

Konjunkturumfrage 2013

Zu dieser Studie

Die Au-pair-Landschaft in Deutschland befindet sich im Wandel. Noch vor wenigen Jahren wurden die meisten Au-pairs von sogenannten Full-Service-Agenturen nach Deutschland und von Deutschland ins Ausland vermittelt.

Seit der Abschaffung der Agenturpflicht im Jahre 2002 haben zwei alternative Modelle sukzessive an Bedeutung gewonnen: die freie Vermittlung und die Matching-Agenturen. Bei der freien Vermittlung finden sich Gasteltern und Au-pairs über Beziehungen, Bekannte oder andere Wege. Alles wird ohne die Einschaltung einer Au-pair-Agentur geregelt. Matching-Agenturen sind Au-pair-Agenturen mit einem eingeschränkten Service: Ihr Service endet in der Regel mit der erfolgreichen Zusammenführung von Au-pair und Gastfamilie und damit noch vor Beginn des Au-pair-Aufenthaltes.

Die Zahlen dieser Konjunkturumfrage beruhen – wie in den Vorjahren – auf den Angaben von Full-Service-Agenturen. An der diesjährigen Umfrage haben 34% aller deutschen Full-Service-Agenturen teilgenommen. Wir bedanken uns bei allen Agenturen, die sich die Zeit genommen haben, unseren Fragenkatalog mit 60 Fragen zu beantworten. Mit ihren Angaben liefern sie die Grundlage dieser Studie.

Zusätzlich haben wir in diesem Jahr erstmals Interviews mit Matching-Agenturen geführt. Wir halten die Ergebnisse dieser Interviews und die uns bei den Interviews vorgelegten Zahlen für den Au-pair-Markt für sehr bedeutend und haben sie deswegen in diese Umfrage mit einfließen lassen.

Zahlen zur freien Vermittlung sind schwer zu ermitteln. Die Firma Dr. Walter GmbH, Auftraggeber und Kooperationspartner dieser Studie sowie Marktführer für Au-pair-Versicherungen in Deutschland, hat uns hierzu mit Zahlen und Statistiken versorgt. Auch diese Daten wurden in der Studie berücksichtigt.

Die Konjunkturumfrage „Au-pair in Deutschland und weltweit“ erscheint in diesem Jahr zum siebten Mal. Sie liefert fundierte Zahlen und Fakten, berichtet über Entwicklungen und Trends und stellt seit Jahren eine der wenigen Quellen für die Beurteilung des Au-pair-Wesens in Deutschland dar.

Wir wünschen Ihnen viele interessante Einblicke bei der Lektüre und freuen uns über Ihr Feedback an info@au-pair-agenturen.de bzw. auf facebook unter 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.

Welche Rechte und Pflichten Au-pairs besitzen, hängt vom jeweiligen Land ab. Die verschiedenen Länder bieten unterschiedliche Au-pair-Programme.

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.

Freie Vermittlung

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

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.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kurzform

Wie viele Au-pairs sind eigentlich in Deutschland beschäftigt? Wie viele deutsche Jugendliche bewerben sich für einen Au-pair-Aufenthalt im Ausland? Wie finden Au-pair und Gastfamilie zueinander? Welche Rolle spielen Au-pair-Agenturen? Was sind die neusten Trends und Entwicklungen? Zuverlässige Angaben zur Beschreibung des Au-pair-Wesens in Deutschland sind schwer zu ermitteln. Die Bundesagentur für Arbeit verfügt nicht über aussagefähige Zahlen, da Au-pair-Beschäftigten nicht der Sozialversicherungspflicht unterliegen. Das Auswärtige Amt erhebt Zahlen über die Einreise von Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern. EU-Angehörige benötigen allerdings kein Visum und keine Aufenthaltserlaubnis für ihren Au-pair-Aufenthalt in Deutschland, sie werden daher nicht erfasst.

Diese Konjunkturumfrage beruht auf Umfragergebnissen und Interviews, die in den ersten Monaten des Jahres 2013 erhoben bzw. durchgeführt wurden. Wir sind der Meinung, dass die Ergebnisse dieser Umfrage die aktuellen Entwicklungen und Trends im deutschen Au-pair-Wesen gut widerspiegeln. Im Folgenden die wichtigsten Ergebnisse:

Anzahl der Incoming-Au-pairs steigt 2012 erstmals wieder

Erstmals seit 2009 ist die Anzahl der Incoming-Au-pairs gegenüber dem jeweiligen Vorjahr wieder gestiegen. Nach den uns vorliegenden Zahlen gab es in Deutschland im vergangenen Jahr 8.378 Au-pair-Verhältnisse und damit etwa 300 mehr als 2011. Während die Anzahl der Nicht-EU-Au-pairs weiterhin stark rückläufig ist, steigt die der Au-pairs aus EU-Ländern sowie die Anzahl der Au-pairs ohne offiziellen Au-pair-Status an.

Anzahl der Au-pairs aus Nicht-EU-Ländern sinkt 2012 weiter

Die Anzahl ausländischer Au-pairs aus Nicht-EU-Ländern, die 2012 nach Deutschland kamen, ist erneut gesunken. Seit 2005 ist diese Zahl rückläufig. Als Hauptgrund nennen die Au-pair-Agenturen die restriktive Visa-Politik vieler Botschaften und Konsulate.

Marktanteil klassischer Full-Service-Agenturen sinkt, während der der Matching-Agenturen steigt

Die Vermittlungszahlen vieler klassischer Full-Service-Agenturen sind im letzten Jahr gesunken. Matching-Agenturen berichteten uns dagegen fast durchweg von steigenden bis stark steigenden Zahlen. Wohin bewegt sich der Markt? Lesen Sie dazu auch unser Sonderthema: Die zunehmende Bedeutung von Matching-Agenturen.

Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Incoming

Entwicklung der Vermittlungszahlen

Die Zahl ausländischer Au-pairs in Deutschland ist im Jahr 2012 leicht gestiegen, ein langjähriger Abwärtstrend ist somit unterbrochen. Nach wie vor rückläufig ist die Zahl der vermittelten Au-pairs aus Nicht-EU-Ländern. Da diese Au-pairs ein Visum für die Einreise benötigen, gibt es vom Auswärtigen Amt zuverlässige Zahlen zur Vermittlung. Demzufolge wurden 2012 nur noch 4.528 Visa vergeben – ein neuer Minusrekord. Innerhalb von 10 Jahren hat sich die Zahl der Bewerber mehr als halbiert. Als Gründe für die rückläufigen Zahlen nennen Au-pair-Agenturen die restriktive Visa-Politik vieler Botschaften sowie die hohen sprachlichen Anforderungen. Selbst wenn bereits eine Gastfamilie für das Au-pair gefunden worden sei, stellten die deutschen Botschaften oder Konsulate wenig nachvollziehbare Ablehnungsbescheide aus. Aktuell betroffen sind Au-pairs aus Usbekistan, die derzeit kaum mehr nach Deutschland einreisen dürfen. In der Konjunkturumfrage 2011 hatten wir bereits über vermehrte Ablehnungsbescheide an kenianische Bewerber berichtet. Viele Au-pair-Bewerber möchten nach Deutschland, um ihre Sprachkenntnisse zu verbessern. Die Visumsvergabe für Au-pairs ist an den Nachweis von Deutschkenntnissen auf A 1 Niveau gekoppelt. Das Schaltergespräch in den Visumsvergabebestellen ist ausschlaggebend für die Visumsvergabe. Ein Großteil der interessierten Bewerber scheidet damit oft schon im Vorfeld aus.

Für junge Menschen aus der EU hat Deutschland im letzten Jahr stark an Attraktivität gewonnen. Immer mehr Jugendliche aus Spanien, Italien und anderen EU-Ländern lernen die deutsche Sprache und versuchen Beschäftigungen in Deutschland zu finden. Deutsche Gastfamilien freuen sich über diese Bewerber und entscheiden sich gern für ein EU-Au-pair. In den Statistiken tauchen EU-Au-pairs allerdings nur selten auf. Meist organisieren die Au-pairs ihren Aufenthalt selbstständig. Sie verzichten auf die Einschaltung einer klassischen Full-Service-Agentur und finden ihre Gastfamilie über eine kostengünstige Matching-Agentur.

Die Zahl der Au-pairs ohne Anmeldestatus hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht. Au-pairs ohne Anmeldestatus sind Au-pairs aus Nicht-EU- sowie EU-Ländern, die sich mit fraglichem Aufenthaltstatus in Deutschland aufhalten. Oft sind dies Au-pairs, die sich nach dem offiziellen Au-pair-Aufenthalt für ein Studium in Deutschland entscheiden und während des Studiums weiterhin bei der Gastfamilie bleiben. Die Anzahl dieser Au-pairs ist schwer zu schätzen. Die belastbarsten Zahlen liefern die Au-pair-Versicherer: Es besteht ein leichter Anstieg der Versicherungszahlen. Dies wird daran liegen, dass die Gastfamilien ihre „Gäste“ auch während des Studiums versichern. Zum einen kommen mehr arbeitssuchende Personen aus anderen EU-Ländern nach Deutschland, und zum anderen bleiben Personen länger in Deutschland, da die Jobperspektiven im Heimatland nicht sehr vielversprechend sind.

Mit 8.378 Au-pair-Vermittlungen im Jahr 2012 liegt die Anzahl der Vermittlungen immer noch weit unter der aus der Zeit vor Öffnung der EU; nichtsdestoweniger stimmt der Anstieg optimistisch: Die Beliebtheit von Deutschland bei Au-pair-Bewerbern nimmt zu. Wenn nun auch noch die Botschaften und Konsulate zu einer au-pair-freundlicheren Visumsvergabe einlenken, werden sicher auch die Vermittlungszahlen für Au-pairs aus Nicht-EU-Ländern wieder ansteigen.

Au-pairs in Deutschland 2008–2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Au-pairs aus Nicht-EU-Ländern (1)	5219	5309	5240	5080	4528
Au-pairs aus EU-Ländern (2)	1305	1327	1310	968	1750
Au-pairs ohne Anmeldestatus (3)	2000	2000	2000	2000	2100
Summe Au-pairs in Deutschland	8524	8636	8550	8048	8378

1) Zahlen des Auswärtigen Amtes in Bezug auf die erteilten Visa an Au-pairs aus Drittländern

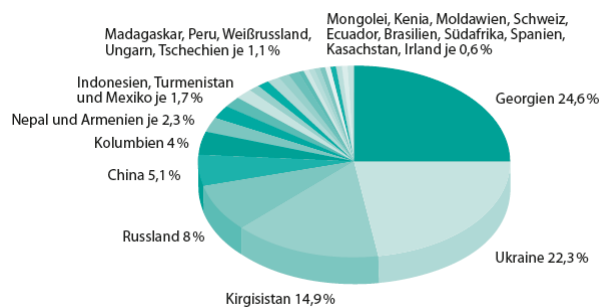
2) Eigene Hochrechnung auf Basis der Angaben von Au-pair-Agenturen und dem Datenmaterial der Dr. Walter-Produkte au-pair24 und au-pair-plus.

3) Angabe der Dr. Walter GmbH zu „Anschlussversicherern“

Die beliebtesten Partnerländer deutscher Au-pair-Agenturen

Full-Service-Agenturen arbeiten in der Regel mit ausländischen Agenturen zusammen, die im Herkunftsland Au-pair-Bewerber finden, die Qualifikation der Bewerber prüfen und sie auf den bestehenden Aufenthalt vorbereiten. Wie in jedem Jahr konnte jede Agentur bis zu drei Länder-Nennungen abgeben.

Die beliebtesten Partnerländer im Bereich Incoming waren 2012 **Georgien, die Ukraine und Kirgisistan**. Anders als im Vorjahr gehörte Russland 2012 nicht mehr zu den Top-3-Staaten.

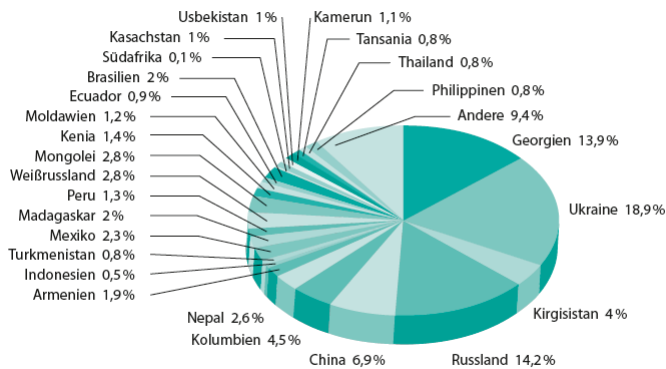


Deutsche Full-Service-Agenturen arbeiteten 2012 mit mehr ausländischen Partner-

Agenturen zusammen als dies bisher der Fall war: Fast die Hälfte aller an der Umfrage Beteiligten gibt an, mittlerweile mit mehr als zehn Agenturen im Ausland zu kooperieren. Dieser Anstieg der internationalen Zusammenarbeit im Au-pair-Wesen kann darin gründen, Engpässe bei der Rekrutierung ausländischer Au-pairs umgehen zu wollen.

Die am häufigsten genannten Herkunftsländer

Für Nicht-EU-Au-pairs gibt die Statistik über erteilte Au-pair-Visa, herausgegeben vom Auswärtigen Amt, Auskunft über die Vermittlungszahlen sortiert nach Herkunftsländern. Die Top-3-Länder waren 2012 **Russland, Georgien und die Ukraine**.



Für EU-Au-pairs liegen keine zuverlässigen Angaben vor. Eine grobe Einschätzung ermöglichen die Zahlen der Matching-Agentur AuPairWorld, die nach unseren Informationen die größte Matching-Agentur in Deutschland ist. Im Jahr 2012 gaben bei AuPairWorld 28.300 Au-pairs an, dass sie (auch) an einem Aufenthalt in Deutschland interessiert waren. Die wichtigsten Herkunftsländer dort waren **Spanien, Italien, Frankreich, die USA und Großbritannien**. Der Anteil der Nicht-EU-Au-pairs lag bei lediglich 35 Prozent.

Umvermittlung

Immer wieder kommt es vor, dass sich Au-pair und Gastfamilie nicht verstehen. Anstatt den Au-pair-Aufenthalt abzubrechen, ist die Möglichkeit der Umvermittlung zu einer anderen Gastfamilie die bessere Alternative.

Umvermittlungen sind ein wichtiges Thema für Au-pair-Agenturen. Agenturen helfen den von ihnen vermittelten Au-pairs bei Problemen mit der Gastfamilie. Zusätzlich unterstützen sie oft auch „gestrandete“ Au-pairs, die ihren Aufenthalt selbst arrangiert haben und aufgrund von besonderen Umständen jetzt die Unterstützung einer Agentur benötigen. Diese Au-pairs sind oft mittellos und müssen kurzfristig eine neue Familie finden.

Jede der befragten Au-pair-Agenturen hatte im letzten Jahr mit mindestens einem Au-pair zu tun, das ohne Agentur nach Deutschland gekommen war und Hilfe benötigte. Die Hälfte der Befragten vermittelte zwischen einem und fünf Au-pairs neu, über 40 Prozent vermittelten 10 und mehr Au-pairs in neue Gastfamilien. Bezogen auf die eigenen Vermittlerzahlen betrug die Umvermittlungsrate im Jahre 2012 durchschnittlich 6 Prozent.

Männliche Au-pairs in Deutschland

Auch in diesem Jahr wurde wieder nach dem Anteil junger Männer im traditionell weiblich geprägten Au-pair-Programm gefragt: Die meisten Agenturen vermitteln keine oder nur sehr wenige männliche Au-pair-Bewerber. Auch wenn einzelne Gastfamilien gerne männliche Au-pairs einstellen: Mehr als die Hälfte der befragten Agenturen hatte Schwierigkeiten bei der Vermittlung ihrer männlichen Bewerber. Männliche Au-pairs bleiben daher weiterhin eine Ausnahme.

Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung von Incoming-Agenturen

Die Anzahl der Incoming-Agenturen hat sich von 2011 auf 2012 kaum verändert: Es gab einige wenige Schließungen und Neugründungen. Bei vielen Agenturen hat sich die Vermittlungszahl verringert. Die Vermittlungsgebühren blieben bei den meisten Agenturen gleich. 10 Prozent der Agenturen erhöhten die Preise, nur eine einzige Agentur hat die Preise gesenkt. Ihre wirtschaftliche Lage beurteilte die Hälfte der Agenturen unverändert in Bezug auf das Vorjahr. Die meisten Agenturen gehen auch in diesem Jahr von keinen großen Änderungen aus.

Viele Agenturen vermittelten Au-pairs, die für die erlaubte Aufenthaltsdauer von einem Jahr blieben. Familien wünschen sich allerdings häufig längerfristige Betreuungspersonen für ihre Kinder.

Zu dem Angebot vieler Full-Service-Agenturen gehört die Organisation von Veranstaltungen, die die Au-pair-Beschäftigung für ausländische Au-pairs interessanter gestalten. Viele Agenturen veranstalten regelmäßig Au-pair-Treffen und helfen bei der Organisation von Au-pair-Reisen. Dieses Angebot ist allerdings stark rückläufig. Immer weniger Agenturen organisieren die Reisen selber, oft wird nur noch an Reiseanbieter verwiesen.

Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Outgoing

Junge Deutsche zieht es nach dem Schulabschluss ins Ausland. Neben Freiwilligenarbeit und Work-and-Travel-Aufenthalten ist ein Au-pair-Aufenthalt im Ausland nach wie vor beliebt. Der Auslandsaufenthalt als Au-pair bietet gegenüber anderen Programmen den Vorteil der Anbindung an eine Gastfamilie. Das fördert die Sprachkenntnisse, erleichtert die Akklimatisierung in neuer Umgebung und hilft, das Heimweh in Grenzen zu halten. Au-pairs brechen selten ihren Auslandsaufenthalt ab. Im Jahr 2012 lag die Abbruchquote bei den meisten Full-Service-Agenturen lediglich bei null bis fünf Prozent.

Entwicklung der Vermittlungszahlen

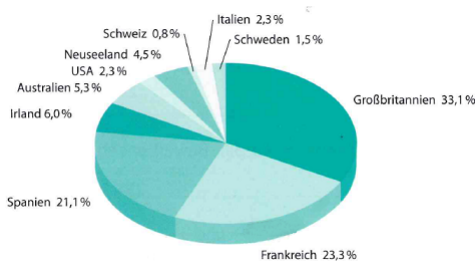
Die Hälfte aller Umfrageteilnehmer meldet gesunkene Vermittlungszahlen. Gleichzeitig berichten die von uns befragten Matching-Agenturen von steigenden Zahlen: Allein die Agentur AuPairWorld vermeldet für das Jahr 2012 die Registrierung von 23.000 Au-pair Bewerbern, nach eigenen Angaben 7 Prozent mehr als 2011. Wie viele dieser Bewerber tatsächlich ins Ausland gehen, lässt sich nicht sagen, da darüber von der Agentur keine Daten erhoben werden.

Insgesamt können wir in diesem Jahr keine verlässliche Auskunft darüber geben, wie viele Deutsche im Jahre 2012 als Au-Pair ins Ausland gegangen sind.

Die beliebtesten Partnerländer deutscher Au-pair Agenturen

Full-Service-Agenturen arbeiten in der Regel mit ausländischen Au-pair-Agenturen zusammen, die die deutschen Au-pairs betreuen und bei Problemen unterstützen. Wie in jedem Jahr konnte jede befragte Agentur bis zu drei bevorzugte Partnerländer nennen.

Die beliebtesten Partnerländer im Bereich Outgoing waren 2012 **Großbritannien, Frankreich und Spanien**. Außerhalb Europas gehören Australien und Neuseeland zu den beliebtesten Reisezielen deutscher Au-pairs.



Offensichtlich gab es in Spanien trotz Wirtschaftskrise weiterhin Beschäftigungsmöglichkeiten für deutsche Au-pairs. Anders stellt sich die Situation für Irland dar: Während im Jahr 2011 noch über 13 Prozent der Au-pair-Agenturen Irland zu den Hauptzielländern zählten, waren es 2012 nur noch knapp sechs Prozent. Die Vermutung liegt nahe, dass hier die Finanzkrise mit den damit einhergehenden hohen Arbeitslosenzahlen die Nachfrage nach Au-pairs stark beeinträchtigt hat.

In der Konjunkturumfrage schwer darstellbar ist die Beliebtheit des Reiseziels USA. Nur sehr wenige Agenturen haben die Erlaubnis, Au-pair-Vermittlungen für die Vereinigten Staaten in Zusammenarbeit mit US-Partnerorganisationen durchzuführen. Aus diesem Grund teilen sich wenige Agenturen das „USA-Geschäft“. Wenn nur einige dieser Austauschorganisationen nicht an der Umfrage teilgenommen haben, ergibt sich ein verzerrtes Bild.

Angaben zu Partneragenturen im Ausland

Gute Partneragenturen im Ausland können die Qualität der Vermittlung verbessern, die Abbruchquote senken und die Zufriedenheit der Teilnehmer steigern. Sehr beliebt sind auch Vorbereitungsseminare im jeweiligen Gastland. Diese werden von einigen Agenturen in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern vor Ort angeboten. Alle befragten Agenturen arbeiten mit ausländischen Partnern zusammen, die meisten mit mehr als zehn Partnern.

Ein zuverlässiges Netz von Partnern im Ausland ist eine wichtige Arbeitsgrundlage von Full-Service-Agenturen und ein wichtiger Unterschied zu Matching-Agenturen, die auf Partner verzichten. Die Abbruchquote ist bei nahezu allen Full-Service-Agenturen sehr gering und liegt zwischen null und fünf Prozent. Angaben zu Matching-Agenturen liegen uns nicht vor.

Informationen zur wirtschaftlichen Situation von Outgoing-Agenturen

Die Anzahl der Outgoing-Agenturen hat sich von 2011 zu 2012 kaum verändert: Es gab einige wenige Schließungen und auch Neugründungen. Bei der Beurteilung der wirtschaftlichen Situation geht die Tendenz in zwei Richtungen: Auf der einen Seite stehen die Agenturen mit sinkenden oder stagnierenden Zahlen. Drei Viertel aller Agenturen melden sinkende oder gleichgebliebene Vermittlungszahlen. Die wirtschaftliche Situation dieser Agenturen blieb in der Regel unverändert oder hat sich verschlechtert. Auf der anderen Seite stehen Agenturen mit steigenden Zahlen: 20 Prozent der Agenturen melden steigende Zahlen und eine verbesserte wirtschaftliche Situation.

Die Vermittlungsgebühren sind gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben. Das ist nicht verwunderlich, da die Bundesagentur für Arbeit die Vermittlungsgebühr seit Jahren festlegt und vorschreibt, dass pro Au-pair eine Gebühr von höchstens 150 Euro verlangt werden darf.

Die meisten der befragten Agenturen konzentrieren sich in ihrem Geschäft auf die Au-pair-Vermittlung. Für einige große Anbieter ist der Au-pair-Austausch nur ein Teil ihres Programmangebotes. Diese Agenturen bieten neben Au-Pair-Aufenthalten auch Work-and-Travel- und High-School-Aufenthalte, Vermittlung zu Praktika und Freiwilligenarbeit an.

Die Bedeutung weiterer Marktteilnehmer

Der Stellenwert der Au-pair-Verbände

Den teilnehmenden Agenturen war 2012 die Mitgliedschaft in einem Au-pair-Verband sehr wichtig. 80 Prozent sind Mitglied bei VIJ, In Via oder Au-pair Society. Die Hälfte der Teilnehmer engagiert sich außerdem in der Gütegemeinschaft Au-pair, die sich für Qualitätsstandards in der Branche einsetzt. Jede achte Agentur ist Mitglied des internationalen Au-pair-Verbandes IAPA.

Welche Erwartungen knüpfen die Agenturen an die Mitgliedschaft in einem Verband? Als wichtigstes Kriterium nannten die Agenturen, die Qualität der eigenen Arbeit durch kollegiale Zusammenarbeit und Brancheninformationen zu verbessern. Weitere Gründe für eine Mitgliedschaft sind: Lobbyarbeit, die Verbesserung der Außenwirkung der eigenen Agentur, die Unterstützung bei Problemfällen und internationale Vernetzung.

Diese Erwartungen der Agenturen sind 2012 weitgehend erfüllt worden: Nach der Zufriedenheit mit der Arbeit der Verbände gefragt, fielen die Ergebnisse für die nationalen Au-pair-Verbände durchweg positiv aus. Kritisch beurteilten die Agenturen lediglich die Arbeit des internationalen Au-pair-Verbandes IAPA. Dessen Vorstandsvorsitz hat mittlerweile gewechselt. Seit März dieses Jahres ist Patricia Brunner, die ehemalige Vorsitzende Au-pair Society und Inhaberin der Agentur munichaupair, die neue Vorsitzende des Verbandes. Vielleicht gelingt es ihr, das Interesse deutscher Au-pair-Agenturen auf internationaler Ebene besser zu vertreten. Das könnte die Stimmung unter den Mitgliedsagenturen aufhellen und für Nicht-Mitglieder ein Anlass sein, dem internationalen Verband beizutreten.

Beurteilung der Versicherungsanbieter

Au-pairs müssen für die Zeit ihres Aufenthaltes im Gastland versichert werden. Dafür gibt es spezielle Au-pair-Versicherungen. Diese Versicherungen sind Kombinationen aus Auslandskranken-, Privat- und (Berufs)Haftpflicht- sowie privater Unfallversicherung. Deren Leistungsumfang unterscheidet sich je nach Anbieter. Alle Angebote bieten aber mehr Leistungen als übliche Reisekrankenversicherungen: Insbesondere bei Behandlungen, die auf bereits vor Versicherungsbeginn bestehende Erkrankungen zurückzuführen sind, leisten nicht alle Reisekrankenversicherungen. Die Kosten für Zahnbehandlung und psychische Erkrankungen sind weitere interessante Leistungsunterschiede.

Bezüglich Au-pairs, die aus dem Ausland nach Deutschland kommen, ist die Gastfamilie verpflichtet, für ausreichenden Versicherungsschutz zu sorgen. Der Gesetzgeber schreibt vor, dass alle Au-pairs eine Krankenversicherung und eine Unfallversicherung benötigen. Die Krankenversicherung muss auch für den Fall von Schwangerschaft und Geburt Versicherungsschutz gewähren. Nicht gesetzlich vorgeschrieben, aber sehr sinnvoll, ist eine Privat- und Berufshaftpflicht für Au-pairs. Sie schützt Au-pair und Gastfamilie, wenn Dritte zu Schaden kommen und gesetzlich vorgeschriebene Schadensersatzansprüche erfüllt werden müssen. In Deutschland unterschreiben die Gasteltern oft eine Verpflichtungserklärung. Sie verpflichten sich damit, für alle Kosten aufzukommen, die öffentliche Stellen und andere an das Au-pair stellen. Fehlt eine Au-pair-Versicherung, können der Gastfamilie existenzgefährdende Zahlungsverpflichtungen entstehen.

Zu den Aufgaben von Au-pair-Agenturen gehört es, Au-pair und Gastfamilie auf die Notwendigkeit einer Au-pair-Versicherung hinzuweisen. Agenturen mit Gütezeichen lassen sich den Abschluss einer Versicherung im Rahmen der Qualitätssicherung von Au-pair und/oder Gastfamilie nachweisen.

Fast alle befragten Agenturen arbeiten mit dem Auftraggeber dieser Studie, der Dr. Walter GmbH, zusammen. Ein Drittel der Agenturen empfiehlt ausschließlich Produkte

der Dr. Walter GmbH, die anderen bieten auch Alternativen an.

Die meisten Agenturen bezeichnen die Zusammenarbeit mit dem von ihnen bevorzugten Au-pair-Versicherer als „gut“. Im Incoming-Bereich liegt die Zufriedenheitsquote (Note eins oder zwei) bei 93 Prozent. Im Outgoing-Bereich bewerten 100 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 Produkte, bei denen in der Krankenversicherung kein Selbstbehalt besteht. Wichtig ist Au-pair-Agenturen außerdem, dass Versicherungsschutz unabhängig vom Au-pair-Status besteht. Sollte es also zur Trennung von Gast und Familie kommen, steht das Au-pair nicht ohne Absicherung da.

Neben den Versicherungsleistungen beurteilen die Agenturen auch den Versicherungs-Anbieter. Für die meisten Umfrageteilnehmer hat schnelle und unkomplizierte Bearbeitung höchste Priorität. Weiterhin werden kulanteres Verhalten in Grenzfällen und ein einfacher Online-Abschluss als besonders bedeutsam eingestuft.

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

www.au-pair-agenturen.de ist ein Internetportal für Au-pairs und Gastfamilien. Neben zahlreichen Informationen gibt es hier eine Datenbank, in der so gut wie alle Au-pair Agenturen in Deutschland gelistet sind. Über ein Bewerbungstool können Au-pairs und Gasteltern kostenlos eine Online-Bewerbung ausfüllen. Diese wird automatisiert an mehrere vom Kunden ausgewählte Agenturen verschickt und zeitraubende Mehrfacheingaben werden vermieden.

Die Website www.au-pair-agenturen.de verfolgte bisher das Konzept, ausschließlich die in Deutschland ansässigen Full-Service-Agenturen aufzulisten. Aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Matching-Agenturen werden diese ab Juni 2013 ebenfalls aufgenommen.

Das Serviceangebot auf www.au-pair-agenturen.de wird von den Agenturen geschätzt. Ein Eintrag auf dieser Serviceseite ist ihnen sehr wichtig.

76.962 Besucher im Jahre 2012 zeigen, dass auch Au-pairs und Gasteltern diese Seite gern besuchen. www.au-pair-agenturen.de ist und bleibt damit eine der zentralen Informations- und Anlaufstellen, wenn es um das Au-pair-Wesen in Deutschland geht.

Sonderthema Matching-Agenturen

Über kaum etwas ist in der Au-pair Branche in den letzten Jahren mehr diskutiert worden als über Matching-Agenturen und deren zunehmende Verbreitung. Bei Matching-Agenturen handelt es sich um Internet-Portale, auf denen Au-pairs und Gastfamilien ihre Profile einstellen können, um sich gegenseitig zu finden. Eine Registrierung zum Zweck der Information ist meist kostenlos. Au-pairs und Gasteltern können sich so einen ersten Eindruck vom Funktionsumfang des Anbieters und von den potentiellen Bewerbern machen. Um mit Au-pairs oder Gastfamilien in Kontakt treten zu können, ist in der Regel eine kostenpflichtige Registrierung notwendig. Diese kostet, je nach Anbieter, für einen fest definierten Zeitraum zwischen 30 und 50 Euro.

Zu den bekannteren Matching-Agenturen in Deutschland gehören www.aupair-world.net, www.aupair.com, www.aupairkontakt.eu, www.web-aupair.net und www.aupair-life.com. Die Größe der Anbieter sowie der Funktionsumfang der Angebote variiert sehr. Auf die einzelnen Anbieter wird an dieser Stelle nicht weiter eingegangen.

Auf den ersten Blick sind Matching-Agenturen kaum von Full-Service-Agenturen zu unterscheiden. Während Full-Service-Agenturen Au-pair und Gastfamilie von der Vorbereitung des Au-pair-Aufenthaltes bis zu dessen Ende unterstützen und betreuen, endet bei Matching-Agenturen die Betreuung von Au-pair und Gastfamilie nach erfolgreicher Zusammenführung, also noch vor Beginn des Au-pair-Aufenthaltes.

Die Unterschiede liegen im Detail: Bei der Einschaltung einer Matching-Agentur sind Au-pair und Gastfamilie während des Au-pair-Aufenthaltes – genau wie bei der freien Vermittlung – auf sich allein gestellt. Im Konfliktfall gibt es keine helfende Agentur und auch keine Anlaufstelle für Au-pairs oder Gasteltern. Hierin liegt auch der Hauptkritikpunkt an Matching-Agenturen, der von Full-Service-Agenturen, Au-pair-Verbänden und auch Politikern geäußert wird: Der fehlende Schutz eines Au-pairs in Notsituationen.

Ein weiterer Kritikpunkt bei Matching-Agenturen: Durch die fehlende Betreuung der Au-pairs und Gasteltern während der Au-pair-Zeit gibt es keinerlei Angaben zur Qualität der Aufenthalte. Wie viele Probleme gibt es? Wie gehen die Beteiligten mit den Problemen um? Wie zufrieden sind alle Beteiligten nach der Au-pair-Zeit? Da Matching-Agenturen diese Informationen nicht abfragen, erfüllen sie weder die Qualitätsanforderungen nationaler noch internationaler Gütezeichen- und Qualitätsstandards. Die Mitgliedschaft in nationalen und internationalen Au-pair-Verbänden wird ihnen aus genau diesen Gründen verwehrt. Trotzdem vermelden die Anbieter Jahr für Jahr eine steigende Anzahl an Registrierungen. Ein Grund für uns, genauer hinzusehen.

Incoming-Bereich

Im Incoming-Bereich wird zwischen EU-Au-pairs und Nicht-EU-Au-pairs unterschieden.

Nicht-EU-Au-pairs müssen für die Einreise diverse bürokratische Hürden überwinden. Sie benötigen eine Aufenthaltserlaubnis, müssen Sprachkenntnisse nachweisen, Visumsformalitäten beachten usw. Die Au-pairs kommen oft aus weit entfernten Ländern und Regionen. Die wirtschaftlichen und kulturellen Unterschiede sind groß - Au-pair und Gastfamilie müssen auf diesen Kulturschock vorbereitet werden. Für die Au-pairs und deren Eltern ist die Finanzierung der Hin- und Rückreise oft eine Belastung. Der Aufenthalt ist ein einmaliges Erlebnis und die Au-pairs stehen unter entsprechendem Erfolgsdruck. Gastfamilien müssen für das Au-pair eine Verpflichtungserklärung abgeben und haften für Kosten, die dem Staat durch das Au-pair entstehen. Diese Punkte zeigen, dass die Vermittlung von Nicht-EU-Au-pairs sehr komplex ist. Die Vermittlung solcher Nicht-EU-Au-pairs ist daher die klassische Domäne von Full-Service-Agenturen. Die deutschen Gastfamilien freuen sich über die Rundumbetreuung, und die Au-pairs verlassen sich auf die Qualität der Vermittlung durch die jeweilige Agentur.

EU-Au-pairs können problemlos nach Deutschland einreisen: Die Aufenthaltsformalitäten sind gering, die kulturellen und wirtschaftlichen Unterschiede oft nicht groß. Die Reisekosten sind überschaubar, und sollte die Beziehung zwischen Au-pair und Gastfamilie problematisch sein, ist das Au-pair relativ schnell wieder zuhause, wenn es das möchte. Au-pairs und Gastfamilien reicht deswegen oft die Vermittlung durch eine Matching-Agentur. Auf den Rundumservice und die Betreuung durch eine Full-Service-Agentur wird verzichtet, weil man dafür kein zusätzliches Geld ausgeben möchte. Die Vermittlung von EU-Au-pairs erfolgt aus diesem Grund meist über Matching-Agenturen. Full-Service-Agenturen werden von Gasteltern beauftragt, die es sich leisten können und wollen, eine umfangreiche Betreuung und Unterstützung sowie Planungssicherheit zu genießen.

Outgoing-Bereich

Im Bereich Outgoing unterscheiden wir zwischen den USA, der EU und dem Rest der Welt.

In den USA ist das Au-pair-Wesen streng reguliert: Nur wenige zugelassene Agenturen dürfen Au-pairs vermitteln. Eine freie Vermittlung ist nicht möglich, Matching-Agenturen gibt es nicht. Au-pair-Bewerber, die in die USA möchten, benötigen daher immer eine Full-Service-Agentur an ihrer Seite.

Die Organisation eines Au-pair-Aufenthaltes innerhalb der EU stellt für viele deutsche Bewerber kein großes Problem dar. Sie und ihre Eltern sind es gewohnt, Initiative zu ergreifen und selbstständig Lösungen zu finden. Kommt es während des Aufenthaltes zu Komplikationen, helfen sich die Au-pairs selbst oder die Eltern sind nicht weit. Viele Au-pairs verzichten daher auf die Einschaltung einer Full-Service-Agentur und melden sich bei Matching-Agenturen an. Nur, wenn die Vermittlung dort nicht direkt klappt oder wenn die Eltern lieber eine umfassende Betreuung ihres Kindes wünschen, wird eine Full-Service-Agentur eingeschaltet.

Auch für Ziele außerhalb der EU wenden sich deutsche Au-pair-Bewerber gern an Matching-Agenturen. Sie tragen sich dort ein, informieren und verschaffen sich einen Überblick über die Stellenangebote. Wenn alles passt, wird die Reise angetreten. Bei weit entfernten Zielen – wie beispielsweise Australien und Neuseeland – beobachten wir einen anderen Trend. Hier entscheiden sich die Eltern der Au-pair-Bewerber oft für eine Full-Service-Agentur. Sie erhoffen sich dadurch eine bessere Unterstützung ihres Kindes bei Komplikationen und haben durch die umfangreiche Betreuung vor und während des Aufenthaltes ein besseres Gefühl. Auch die von vielen Agenturen angebotenen mehrtägigen Vorbereitungskurse im Zielland sind sehr beliebt und ein Grund, sich für eine Full-Service-Agentur zu entscheiden.

Unser Fazit

Full-Service- sowie Matching-Agenturen haben beide ihre Daseinsberechtigung. Je nach Art des Au-pair-Aufenthaltes zeigen sich die Stärken und Schwächen des jeweiligen Systems. Eine pauschale Verurteilung aller Matching-Agenturen, wie sie in der Vergangenheit zum Teil stattgefunden hat, ist heutzutage nicht mehr zu rechtfertigen. Wichtiger ist es zu prüfen, was hinter dem jeweiligen Angebot steckt und wie vertrauenswürdig der Anbieter wirkt.

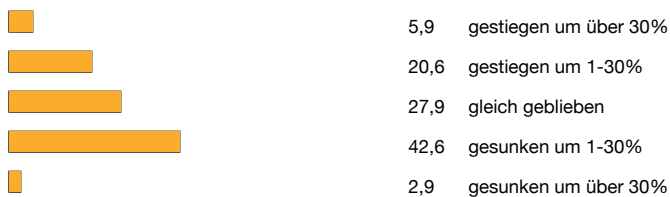
Das Team von www.au-pair-agenturen.de würde sich freuen, wenn alle am Au-pair-Bereich Beteiligten mehr aufeinander zugehen. Gemeinsam lässt sich die Qualität und Attraktivität des deutschen Au-pair-Wesens am besten fördern. Mit diesem Artikel möchten wir einen Schritt in diese Richtung gehen. Gleichzeitig laden wir ein zur offenen Diskussion über dieses Thema: Wir freuen uns über Ihre Anregungen an info@au-pair-agenturen.de sowie auf unserer facebook-Seite www.facebook.com/aupairagenturen.de.

Die Antworten der Agenturen im Detail

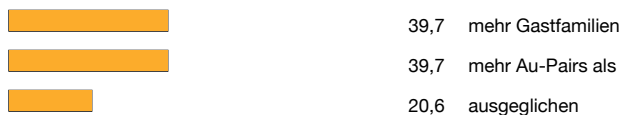
Fragen an Agenturen, die ausländische Au-pairs nach Deutschland vermitteln

Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung

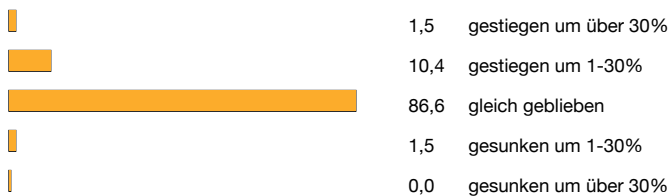
Die Anzahl Ihrer Vermittlungen im Bereich Incoming ist im Vorjahr...



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



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



Wie hoch war der Anteil des Werbeetats an Ihrem Umsatz?



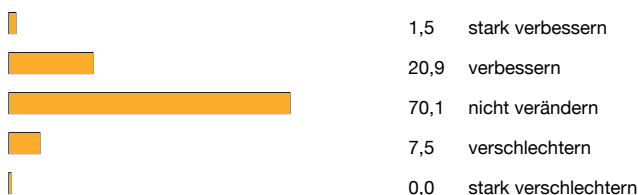
Werden Sie Ihren Werbeetat 2013 erhöhen?



Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur war 2012 im Vergleich zu 2011...

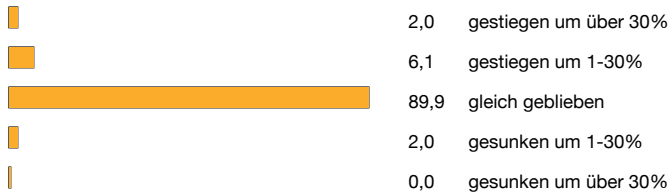


Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur wird sich 2013 voraussichtlich...



Fragen an Agenturen, die deutsche Au-pairs ins Ausland vermitteln

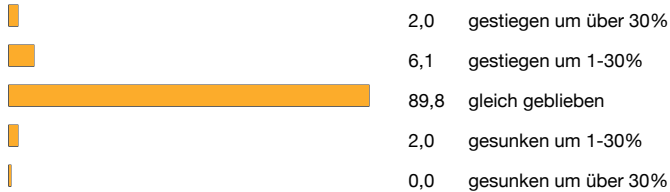
Die Anzahl Ihrer Vermittlungen im Bereich Outgoing ist im Vorjahr ...



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



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



Wie hoch war der Anteil des Werbeetats an Ihrem Umsatz?



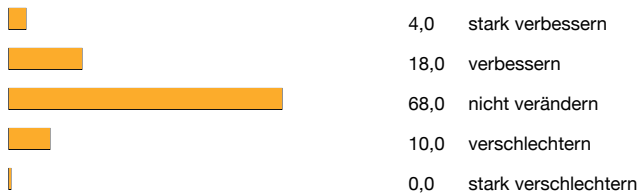
Werden Sie Ihren Werbeetats 2013 erhöhen?



Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur war 2012 im Vergleich zu 2011...



Die wirtschaftliche Situation Ihrer Au-pair-Agentur wird sich 2013 voraussichtlich...



Fragen zum Au-pair-Aufenthalt in Deutschland

Mit wie vielen ausländischen Partneragenturen arbeiten Sie zusammen?



Wie lange bleiben die Au-pairs in der Regel?



Wie viele Au-pairs, die ohne Agenturbetreuung nach Deutschland kamen, haben Sie unvermittelt?



Die Anzahl der Umvermittlungen betrug insgesamt im Vorjahr ...



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



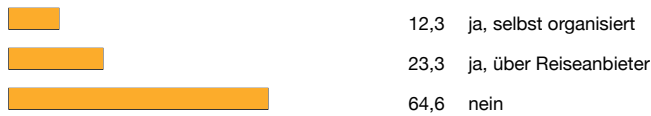
Wie erfolgreich konnten Sie männliche Au-pair-Bewerber vermitteln?



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



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

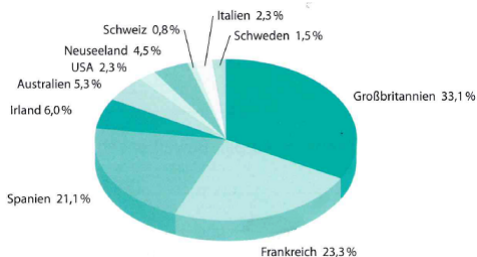


Fragen zum Au-pair-Aufenthalt im Ausland

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



Die meisten der durch Sie vermittelten deutschen Au-pairs gehen nach: (Top-3-Länder)



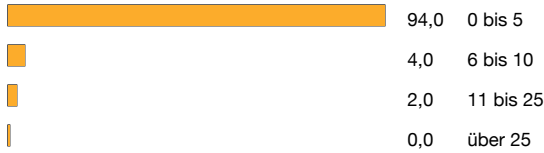
Wie lange bleiben die Au-pairs in der Regel?



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 auch andere Programme 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?



Wenn Sie mit der Dr. Walter GmbH im Bereich Incoming kooperieren: Die Zusammenarbeit war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Wenn Sie im Bereich Incoming mit anderen Versicherern kooperieren: Die Zusammenarbeit mit diesen Au-pair-Versicherern war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Wenn Sie im Bereich Outgoing mit der Dr. Walter GmbH kooperieren: Die Zusammenarbeit war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Wenn Sie im Bereich Outgoing mit anderen Versicherern kooperieren: Die Zusammenarbeit mit diesen Au-pair-Versicherern war im Vorjahr ... (Noten 1-5: sehr gut, gut, befriedigend, schlecht, sehr schlecht)



Fragen zur Zusammenarbeit mit den Au-pair-Verbänden

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



Sind Sie IN VIA-Agentur?



Sind Sie vij-Agentur?



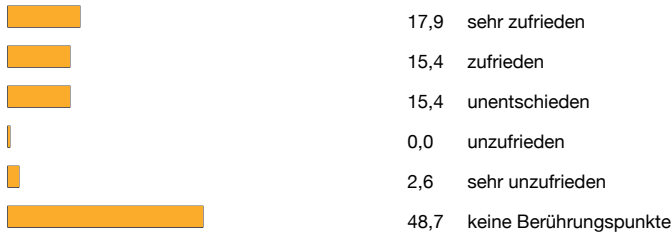
Sind Sie Mitglied in der Gütegemeinschaft Au pair e. V.?



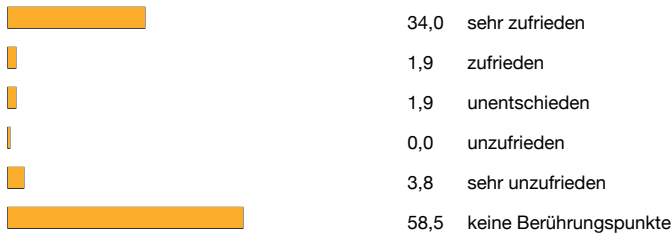
Sind Sie Mitglied in der International Au Pair Association (IAPA)?



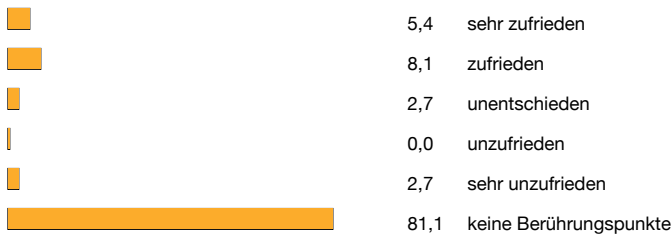
Mit der Arbeit der Au-pair Society e. V. war ich im Vorjahr ...



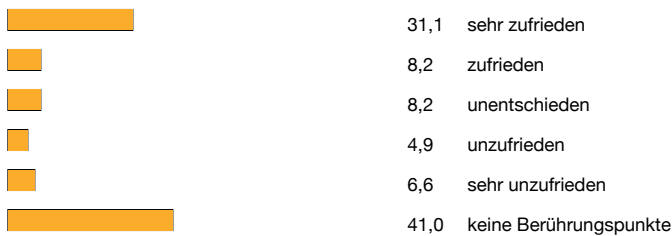
Mit der Arbeit der IN VIA war ich im Vorjahr ...



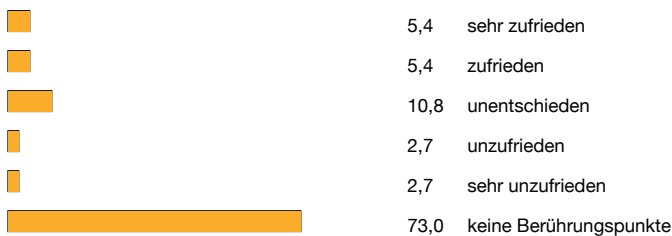
Mit der Arbeit des vij war ich im Vorjahr ...



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



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 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)

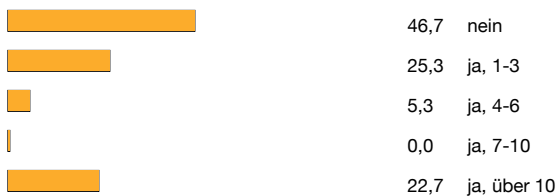


Statistische Angaben

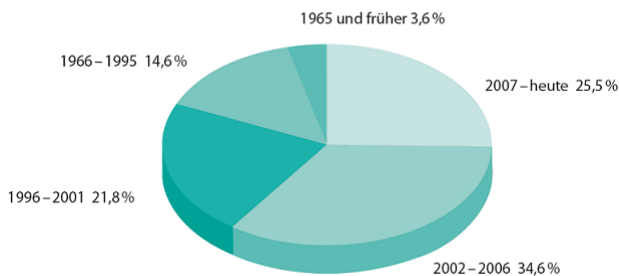
Sie betreiben Ihre Agentur ...



Beschäftigen Sie Mitarbeiter?



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



Zur Durchführung und Auswertung der Umfrage

Umfang und Inhalt der Umfrage

Wir haben deutsche Au-pair-Agenturen gebeten, einen Online-Fragebogen mit 60 Fragen zur Entwicklung des Au-pair-Wesens in Deutschland zu beantworten. Die Teilnehmenden wurden aufgefordert, ihre Erfahrungen aus dem Jahr 2012 mitzuteilen und ihre Einschätzungen für 2013 zu äußern.

Auswahl der befragten Agenturen

Zum Umfragezeitpunkt (März/April 2013) war davon auszugehen, dass es etwa 225 aktive Au-pair-Agenturen (Full-Service-Agenturen) mit Sitz in Deutschland gibt.

Matching-Agenturen haben wir nicht befragt, da diese nach unserer bisherigen Meinung nicht als Au-pair-Agentur bewertet wurden (siehe hierzu auch Kapitel zum Thema Matching-Agenturen).

Von den 225 Agenturen haben sich 221 in unserer Datenbank eingetragen. 217 haben der Zusendung von E-Mails zugestimmt und wurden per E-Mail zur Konjunkturumfrage eingeladen.

Befragungszeitraum und Rücklaufquote

Die Befragung begann am 28. Februar 2013 und endete am 14. April 2013. Von den 217 zur Teilnahme eingeladenen Au-pair-Agenturen beteiligten sich 76 an der Umfrage – das entspricht einer Rücklaufquote von 35 Prozent. Bezogen auf die geschätzte Gesamtzahl von 225 Agenturen am deutschen Markt liegt die Teilnehmer-Quote insgesamt bei knapp 34 Prozent. Damit ist die Umfrage nach den Grundlagen der Statistik für den gesamten deutschen Markt repräsentativ.

Zusammensetzung der Teilnehmergruppe

Die Gruppe der Umfrageteilnehmer besteht zu 86 Prozent aus privatwirtschaftlichen Au-pair-Agenturen. 14 Prozent der Teilnehmer sind Vertreter kirchlicher bzw. gemeinnütziger Vermittlungsstellen.

Ein Großteil der Befragten betreiben kleine Agenturen: Zwei von drei Agenturen betreiben ihre Agentur in Teilzeit und fast die Hälfte der Agenturen hat keine Mitarbeiter. Lediglich 17 Agenturen gaben an, mehr als zehn Mitarbeiter zu beschäftigen.

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.