

	1,7	zu 80 bis 100%
	8,6	zu 50 bis 80%
	89,7	unter 50%

Organisieren Sie für durch Sie vermittelte Au-pairs auch Au-pair-Treffen?

	80,0	ja
	20,0	nein

Bieten Sie auch Au-pair-Reisen an oder organisieren sie solche?

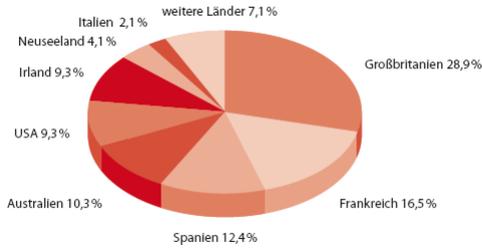
	16,9	ja, selbst organisiert
	37,3	ja, über Reiseanbieter
	45,8	nein

Fragen zum Au-pair-Aufenthalt im Ausland

Mit wie vielen ausländischen Au-pair-Agenturen arbeiten Sie zusammen?

	0,0	0
	62,2	1 bis 10
	37,8	mehr als 10

Die meisten der von Ihnen vermittelten ausländischen Au-pairs kommen aus? (Bitte geben Sie die Top-3-Länder an.)



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



Die Anzahl männlicher deutscher Au-pair-Bewerber betrug im Vorjahr ...



Wie erfolgreich konnten Sie männliche Au-pair-Bewerber vermitteln?



Bieten Sie Sonderprogramme an?



Fragen zur Zusammenarbeit mit Au-pair-Versicherern

Die meisten Au-pair-Agenturen arbeiten mit der Dr. Walter GmbH zusammen. Kooperieren Sie auch mit diesem Anbieter?



Die Zusammenarbeit mit Ihrem/Ihren Au-pair-Versicherer/n im Bereich Incoming war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Die Zusammenarbeit mit Ihrem/Ihren Au-pair-Versicherer/n im Bereich Outgoing war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Fragen zur Zusammenarbeit mit den Au-pair-Verbänden

Sind Sie Mitglied im Au-pair Society e. V.?



Mit der Arbeit der Au-pair Society e. V. war ich im Vorjahr ...



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



Mit der Gütegemeinschaft Au pair e. V. war ich im Vorjahr ...



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



Mit der Arbeit der International Au Pair Association (IAPA) war ich im Vorjahr ...



Fragen zu www.au-pair-agenturen.de

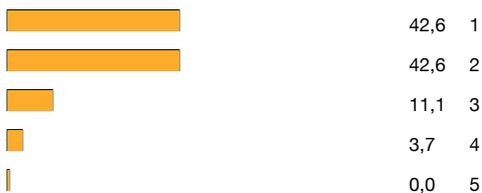
Das Serviceangebot von www.au-pair-agenturen.de war Ihnen im Vorjahr ...



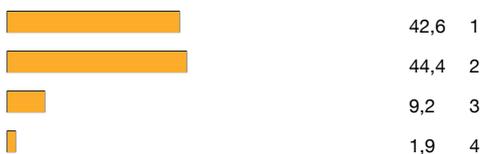
Die Leistung Ihrer Agentur in www.au-pair-agenturen.de war Ihnen im Vorjahr ...



Wie gefällt Ihnen das Design von www.au-pair-agenturen.de nach dem Relaunch? (Noten 1–5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)

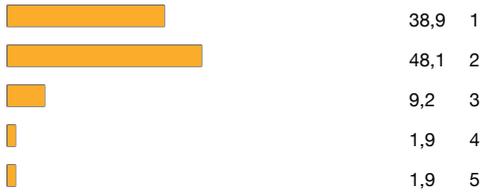


Wie gefällt Ihnen die Navigation von www.au-pair-agenturen.de nach dem Relaunch? (Noten 1–5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



1,9 5

Wie gefallen Ihnen die Informationen von www.au-pair-agenturen.de nach dem Relaunch? (Noten 1–5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Wie gefällt Ihnen der Service der Zusendung von Gastfamilien-Bewerbungsbögen? (Noten 1–6: sehr gut, gut, befriedigend, mäßig, schlecht, sehr schlecht)



Wie gefällt Ihnen der Service der Zusendung von Au-pair-Bewerbungsbögen? (Noten 1–6: sehr gut, gut, befriedigend, mäßig, schlecht, sehr schlecht)



Statistische Angaben

Sie betreiben Ihre Agentur ...



Beschäftigen Sie Mitarbeiter?



Sie sind als Au-Pair Agentur tätig seit...

