

Konjunkturumfrage 2017

Zu dieser Studie

Wir freuen uns, Ihnen die elfte Konjunkturumfrage „Au-pairs in Deutschland und weltweit“ vorlegen zu können. Sie ist eine der wichtigsten Quellen für die Beurteilung der Au-pair-Landschaft. 2016 kamen 13.000 Au-pairs nach Deutschland, um hier Familien mit Kindern zu unterstützen und dabei Deutsch zu lernen. Das ist eine gute Nachricht, denn diese Zahl zeigt, dass Deutschland für ausländische Au-pairs noch attraktiver geworden ist.

Neben der Auswertung der Umfrageergebnisse finden Sie in der vollständigen Version der Konjunkturumfrage 2017 als Druckausgabe sowie im PDF interessante Essays von Experten der Branche: Martin Vogt von Ayusa-Intrax berichtet über Au-pair in den USA und mögliche Auswirkungen der Trump-Präsidentschaft auf das Programm. Marie-Luise Dreber, die Direktorin von IJAB, begründet stichhaltig, warum Au-pair ein anerkanntes Bildungsprogramm werden sollte. Ein herzlicher Dank den Autoren der Gastbeiträge!

Wir hätten gerne mehr über Au-pairs aus der ganzen Welt informiert und haben dazu erstmals eine gesonderte Befragung unter den großen internationalen Matching-Agenturen durchgeführt. Allerdings konnten diese Ergebnisse aufgrund der geringen Datenbasis nur in begrenztem Umfang in die Auswertung einfließen. Es freut uns, dass die deutschen Au-pair-Agenturen, die fast alle auf der Website www.au-pair-agenturen.de gelistet sind, die jährliche Umfrage inzwischen kennen und zahlreich beantworten. Wir bedanken uns bei allen, die sich die Zeit genommen haben, den Katalog von insgesamt 62 Fragen zu beantworten.

Wie sehen Sie die Zukunft des Au-pair-Wesens? Ihre Meinung interessiert uns.

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 besitzen, 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.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kurzform

2016 waren rund 13.000 Personen als Au-pair in Deutschland.

Damit steigt die Zahl seit 2012 jährlich um rund 1.000 an. Die Au-pairs kommen nicht nur aus Europa, sondern auch aus visumpflichtigen Nicht-EU-Staaten. 2016 wurden für diese Au-pairs 5.833 Aufenthaltsgenehmigungen vergeben. Das sind knapp 500 mehr als im Jahr davor.

Viele Gastfamilien im Süden, wenige Au-pairs in ländlichen Regionen

Die meisten Au-pairs leben in Südbayern, Baden-Württemberg und im Rhein-Main-Gebiet. Gastfamilien in ländlichen Regionen haben oft Probleme, ein Au-pair zu finden; die meisten Au-pairs zieht es in die Metropolen, weil sie dort mehr kulturelle Angebote finden und auf viele andere junge Leute treffen.

Mehr männliche Au-pairs, mehr Alleinerziehende

Mittlerweile sehen immer mehr Männer einen Au-pair-Aufenthalt als Bereicherung für die persönliche Entwicklung. Auch Gastfamilien und gerade alleinerziehende Mütter, die ein Au-pair aufnehmen, schätzen inzwischen häufiger eine männliche Kinderbetreuung. So ergeben sich neben der klassischen Vater-Mutter-Kind-Familie oft ganz neue Lebensgemeinschaften.

Einflüsse von Brexit und Trump

Sowohl der Ausstieg der Briten aus der EU als auch die Präsidentschaft von Donald Trump werden Auswirkungen auf die lange Au-pair-Tradition mit Großbritannien und den USA haben. Nationalistische Bewegungen vertragen sich nicht gut mit dem Grundgedanken von Au-pair, auch wenn sich die Werte und Einstellungen der Gastfamilien in diesen Ländern dadurch nicht verändern.

Überzogene Ansprüche an 12 Monate Familie auf Zeit

Dass junge Deutsche wieder einen längeren Auslandsaufenthalt bevorzugen und meist 10 bis 12 Monate als Au-pair bleiben, stärkt das Austauschprogramm. Allerdings sind die Erwartungen auf Seiten der Familien und der Au-pairs hoch. Die Beteiligten geben in Konfliktfällen schneller auf – leicht ist ein neues Au-pair oder eine neue Gastfamilie über das Internet gefunden.

Neue Herkunftsländer von Au-pairs

2016 kamen deutlich mehr Au-pairs von den Philippinen, aus Südafrika, Peru, Venezuela, Usbekistan und Tadschikistan als in den vergangenen Jahren. Die kulturellen Erfahrungen, die junge Menschen aus den neuen Herkunftsländern in die deutschen Gastfamilien einbringen, werden das Au-pair-Programm in Zukunft bereichern.

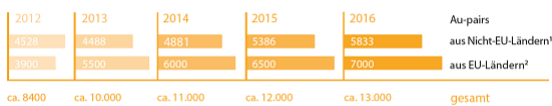
Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Incoming

Entwicklung der Vermittlungszahlen

Aktuelle Zahlen und Recherchen ergeben, dass 2016 rund 13.000 Au-pairs nach Deutschland kamen. Damit setzt sich der positive Trend bei ausländischen Au-pairs fort: Seit 2012 kamen jedes Jahr etwa 1.000 mehr als im vorangegangenen Jahr. Zum Vergleich: 2012 gab es lediglich etwa 8.400 Au-pairs in Deutschland.

Deutschland wird 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 5.833 Au-pair-Visa vergeben, das sind 447 Visa und über 8 Prozent mehr als 2015.

Au-pairs in Deutschland seit 2012



Quelle: 1) Auswärtiges Amt 2) eigene Berechnungen

Der große Wunsch nach Gastfamilien kann wie im letzten Jahr nicht überall befriedigt werden. 60 Prozent der Agenturen berichten, dass sich bei ihnen mehr Au-pairs als Gastfamilien melden. Von den Interessenten sind aber nicht alle gleich gut zu vermitteln: Zukünftige Au-pairs müssen über ein A1-Zertifikat in deutscher Sprache, Erfahrung in der Kinderbetreuung und weitere Softskills wie Aufgeschlossenheit, Freundlichkeit und Zuverlässigkeit verfügen.

Umgekehrt finden sich auch für nicht alle Gastfamilien Au-pairs. Gastfamilien in ländlichen Regionen mit eingeschränktem Freizeitangebot und wenig Infrastruktur haben gegenüber Städtern das Nachsehen. So kann jede achte Agentur nicht alle Kundenwünsche erfüllen. Familien in attraktiven Metropolen wie Berlin, München und Hamburg können dagegen unter geeigneten Bewerbern auswählen.

Herkunftsländer von Incoming-Au-pairs

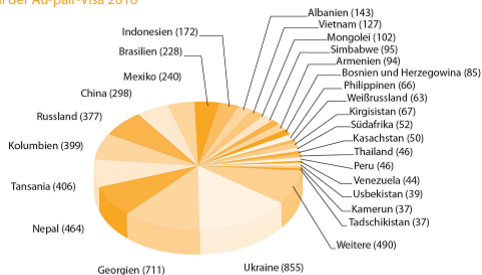
Woher kommen die Au-pairs in Deutschland? Mehr als 60 Prozent der Gastfamilien wollen ein europäisches Au-pair. Die Vorteile eines EU-Au-pairs liegen auf der Hand: Die kulturelle Verbundenheit zu den Franzosen, Italienern, Spaniern und Briten ist größer als zu Menschen aus Zentralasien, Südamerika oder Afrika. Dass junge Europäer mitunter anspruchsvoller sind und auch schneller wieder abreisen, wenn sie etwas Besseres für sich entdecken, ist hingegen von Nachteil.

Au-pairs aus der Europäischen Union können ohne Visum einreisen. Viele von ihnen organisieren ihren Aufenthalt ohne die Unterstützung einer Au-pair-Agentur. Sie finden ihre Gastfamilie über Internet-Plattformen, soziale Netzwerke oder persönliche Kontakte. Aus diesem Grund machen Au-pairs mit EU-Staatsbürgerschaft weniger als ein Viertel der Vermittlungen von Full-Service-Agenturen aus.

Die großen Matching-Agenturen berichten, dass sich bei ihnen bis zu drei Viertel EU- Au-pairs registrieren. Sie verzeichnen die meisten europäischen Interessenten 2016 aus Spanien, Frankreich und Italien.

Bewerber aus Nicht-EU-Ländern benötigen für ihren Aufenthalt in Deutschland ein Visum. Die jährliche Statistik zur Vergabe der Au-pair-Visa des Auswärtigen Amtes gibt einen guten Überblick über die Herkunft der Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern.

Anzahl der Au-pair-Visa 2016



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

Wie schon 2015 wurden auch 2016 die meisten Aufenthaltsgenehmigungen für Au-pairs aus der Ukraine vergeben (855). Auf Platz zwei liegt Georgien (711). Die Plätze drei, vier und fünf belegen Nepal (464), Tansania (406) und Kolumbien (399).

Es fällt auf, dass Russland – lange auf Platz eins oder zwei – 2016 nicht einmal mehr zu den Top-Fünf-Herkunftsländern gehört. Warum haben junge Menschen aus Russland weniger Interesse an einem Au-pair-Aufenthalt in Deutschland? Zum einen haben nationalistische Tendenzen in Russland dazu geführt, dass Deutschland bei

einem Teil der Russen an Ansehen verloren hat. Zum anderen dürften die schwierige Wirtschaftslage und der Verfall des Rubels ihr Übriges zu dieser Entwicklung beigetragen haben. Aus anderen Nicht-EU-Ländern kamen dagegen deutlich mehr Au-pairs. Dazu zählen neben Kolumbien und Tansania auch Mexiko (240), Brasilien (228), Vietnam (128), Mongolei (102) und Simbabwe (95). In einigen Ländern ist die Zahl zurückgegangen: In China (298 statt 333), Indonesien (172 statt 187), Weißrussland (63 statt 77) und Kamerun (37 statt 84) stellten die deutschen Botschaften und Konsulate weniger Visa aus.

In der Statistik des Auswärtigen Amtes für 2016 tauchen einige Länder auf, aus denen erstmals eine nennenswerte Anzahl von Au-pairs nach Deutschland kamen, u. a. die Philippinen, Südafrika, Peru, Venezuela, Usbekistan und Tadschikistan.

Die Kulturen, die junge Menschen aus den neuen Herkunftsländern in die deutschen Gastfamilien einbringen, werden das Au-pair-Programm in Zukunft bereichern. Wie wird sich der neue Kulturaustausch einspielen? Kommen Familien und Gäste gut miteinander klar? Klappt die Zusammenarbeit mit Partneragenturen vor Ort? Erfüllen sich die Erwartungen der Au-pairs? Ob sich in den nächsten Jahren ähnlich viele oder sogar noch mehr von ihren Landsleuten für Au-pair in Deutschland interessieren, hängt sicher von den aktuellen Erfahrungen ab.

Aufenthalt in Deutschland

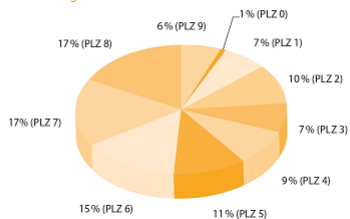
Au-pair in Deutschland war bisher fast nur ein Wunsch von jungen Frauen. Das scheint sich allmählich zu wandeln. Über ein Fünftel der Agenturen verzeichnet ein größeres Interesse männlicher Bewerber. Damit ist die Zahl der Agenturen, die diese Entwicklung beobachten, deutlich angestiegen. In den vergangenen Jahren berichteten lediglich zwei bis drei Prozent der Agenturen von einem nennenswerten Interesse männlicher Au-pairs. Demnach wollen nun auch junge Männer verstärkt Au-pair nutzen, um neue Erfahrungen zu sammeln, sich auf ihr Studium in Deutschland vorzubereiten oder um ihre Fremdsprachenkompetenz zu festigen.

Gleichzeitig sind mehr und mehr Gastfamilien bereit, ein männliches Au-pair aufzunehmen. Kleine Jungen freuen sich über eine männliche Bezugsperson, die mit ihnen Fußball spielt und männliche Rollenbilder vorlebt. Das spielt vor allem bei alleinerziehenden Müttern eine Rolle. Gerade auch weil der Anteil an Männern in deutschen Kindergärten und Grundschulen so gering ist, können die ausländischen Gäste dazu beitragen, dass die besonderen Bedürfnisse von Jungen in einer männerlosen Umgebung nicht zu kurz kommen.

In diesem Jahr wurde erstmalig nach dem Anteil derjenigen gefragt, die nach ihrer Au-pair-Zeit in Deutschland bleiben möchten. Ein Großteil der Umfrageteilnehmer berichtet, dass über 40 Prozent ihrer Au-pairs bleiben wollen. Au-pairs, die nicht aus der Europäischen Union kommen, müssen einen Bildungsgrund nachweisen, wenn sie ein Folgevisum beantragen. Zwar achten die deutschen Botschaften bei der Visumserteilung auf den Rückkehrwillen der Bewerber: Wer den Eindruck erweckt, er wolle Au-pair nur als Sprungbrett nutzen, um für immer in Deutschland zu bleiben, wird abgelehnt – aber gegen ein Studium, einen Freiwilligendienst, ein Praktikum oder eine Ausbildung spricht nichts.

Wie im Jahr zuvor hat der Au-pair-Versicherer Dr. Walter ausgewertet, wie sich die Gasteltern deutschlandweit verteilen: Die meisten Familien mit Au-pairs leben in Baden-Württemberg, Südbayern und im Rhein-Main-Gebiet. Das verwundert nicht, weil hier die Wirtschaftskraft am stärksten ist. Auch im bevölkerungsreichen Nordrhein-Westfalen und im wohlhabenden Hamburg finden viele Au-pairs eine temporäre Heimat.

Au-pairs nach Postleitzahlgebieten im Jahr 2016



Die meisten über Agenturen vermittelten Au-pairs bleiben für zehn bis zwölf Monate im Land. Damit können die Familien auf eine gewisse Kontinuität in der Kinderbetreuung zählen.

Konflikte

Zwischen Au-pair und Familie besteht eine sehr sensible Beziehung: Man hat sich vorher noch nie gesehen und plötzlich lebt man gemeinsam unter einem Dach. Verständlich, dass kulturelle Unterschiede ein Zusammenleben noch komplizierter machen. Und dennoch bleibt den Familien nichts anderes übrig, als dem zunächst fremden Menschen das Wichtigste in ihrem Leben – die eigenen Kinder – anzuvertrauen.

Bei diesem schwierigen Verhältnis beobachten Au-pair-Agenturen zweierlei: Die einen berichten von Au-pairs, die wenig Flexibilität hinsichtlich des Wohnsitzes und wenig Loyalität gegenüber den Gastfamilien mitbringen; sie haben mangelnde Deutschkenntnisse, sind ungeduldig, schlecht vorbereitet und insgesamt sehr fordernd. Die anderen hören von Gastfamilien, die Au-pairs ausnutzen und nicht wie ein Familienmitglied behandeln.

In der Regel haben sich diese Au-pairs und Gastfamilien über das Internet oder soziale Netzwerke gefunden und sind nicht über eine Agentur vermittelt worden. Welche Beschwerden tragen die Au-pairs gegen ihre Gasteltern vor, wenn sie sich hilfesuchend an eine Agentur wenden, um eine neue Familie zu finden?

Bei fast jedem zweiten Zerwürfnis geht es um zu lange Arbeitszeiten. Ein Au-pair in Deutschland darf nicht mehr als 30 Stunden in der Woche, maximal sechs Stunden pro Tag arbeiten. Einige Familien machen sich diese Regelung nicht klar, wenn sie ein Au-pair engagieren. Wenn beide Elternteile voll berufstätig sind und die Kinder noch nicht in den Kindergarten oder eine Krippe gehen, kommt es zwangsläufig zu langen Arbeitszeiten und zu einer Überforderung des Au-pairs. Umsichtige Au-pair-Vermittler fragen ihre Kunden nach der beruflichen Tätigkeit und raten von einem Au-pair ab, wenn der Gast aus dem Ausland alleine zu viel Verantwortung für die Kinder tragen muss.

Fast jedes dritte unzufriedene Au-pair klagt über unklare Arbeitsanweisungen. In diesem Punkt geben erfahrene Au-pair-Agenturen den Gasteltern hilfreiche Tipps mit auf den Weg. So sollten sich Familien zur Eingewöhnung des neuen Au-pairs zwei Wochen Zeit nehmen, um die nötigen Handgriffe zu erklären und den eigenen Erziehungsstil vorzuleben. Auch ein schriftlicher Wochenplan und eine Aufstellung der Familienregeln helfen Missverständnissen vorzubeugen. Unerfahrene Gasteltern neigen dazu, von ihrem Au-pair zu viel zu verlangen.

Wechsel-Au-pairs

Jede zweite Agentur hat jedes Jahr mit mehr als zehn Wechsel-Au-pairs zu tun, die sie selbst gar nicht vermittelt hat. Weil sie oft mit falschen Vorstellungen gekommen sind und nur über unvollständige Bewerbungsunterlagen verfügen, ist eine Umvermittlung dieser Au-pairs in eine andere Familie oft eine Herausforderung. Sie haben meist keine Agentur im Heimatland und müssen erst einmal über ihre Rechte und Pflichten aufgeklärt werden. Zudem drängt in der Regel die Zeit, weil sie ihre ursprüngliche Gastfamilie Hals über Kopf verlassen haben und schnell neue Gasteltern finden müssen, damit ihr Au-pair-Visum nicht verfällt. Oft nehmen sich Full-Service-Agenturen solcher

Wechsel-Au-pairs an, auch wenn sie dazu nicht verpflichtet sind. Weil die Au-pairs unter Druck stehen, suchen sie selbst oft noch parallel weiter. Mit Hilfe von Internet, Matching-Agenturen und Social-Media-Kanälen ist das recht einfach. So kommt es immer wieder vor, dass von der Agentur eine Familie gefunden wurde und das Au-pair dann plötzlich absagt – zum Ärger der hilfsbereiten Agentur.

Es gibt aber auch Agenturen, die keine Probleme mit Wechsel-Au-pairs haben. Sie schätzen es, dass sie kein Visum beschaffen müssen, dass sie sich persönlich einen Eindruck verschaffen und einer suchenden Gastfamilie schnell ein Au-pair vermitteln können. Übrigens berichten auch einige Vermittler, dass ihre eigenen Au-pairs manchmal einem falschen Optimierungswahn erliegen: Sie verlassen kurzerhand die Familie, weil woanders ein vermeintlich besserer Sprachkurs, ein attraktiverer Wohnort oder weniger anstrengende Kinder winken.

Freizeit und Sprachkurs

Viele Au-pair-Agenturen organisieren Treffen für ihre Au-pairs, damit sie Gleichgesinnte kennen lernen und Kontakte knüpfen können. Manche Vermittler organisieren auch Au-pair-Reisen nach Berlin, Paris, Wien, Venedig und in andere Städte. So ermöglichen sie den Gästen aus dem Ausland, europäische Reiseziele in Gemeinschaft und auf preiswerte Art zu erkunden. Mehr als 80 Prozent der Umfrageteilnehmer bieten ihren Au-pairs solche Veranstaltungen an – deutlich mehr als noch im Vorjahr. Diese Art der Au-pair-Betreuung wird ausschließlich von Full-Service-Agenturen angeboten, die offenbar verstanden haben, dass sie so ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Matching-Agenturen nutzen können.

Einen wesentlichen Teil ihrer Freizeit verbringen Au-pairs mit dem Spracherwerb. Die Agenturen helfen Au-pairs bei der Suche nach einem passenden Deutschkurs. Auch im vergangenen Jahr hat sich die Situation der überfüllten Kurse nicht entspannt – im Gegenteil. Weil seit 2015 viele Geflüchtete an Volkshochschulen und bei anderen günstigen Sprachkursanbietern Deutsch lernen, berichten drei Viertel der Umfrageteilnehmer von überfüllten Kursen oder zumindest von nur wenigen freien Plätzen.

Die wirtschaftliche Situation von Incoming-Agenturen und ihr Kundenstamm

Die Bereitschaft sinkt, für die Dienstleistung der Au-pair-Vermittlung viel Geld zu zahlen. Viele recherchieren selbst und informieren sich im Internet. Die Matching-Agenturen melden unisono steigende Registrierungsanzahlen. Für rund 40 Euro im Monat können Familien auf ihren Portalen nach passenden Au-pairs suchen. Ein weiterer Service ist in diesem Betrag allerdings nicht enthalten.

Preise und Leistungen von Full-Service-Agenturen sind deutlich höher. Eine Au-pair-Vermittlung kostet hier zwischen 300 und 1.200 Euro. Welche Leistungen sich im Einzelnen dahinter verbergen, eröffnet sich vielen Gastfamilien erst, wenn etwas nicht so klappt wie gedacht. Manche Agenturen wären gut beraten, ihre umfassenden Leistungen auf ihrer Website ausführlicher zu beschreiben. Denn ein passendes Au-pair beziehungsweise eine passende Gastfamilie zu finden, ist nur der erste Schritt. Bei Nicht-EU-Au-pairs muss zudem ein Visum beschafft werden, was nicht immer ganz einfach ist. Daneben sind Beratung und Betreuung zeitaufwändig, weil Gastfamilien oft viele Fragen haben. Etliche Gastfamilien bezahlen gerne dafür, dass eine Agentur ein passendes Au-pair für sie findet, alle Formalitäten abwickelt und als Ansprechpartner bei Fragen und Problemen zur Verfügung steht.

Immerhin zwei Drittel der teilnehmenden Incoming-Agenturen stellen ihre wirtschaftliche Situation als befriedigend bis gut dar. In der vorjährigen Umfrage erachtete nur ein Drittel der Teilnehmer die eigene wirtschaftliche Situation als befriedigend oder gut. Im Vergleich zu den Vorjahren hat eine Marktberreinigung stattgefunden: Unwirtschaftliche Agenturen haben mittlerweile geschlossen oder ihren Tätigkeitsbereich erweitert. Die Mehrzahl der Au-pairs wird inzwischen von einigen großen Agenturen vermittelt. Neben den Matching-Agenturen sind das auch die großen Anbieter von Jugend- und Bildungsprogrammen sowie Agenturen, die sich besonderen Qualitätsansprüchen wie dem RAL-Gütezeichen Au pair oder den Qualitätsstandards der Au-Pair Society verpflichtet haben.

Nur 19 Prozent der Umfrageteilnehmer melden dieses Mal gesunkene Vermittlungsanzahlen im Vergleich zu 36 Prozent im Vorjahr. 28 Prozent konnten dagegen 2016 von der steigenden Zahl an Au-pairs profitieren und hatten mehr Vermittlungen als 2015.

Au-pair auch für Normalverdiener und Alleinerziehende

Der Trend, der schon im letzten Jahr zu beobachten war, dass nicht nur wohlhabende Familien ein Au-pair haben, hält an: Zwar sind Besserverdienende immer noch in der Mehrzahl, aber mittlerweile nehmen auch viele Normalverdiener ein solches Familienmitglied auf Zeit bei sich auf. Für Geringverdiener kommt ein Au-pair eher nicht in Frage. Wer alleinerziehend ist, kann eine flexible Kinderbetreuung besonders gut gebrauchen. Der Anteil Alleinerziehender an den Gastfamilien ist gegenüber dem Vorjahr erneut gestiegen: Bei einigen Agenturen machen sie sogar bis zur Hälfte aus. Diese Ein-Eltern-Familien haben oft ein starkes Netzwerk aus Eltern, Geschwistern und Freunden, mit denen sie Mahlzeiten einnehmen und die Freizeit verbringen. Da lernt ein Au-pair zwar nicht die klassische Vater-Mutter-Kind-Familie, aber durchaus diese moderne Seite der deutschen Gesellschaft kennen.

Regionale und persönliche Bindung an Agenturen

Auch wenn sich persönliche Profile über Online-Bewerbungsbögen erstellen lassen, spielt der regionale Bezug für Gastfamilien und Vermittler eine wichtige Rolle. Fast jede zweite Agentur hat ihre Kunden im eigenen Einzugsgebiet.

Der Wert der persönlichen Bindung zeigt sich auch am hohen Anteil der Stammkunden unter den Gastfamilien. Jede zweite Agentur hat über die Hälfte Stammkunden. Wer einmal mit einem Au-pair zufrieden war, verlässt sich gerne ein weiteres Mal auf die Arbeit einer Full-Service-Agentur. Genauso geht es vermutlich auch denen, die ihr Au-pair auf eigene Faust oder mit Hilfe einer Matching-Agentur gefunden haben. Wenn das Au-pair die Kinder gut betreut und das Familienleben in vielerlei Hinsicht bereichert hat, wird die Familie das nächste Au-pair auf die gleiche Art suchen.

Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Outgoing

Nach der Schule oder Ausbildung ins Ausland – das wollen viele junge Deutsche: ob als Freiwillige, Auslandspraktikanten, als Work-and-Travel-Teilnehmer oder Au-pairs. Letzteres ist dabei die klassische Variante, um Sprache und Kultur eines fremden Landes kennen zu lernen. Au-pairs aus Deutschland sind in sehr vielen Ländern willkommen.

Anders als Work and Travel und Freiwilligenarbeit ist Au-pair grundsätzlich auf einen längeren Zeitraum angelegt. Weil viele mittlerweile ihr Abitur noch früher in der Tasche haben, hat sich offenbar die Erkenntnis durchgesetzt, dass sie sich ruhig ein ganzes „Gap Year“ gönnen können. Diesmal berichten zwei Drittel der Umfrageteilnehmer, dass ihre Au-pairs zehn bis zwölf Monate im Ausland blieben.

Da die meisten Abiturienten noch sehr jung sind, finden ihre Eltern es gut, wenn sie im sicheren Schutz einer Gastfamilie leben. 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 der 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 fernab der Heimat.

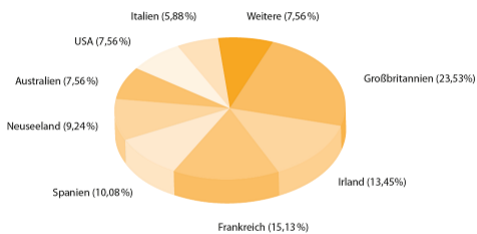
Entwicklung der Vermittlungszahlen

Wie viele Deutsche 2016 als Au-pairs ins Ausland gingen, ist nicht gesichert. Weder Behörden, Verbände noch Au-pair-Versicherer erheben Daten für den Bereich Outgoing. Aus der Befragung der Agenturen geht hervor, dass die Vermittlungszahlen gegenüber dem Vorjahr gestiegen sind: Knapp zwei Drittel der Umfrageteilnehmer geben an, dass sie mehr oder wenigstens genauso viele Au-pairs ins Ausland vermittelt haben wie 2016. Entsprechend optimistisch blicken die Outgoing-Agenturen in die Zukunft: Mehr als 38 Prozent rechnen 2017 mit mehr Vermittlungen. Dies ist auf ein gestiegenes Interesse junger Deutscher am Austauschprogramm Au-pair zurückzuführen.

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 vor Ort. Wie in den Jahren zuvor konnte jeder Umfrageteilnehmer bis zu fünf Haupt-Zielländer nennen, für die sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber interessierten. 2016 wurden Großbritannien, Frankreich und Irland am häufigsten genannt, gefolgt von Spanien, Neuseeland und Australien. Die Matching-Agenturen zählen neben den USA Großbritannien, Irland, Australien, Frankreich und Spanien zu den Favoriten der Bewerber.

Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber



Quelle: Konjunkturumfrage 2017

Großbritannien

Ob sich die Beliebtheit von Großbritannien nach dem Brexit weiter hält, bezweifelt ein Großteil der Umfrageteilnehmer. Mehr als jede dritte Full-Service-Agentur nimmt an, dass sich die Rahmenbedingungen für deutsche Au-pairs im Vereinigten Königreich verändern werden. Dass der Brexit die lange Au-pair-Tradition mit dem Nachbarland beeinträchtigen wird, glauben auch die teilnehmenden Matching-Agenturen.

Irland

Das Au-pair-Programm in Irland hat einen gewaltigen Dämpfer erhalten. Grund war eine Klage, die sich auf das irische Mindestlohngesetz (National Minimum Wage Act) bezieht. 2016 wurde eine irische Gastfamilie dazu verurteilt, ihrem spanischen Au-pair rückwirkend den irischen Mindestlohn von insgesamt 9.229 Euro zu zahlen. In der Folge haben mehr als 40 weitere Au-pairs geklagt; die Gerichtsurteile dazu stehen noch aus. Gastfamilien in Irland sind nun stark verunsichert: Wenn sie ihre Au-pairs wie Angestellte bezahlen müssen, werden sie sich kein Au-pair mehr leisten können. Außerdem widerspricht eine solche Entscheidung der Idee des Kulturaustauschs: In den meisten Ländern gilt Au-pair als Betreuungsverhältnis besonderer Art, für das ein Taschengeld sowie freie Kost und Logis gestellt werden. Es ist zweifelsohne wichtig, dass es zum Schutz der Au-pairs Regeln zu Wochenarbeitszeit, freien Tagen und Urlaub gibt und dass deren Einhaltung überwacht wird. Aber Au-pairs als Hausangestellte mit Mindestlohnanspruch einzustufen, schadet dem Austauschprogramm.

Australien

Als Zielländer außerhalb Europas werden Australien und Neuseeland immer beliebter. Die Nachfrage nach einem Au-pair-Aufenthalt in Australien hat sich laut der Cultural Au Pair Association of Australia in den letzten fünf Jahren verdoppelt. In beiden Ländern gibt es kein offizielles Au-pair-Programm. Man kann mit einem Working-Holiday-Visum einreisen und damit 12 Monate im Land bleiben. Nach einem sechsmonatigen Au-pair-Aufenthalt müssen die jungen Ausländer die Familie verlassen und können dann für weitere sechs Monate jobben oder einfach das Land erkunden.

Allerdings fordern einige Branchenkenner, dass die australische Regierung Au-pair-Aufenthalte wie in den Vereinigten Staaten mit einem speziellen Au-pair-Visum regulieren und Rechte und Pflichten für Au-pairs und Gastfamilien einführen solle. Zuletzt wurden Fälle von Au-pairs bekannt, die als billige Kinderbetreuung ausgenutzt wurden: Sie wurden schlecht oder gar nicht bezahlt, hatten wenig Freizeit und kaum Anbindung an die Familie.

USA

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. Auch die Matching-Agenturen nennen die USA unter den fünf beliebtesten Zielländern deutscher Au-pair-Interessenten. Sie dürfen allerdings nicht selbst dorthin vermitteln. Darum kooperieren sie mit einer offiziell zugelassenen Agentur, die für sie die Einreise und Betreuung vor Ort organisiert.

Das State Department gibt an, dass 2016 mehr als 19.200 J1-Visa für Au-pairs vergeben wurden. Die Deutschen machten davon den größten Anteil aus: 4.063 junge Menschen aus Deutschland gingen als Au-pair in die Vereinigten Staaten. Von allen Au-pairs in den USA waren die meisten in Kalifornien (2.615) und fast ebenso viele in New York (2.506). Auch in den Bundesstaaten Virginia, New Jersey, Massachusetts und Maryland verbrachten viele ihre Au-pair-Zeit.

Ein Großteil der Umfrageteilnehmer denkt, dass die Präsidentschaft von Donald Trump Auswirkungen auf das amerikanische Au-pair-Programm haben wird. Unter den Full-Service-Agenturen glauben 44 Prozent an negative Veränderungen in den transatlantischen Au-pair-Beziehungen, bei den Matching-Agenturen sind es 50 Prozent. Allerdings ermutigen schon erste Austauschorganisationen junge Leute: Sie sollen gerade jetzt in die USA reisen, um den Gedanken der Völkerverständigung den Einmauerungsplänen des Präsidenten entgegenzusetzen.

Die wirtschaftliche Situation von Outgoing-Agenturen

Die wirtschaftliche Situation von Outgoing-Agenturen hat sich im Vergleich zu den Vorjahren leicht verbessert. Au-pairs aus Deutschland genießen einen sehr guten Ruf im Ausland: Etwa jede zweite Agentur verfügt über mehr ausländische Gastfamilien als über deutsche Au-pairs.

Ein Drittel der Agenturen berichtet gestiegene Vermittlungszahlen, ein Drittel gesunkene Zahlen, ein Drittel gleichbleibende Zahlen. Gut möglich, dass auch hier eine Marktberäumung stattfindet: Einige große Agenturen, die meist auch weitere Programme wie Highschool-Aufenthalte, Work and Travel und Praktika anbieten, vermitteln die meisten deutschen Au-pairs ins Ausland. Mit professioneller Internetpräsenz, Anzeigen in den relevanten Fachzeitschriften und -büchern und Infoständen auf den Schüleraustauschmessen können sie für ihre hohe Beratungs- und Vermittlungsqualität werben. Allerdings erreichen die Full-Service-Agenturen allesamt keinen Jahresumsatz von über 100.000 Euro wie einige Matching-Agenturen.

Viele junge Menschen und ihre Eltern sind nicht bereit, für die Organisation der bevorstehenden Auslandsreise mehr als 40 Euro auszugeben. Sie sind dank der digitalen Informations- und Kommunikationskanäle selbst in der Lage, Kontakt mit möglichen Gastfamilien aufzunehmen. Leider gehen einige von ihnen das Au-pair-Jahr mit einer gewissen Naivität an und fühlen sich auch ohne verlässliche Kontaktperson vor Ort bestens aufgehoben. Erst wenn Probleme mit der Bezahlung, den Arbeitsbedingungen oder dem Leben in der fremden Familie auftauchen, vermissen sie die professionelle Betreuung einer Agentur. Full-Service-Agenturen vermitteln nicht nur eine zuverlässige Gastfamilie, sondern stehen während des gesamten Aufenthaltes als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung.

Die Bedeutung weiterer Marktteilnehmer

Der Stellenwert der Au-pair-Verbände

Die Mitgliedschaft in einem Au-pair-Verband ist den meisten Umfrageteilnehmern wichtig. Sehr viele Agenturen engagieren sich in einem nationalen oder internationalen Au-pair-Verband.

Unabhängig von der Mitgliedschaft in einem Verband trägt jeder dritte Befragte das RAL-Gütezeichen Au pair. Damit zeigt die Agentur, dass die Qualität ihrer Vermittlungsarbeit regelmäßig von einer unabhängigen Stelle überprüft und zertifiziert wird. Voraussetzung dafür ist die Mitgliedschaft in der Gütegemeinschaft Au pair. Das RAL-Gütezeichen Au pair ist ein international anerkanntes Qualitätssiegel und wirkt ähnlich vertrauensbildend wie das TÜV-Siegel oder eine ISO-Zertifizierung. Gastfamilien und Au-pairs können sich bei den Agenturen mit RAL-Gütezeichen auf die Einhaltung der Qualitätsstandards bei der Vermittlung und Betreuung verlassen. Außerdem funktioniert die Beantragung und Genehmigung des Visums bei einer deutschen Botschaft im Ausland über zertifizierte Agenturen oftmals einfacher.

Wer Mitglied in einem Au-pair-Verband ist, zeigt in der Regel großes Interesse und Engagement bezüglich aktuellen Entwicklungen im Au-pair-Programm.

Die Lobbyarbeit wurde 2016 von 38 Prozent der Umfrageteilnehmer als Hauptgrund für eine Verbandsmitgliedschaft genannt. Das sind deutlich mehr als im Jahr zuvor (26 Prozent). Die Lobbyarbeit löst damit auch die Unterstützung bei Problemfällen als wichtigstes Kriterium für eine Verbandsmitgliedschaft ab.

Viele Agenturen wünschen sich, dass Au-pair als offizielles Bildungsprogramm anerkannt wird und so ein noch höheres Ansehen genießt. Dafür spricht, dass ein Au-pair-Aufenthalt das Selbstbewusstsein junger Menschen stärkt, ihre interkulturellen und interreligiösen Kompetenzen erweitert und einen Beitrag zur Völkerverständigung und Demokratieförderung leistet.

Eine internationale Vernetzung ist als Einzelagentur schwer herzustellen. Deshalb erwartet jeder vierte Umfrageteilnehmer von einer Verbandsmitgliedschaft in dieser Hinsicht Unterstützung. Ein weiteres wichtiges Motiv für die Mitgliedschaft in einem Verband ist der Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Viele Agenturen sind kleine Betriebe mit nur wenigen Mitarbeitern. Häufig tauchen Fragen oder Ideen auf, die mit Gleichgesinnten einfacher gelöst oder umgesetzt werden können.

Mit der Arbeit der Verbände waren die Agenturen insgesamt nur mäßig zufrieden. Verbandsarbeit lebt vom Engagement der Mitglieder, auch wenn sie oft teuer ist und gegen starke Widerstände beziehungsweise starken Wettbewerb ankämpfen muss.

Beurteilung der Versicherungsanbieter

Für Au-pair-Aufenthalte gibt es spezielle Au-pair-Versicherungen mit einem umfassenden Leistungsspektrum. Weil Au-pairs bei der Betreuung von Kindern und bei Arbeiten im Haushalt besonderen Situationen und Gefährdungen ausgesetzt sind, besteht eine gute Au-pair-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. Eine Reisekrankenversicherung für Urlaubsreisen eignet sich nicht für einen Au-pair-Aufenthalt. Sie deckt nur akute Erkrankungen und gilt nur für Reisen bis zu acht Wochen.

In Deutschland muss die Gastfamilie für die Absicherung ihres Au-pairs sorgen. Das ist gesetzlich vorgeschrieben. Gewissenhafte Agenturen weisen ihre Kunden auf die Notwendigkeit einer Au-pair-Versicherung hin. Agenturen mit dem RAL-Gütezeichen Au pair fordern im Rahmen der Qualitätssicherung sogar einen Nachweis über die Versicherung.

Agenturen kennen den Leistungsumfang und die Servicequalität der verschiedenen Versicherungsangebote. Am meisten schätzen sie Tarife mit Rundumschutz, bestehend aus Auslandskrankenversicherung, Unfall- und Haftpflichtversicherung. Zweites Kriterium ist für viele Umfrageteilnehmer, dass Vorerkrankungen mitversichert sind. Zertifizierte Agenturen verlangen von ihren Au-pairs die Bescheinigung eines Arztes, in der die physische und psychische Gesundheit bestätigt wird. Trotzdem ist es für Gastfamilien besser, wenn die Versicherung die Behandlung möglicher Vorerkrankungen nicht ausschließt. Wichtig ist den Au-pair-Agenturen auch, dass es in der Krankenversicherung keinen Selbstbehalt gibt und dass der Versicherungsschutz unabhängig vom Au-pair-Status besteht: Sollte das Au-pair nach dem Au-pair-Jahr mit einem Folgevisum in der Gastfamilie bleiben, kann es in seinem bisherigen Tarif weiterversichert werden.

Neben den Versicherungsleistungen beurteilten die Agenturen auch den Service der Versicherungsanbieter. Für die meisten Agenturen 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 unter anderem mit dem Au-pair-Versicherer Dr. Walter zusammen, der diese Studie in Auftrag gegeben hat. Wie in den vergangenen Jahren waren über 90 Prozent von ihnen mit dieser Zusammenarbeit zufrieden oder sehr zufrieden (Note „gut“ oder „sehr gut“).

Dr. Walter hat in den Sechzigerjahren die erste Versicherung für Au-pairs 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 Spezialist für Auslandsversicherungen einer der Großen im Markt für Au-pair-Versicherungen. Mehr als ein Drittel der befragten Agenturen empfehlen ausschließlich Tarife von Dr. Walter, andere bieten auch andere Versicherungen an.

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 sowie 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 Adressenregister auf www.au-pair-agenturen.de ist fast allen befragten Agenturen wichtig, weil sie darüber neue Kunden gewinnen. Weitere Angebote der Seite wie die Bewerbungsbögen für Au-pairs und Gastfamilien 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. Wie die Analyse zeigt, haben 130.981 Gastfamilien und Au-pairs im Jahr 2016 das Angebot genutzt. Darunter waren 74 Prozent erstmals auf der Website. Sie informierten sich im Durchschnitt dreieinhalb Minuten auf fünf Unterseiten. Einen 30-prozentigen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr gab es im Bereich der Informationen für Gastfamilien: Dort betrachteten 2016 über 35.000 Besucher die Seiten zu den Voraussetzungen, die sie erfüllen müssen, um einen Gast aus dem Ausland bei sich aufzunehmen, zu den Rechten und Pflichten von Au-pairs und zu den anfallenden Kosten. Am häufigsten (über 54.000 Mal) wurde die Agenturen-Suche aufgerufen, mit der die Nutzer passende Au-pair-Agenturen finden können.

Die Antworten der Au-pair-Agenturen im Detail

A. Incoming

Zur Agentur

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Vermittlungen 2016 entwickelt?



Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2017?



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 2016?



Wie wichtig sind Social Media für Ihre Arbeit?

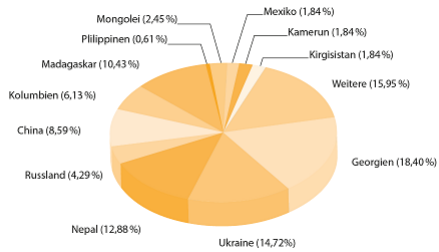


Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

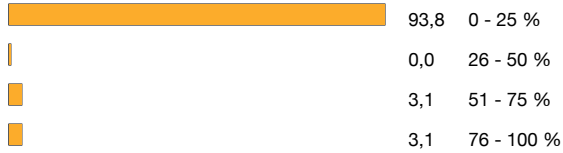


Zu den Au-pairs und Gastfamilien

Woher kamen die meisten ausländischen Au-pairs, die Sie 2016 vermittelt haben? (Top-5-Länder)



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



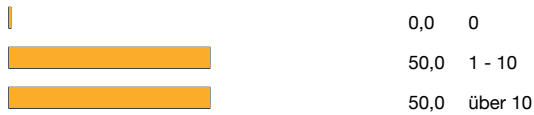
Fragen Ihre Gastfamilien vermehrt nach EU-Au-pairs?



Wie lange blieben die Au-pairs in der Regel?



Wie viele Au-pairs wendeten sich an Sie, weil sie unvermittelt werden wollten?



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



Wie hoch war der Anteil derer, die sich nach ihrer Au-pair-Zeit wünschten, in Deutschland zu bleiben?



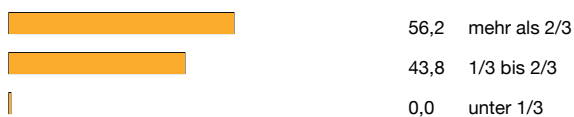
Organisieren Sie für Ihre Au-pairs Veranstaltungen (Au-pair-Treffen, Au-pair-Reisen)?



Wie ist Ihre Erfahrung mit Sprachkursen?



Wie hoch ist der Anteil von Besserverdienern unter Ihren Gastfamilien?



Wie viele Geringverdiener gehören zu Ihren Kunden?



0,0 über 20 %

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 2016 entwickelt?



Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2017?



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



Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

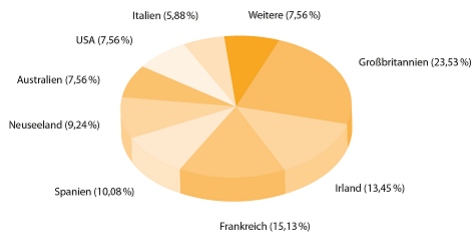


Wie wichtig sind Social Media für Ihre Arbeit?



Zu den Au-pairs

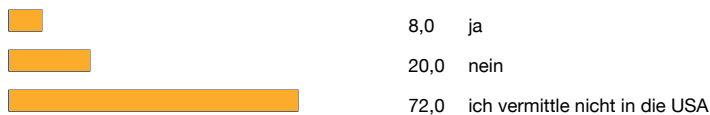
Für welche Länder interessierten sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber im Jahr 2016? (Top-5-Länder)



Fürchten Sie negative Auswirkungen des Brexit auf Ihre Au-pair-Vermittlungen nach Großbritannien?



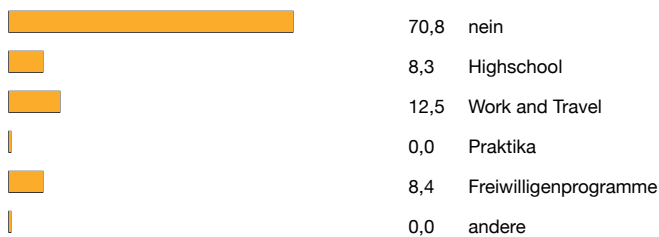
Fürchten Sie negative Auswirkungen auf Ihre Au-pair-Vermittlungen in die USA, nachdem Trump zum Präsidenten gewählt wurde?



Wie lange bleiben die Au-pairs in der Regel?



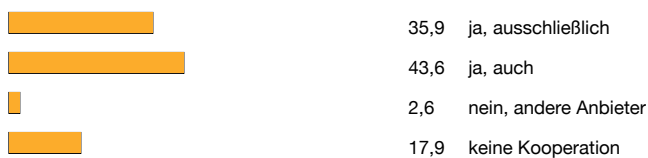
Bieten Sie andere Programme an? Wenn ja, welche hauptsächlich?



Kooperationen mit Versicherern, Verbänden etc.

Zusammenarbeit mit Au-pair-Versicherern

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



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



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



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

| | | |
|--|------|------|
| | 35,9 | ja |
| | 64,1 | nein |

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

| | | |
|--|------|------------------|
| | 28,6 | sehr zufrieden |
| | 57,1 | zufrieden |
| | 14,3 | unentschieden |
| | 0,0 | unzufrieden |
| | 0,0 | sehr unzufrieden |

Sind Sie IN-VIA-Agentur?

| | | |
|--|------|------|
| | 16,2 | ja |
| | 83,8 | nein |

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

| | | |
|--|------|------------------|
| | 28,6 | sehr zufrieden |
| | 57,1 | zufrieden |
| | 14,3 | unentschieden |
| | 0,0 | unzufrieden |
| | 0,0 | sehr unzufrieden |

Sind Sie vij-Agentur?

| | | |
|--|------|------|
| | 11,1 | ja |
| | 88,9 | nein |

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

| | | |
|--|------|------------------|
| | 0,0 | sehr zufrieden |
| | 0,0 | zufrieden |
| | 50,0 | unentschieden |
| | 50,0 | unzufrieden |
| | 0,0 | sehr unzufrieden |

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

| | | |
|--|------|------|
| | 37,5 | ja |
| | 62,5 | nein |

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

| | | |
|--|------|------------------|
| | 20,0 | sehr zufrieden |
| | 53,3 | zufrieden |
| | 13,3 | unentschieden |
| | 6,7 | unzufrieden |
| | 6,7 | sehr unzufrieden |

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

| | | |
|--|------|------|
| | 16,7 | ja |
| | 83,3 | nein |

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

| | | |
|--|------|------------------|
| | 0,0 | sehr zufrieden |
| | 50,0 | zufrieden |
| | 50,0 | unentschieden |
| | 0,0 | unzufrieden |
| | 0,0 | sehr unzufrieden |

Zu www.au-pair-agenturen.de

Wie wichtig war Ihnen die Listung Ihrer Agentur auf 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 von ausländischen Au-pairs nach Deutschland haben Sie im Jahr 2016 durchgeführt?



Wie viele Vermittlungen von deutschen Au-pairs ins Ausland haben Sie im Jahr 2016 durchgeführt?



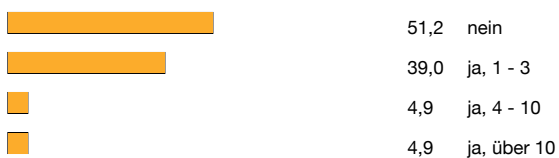
Wie hoch war Ihr Jahresumsatz im Jahr 2016?



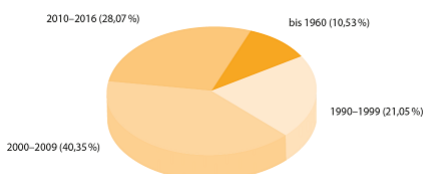
Wie betreiben Sie Ihre Agentur?



Beschäftigen Sie Mitarbeiter?



In welchem Jahr wurde Ihre Agentur gegründet?



Umfang und Inhalt der Umfrage

Deutsche Au-pair-Agenturen wurden gebeten, einen Online-Fragebogen mit 62 Fragen zur Entwicklung des Au-pair-Wesens in Deutschland zu beantworten. Sie sollten ihre Einschätzung zur aktuellen Situation des Vermittlungsmarktes abgeben.

Auswahl der befragten Agenturen

Zum Umfragezeitpunkt (Dezember 2016 bis Januar 2017) gab es 196 Au-pair-Agenturen in Deutschland. Darunter sind 187 Full-Service-Agenturen und 9 Matching-Agenturen. Von den 196 Agenturen haben 186 der Zusendung von E-Mails zugestimmt. Diese Agenturen wurden per E-Mail zur Konjunkturmfrage eingeladen.

Ergänzend wurde in diesem Jahr erstmalig eine eigene Umfrage unter den großen Matching-Agenturen durchgeführt. Dabei wurden auch internationale Portalbetreiber mitberücksichtigt, neben den deutschen auch britische, irische und eine amerikanische Agentur. Allerdings war der Rücklauf so gering, dass die Ergebnisse nur wenig in die Konjunkturmfrage einfließen.

Befragungszeitraum und Rücklaufquote

Die Online-Befragung startete am 16. Dezember 2016 und endete am 31. Januar 2017. Insgesamt beteiligten sich 65 Au-pair-Agenturen an der Umfrage – das entspricht einer Rücklaufquote von 35 Prozent der Eingeladenen. Bezogen auf die Gesamtzahl der Agenturen am deutschen Markt liegt die Teilnehmer-Quote bei 33 Prozent. Damit ist die Umfrage für den gesamten deutschen Markt repräsentativ.

Zusammensetzung der Umfrageteilnehmer

Von den 65 Umfrageteilnehmern sind 52 privatwirtschaftliche Au-pair-Agenturen. 13 Teilnehmer sind Vertreter kirchlicher bzw. gemeinnütziger Vermittlungsstellen.

Viele der teilnehmenden Agenturen bestehen schon seit vielen Jahren. Die meisten Agenturen (über 40 Prozent) wurden zwischen 2000 und 2009 gegründet. Auch zwischen 2010 und 2016 gab es zahlreiche Neugründungen (29 Prozent).

Viele der Umfrageteilnehmer leiten kleine Au-pair-Agenturen mit weniger als 50 Vermittlungen im Jahr und weniger als 20.000 Euro Jahresumsatz. Sie werden meist in Teilzeit und ohne angestellte Mitarbeiter betrieben. Bei diesen Agenturen geht es nicht in erster Linie darum, wirtschaftlichen Gewinn zu erzielen. Vielmehr geht es um soziales Engagement, die Vermittlung von Werten und die Pflege internationaler Beziehungen im Bereich des Jugendaustausches.

Viele Matching-Agenturen spielen in einer anderen Liga: Alle Teilnehmer der Umfrage unter den Matching-Agenturen haben einen Jahresumsatz von über 100.000 Euro und mindestens vier Angestellte.

Art der Datenerfassung und Auswertung

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